


Интервью с **Павлом Фищук**ом

CEO, соучредителем Adviero

Alfapartners
CPA

 Adviero



Расскажите о себе, о своем бизнесе

Я — инвестор, бизнесмен, заядлый путешественник, и один из основателей компании Adviero.



Мое увлечение технологиями сформировалось в 2009, в период работы офицером по безопасности флота в частной морской компании. Морская индустрия — это очень консервативный бизнес, где все делалось на бумаге, а использование Excel считалось высшей степенью технологической продвинутости, практически хакерством.

Чтобы сократить рутину и бумажную волокиту, которая омрачала и удлиняла каждый мой рабочий день, я начал автоматизировать и дигитализировать процессы, и положительный эффект был настолько быстрым и впечатляющим, что остановиться было уже просто невозможно. Вместе с моим однокурсником из TalTech Александром мы открыли компанию, которая создавала программы для морской индустрии, и очень скоро нашими программами пользовались практически все морские компании в нашем регионе.

В какой-то момент мы поняли, что у нас есть определенная экспертность в том, как применять передовые технологии в консервативных бизнесах, есть капитал, и следующим логичным

шагом стало инвестировать в разные компании и проекты такой направленности.

Мы запустили платформу проверки автомобилей при покупке, сервис для постановки командных задач, и т.д., но самым интересным направлением оказался диджитал маркетинг.

С одной стороны, несмотря на весь внешний лоск, здесь по-прежнему очень многое делается на коленке, в эксельчиках, вручную и по наитию. С другой стороны это идеальная индустрия для практического применения умных технологий, API, искусственного интеллекта, и самых продвинутых решений. Это огромные обороты, которые непреклонно растут из года в год, и возможность экспериментировать, изобретать что-то новое, внедрять новейшие разработки. При этом нас интересовал как сам медиа-байинг в качестве аффилиата, так и создание платформы, где наши партнеры могли бы применять наши разработки в своих собственных кампаниях.

Результатом почти 10 лет опыта в создании креативов, работы с трафиком в разных вертикалях, создания инструментов для повышения ROI и организации партнерской сети, стал проект «Adviero».



Adviero — это Performance Ad Network, продвинутый вариант партнерской сети. На сегодняшний день, это ещё молодой бренд, но он — наше любимое детище, потому, что построен на нашем опыте и технологиях, над которыми много лет работали лучшие таланты в области диджитал маркетинга.

Расскажите о технике продвижения (привлечения трафика), изменилась ли со временем?

Да, конечно изменилась. Нашими первыми инструментами продвижения были Яндекс Директ + воронка с интегрированной емейл рассылкой. В 2011–2104 это работало идеально, и приносило до 800% ROI.

SEO, контент, пуши, PPC — все эти инструменты по прежнему работают, также как и емейл маркетинг, но самые большие возможности сегодня Adviero дают соцсети.

Для нас 2 основных источника трафика на сегодняшний день: Facebook и Google, на них в данный момент приходится основной фокус нашей команды внутреннего медиа-баинга Adviero, но мы также очень внимательно следим и за инстой, и за тик-ток, так как они стремительно растут. Если говорить о наших партнерах, то кроме FB и Google, самые активные на сегодняшний день источники, это SEO, емейл рассылки, таргет.

Уходили ли Вы в минус?

Безусловно. Один из первых уроков, который я выучил занимаясь диджитал маркетингом, это то, что достичь каких-то значимых результатов, используя только бесплатные источники трафика — это утопия. Чтобы получить прибыль, нужен бюджет, и не все эксперименты выходят в плюс.

Мы в Adviero прекрасно понимаем, насколько важна оборотка, особенно для начинающих веб-мастеров, поэтому мы оплачиваем трафик с нулевым холдом. Для нас — это довольно существенные риски, но мы готовы их принимать, потому что мы ориентированы на долгосрочную перспективу и долгосрочные отношения с нашими партнерами.

Из скольких сотрудников состоит Ваш штат? И сколько было вначале.

В данный момент у нас в штате 56 сотрудников, которые работают из 4 разных стран, включая Эстонию, Австрию, Россию и Украину. К штату можно добавить еще около 150 фрилансеров, которых мы привлекаем под отдельные проекты, и конечно, более 8000 наших вебмастеров — все вместе получается большая сплоченная команда.



А начинали мы вдвоем, и если уж совсем не справлялись, то просили помочь с программированием одного из наших друзей, который кодил наши первые программы в свободное от основной работы время.

Опишите свое самое большое достижение и самый впечатляющий провал.

Самым большим провалом была, наверное, попытка работы с крипто-проектами. Нам показалось интересным это направление, собрали команду в Санкт-Петербурге под руководством довольно дорогостоящего директора направления, начали изучать рынок... и оказалось, что вокруг этой безумно горячей на тот момент темы и истинных энтузиастов крипто, собирается огромное количество проходимцев. В итоге, после нескольких месяцев попыток выстроить модель, которая будет 100% белой и прибыльной, было принято решение отказаться пока от этого направления целиком.

Самое большое достижение на сегодняшний момент, это то, что нам удалось так быстро влиться в вертикаль банковских офферов сразу на уровне топ-игроков, и построить сотрудничество с такими безусловными лидерами по внедрению новейших технологий в банковской среде, как Альфа-Банк.

Это партнерство очень важно для нас, и особенную гордость, конечно, вызывает тот факт, что у нас получается увеличивать объемы трафика и оборот на 20–30% каждый месяц, даже в условиях пандемии.

По какому принципу Вы выбираете, с кем работать?

Основным критерием для нас является наличие общих ценностей и целей. Это относится как к выбору партнеров, так и к набору сотрудников в команду. Например, на интервью мы можем отказать человеку с супер-опытом, если мы чувствуем, что мы не на одной волне, что нам будет некомфортно в команде. И наоборот, взять на работу человека, у которого пока немного не хватает знаний, но у него есть страсть к технологиям, он постоянно развивается, и смеется над теми же шутками, мыслит такими же глобальными категориями.

Точно также и при выборе партнеров Adviero мы задаем себе вопросы — насколько это надежная компания? Как они настроены развиваться технологически в будущем? Насколько у них грандиозные планы и желания? Как мы можем способствовать их развитию?



Какие советы Вы можете дать новичкам (сотрудникам, читателям)?

Мне кажется три основных залога успеха в нашем бизнесе, и три совета, которые я могу дать звучат так:

- Постоянно обновлять знания. То, что работало еще вчера, может быть уже неактуальным сегодня. Среда диджитал маркетинга меняется очень стремительно. Стоит отвлечься на момент, и можно полностью выпасть из прибыльности, поэтому просто необходимо постоянно быть в теме, ездить на конференции, читать и смотреть тематические ресурсы.
- Не бояться рисковать. Как я упомянул выше, наша индустрия очень стремительна, нет смысла размазывать рекламные кампании на долгие месяцы приготовлений. Используйте рекламный бюджет разумно, но помните, что есть правило критической массы — недолив немного, вы можете так и не узнать, что хороший ROI и высокий профит были совсем рядом.
- Тщательно выбирать партнеров с которыми вы будете расти. Обязательно учитывайте надежность, потенциал и стремление к росту тех, с кем вы работаете. Это один из самых важных залогов успеха.

Вас переманивали на свою сторону рекламодатели?

Нет, предложений перейти на тёмную сторону не было.

Как окружающие воспринимают Ваше развитие (работу, перемены)?

Окружающим непросто объяснить, чем именно я занимаюсь, большинство приходят к мнению, что это либо «бизнес какой-то», либо «программирование», но все видят рост, очень поддерживают, радуются моим успехам, и гордятся нашими победами. Это огромная мотивация двигаться дальше.

Где Вы ищите своих заказчиков (клиентов, покупателей, инвесторов, партнёров)?

Для нас любая компания, или проект — это прежде всего команда, люди. Мы стараемся быть в центре событий нашей индустрии, и знать всех топ-игроков — посещаем практически все тематические передовые конференции, отслеживаем новости и форумы. Если мы понимаем, что какая-то компания нам интересна, мы начинаем искать точки соприкосновения с людьми, которые принимают решения в этой команде.



Представьте, что завтра Вы начинаете бизнес с нуля, с ограниченным бюджетом, какую бизнес модель Вы бы выбрали при работе с «Альфа Партнерс» и первые шаги в ее развитии?

Я бы сконцентрировался на 2–3 офферах, с широкой аудиторией и при этом максимально подробным целевым портретом.

«Альфа Партнерс» — это один из немногих партнеров, кто очень глубоко понимает насколько важен точный таргетинг и дает очень хороший набор параметров, таких как гео по городам, пол, возраст, образование и т.д. Затем, я бы постарался создать уникальный набор крео (например, из бесплатных шаблонов со стоков) и настроил максимально точные рекламные кампании в соцсетях, отслеживал и скалировал, скалировал, скалировал.

