



SEED · 2026 · ИНФЛЮЕНС-МАРКЕТИНГ

Одно окно к тысячам мелких блогеров

Бренды размещаются у тысяч мелких блогеров
через одну AI-платформу с измеримым результатом.

За нами – 25+ лет автоматизации и цифровой трансформации Х5,
Альфа-Банка, Сбера, Газпромбанка, Открытия, Банка Москвы.
Теперь мы взяли за цифровую трансформацию инфлюенс-маркетинга.

AI-платформа

Уже с выручкой

Привлекаем 50 млн ₽

Мы автоматизировали крупнейшие банки и ритейл. Теперь инфлюенс-маркетинг

Четверть века мы строили и трансформировали цифровые платформы для **крупнейших компаний России** – там, где к технологиям относятся всерьез. Пора качественно изменить ситуацию на рынке инфлюенс-маркетинга. И мы уже сами провели реальные кампании для брендов, поэтому знаем боль изнутри.



FOUNDER, CEO & CPO

Теймур Штернлиб

Ст. вице-президент Сбербанка (цифровой бизнес, портфель инвестиций 60+ млрд Р; советы директоров Эвотор, Яндекс.Деньги, DocDoc, Segmento). Deputy CEO и CIO X5 Retail Group, CIO Альфа-Групп. С 2018 – серийный предприниматель и инвестор, 2 успешных экзита. 5x «Лучший CIO ритейла России», Топ-1000 менеджеров РФ. Executive-программы London Business School, Stanford Business School, AI/ML in MIT.



CO-ФАУНДЕР

Сергей Меднов

30+ лет – технологический руководитель крупнейших банков: Первый Вице-президент Газпромбанка, Старший Вице-президент Банка «Открытие», CIO / Член Правления Альфа-Банка и Банка Москвы. Executive-программы INSEAD и UC Berkeley. Венчурный инвестор, независимый директор.



CHIEF OPERATIONS OFFICER

Иван Старостин

20+ лет в IT и цифровой трансформации. Руководил крупными банковскими платформами и командами 700+ специалистов в Альфа-Банке, Сбербанке, БФКО и ВТБ. Эксперт в построении операционных моделей и трансформации сложных процессов в масштабируемые системы. Практик AI-native подхода: LLM-workflows, AI-агенты и multi-agent системы.



CHIEF SALES OFFICER

Илья Никитин

20+ лет в отрасли: СТО нескольких международных проектов, выстраивает и продаёт технологичные продукты, понимая их архитектуру и реальные возможности. Богатый опыт B2B-продаж, переговоров и партнерских программ, включая работу с госкомпаниями и клиентами из США, Британии, Австралии и Германии. Выпускник акс-ров ФРИИ, Сколково, CROC и SVF

ADVISORY BOARD

Виктор Яковлев – Яндекс (продажи рекламы) → CEO iProspect → VP, глава департамента цифровых технологий Газпромбанка → Сбербанк. Со-фаундер Leo Agency.

Николай Небышинец – VP of Global Marketing Wargaming (World of Tanks): бренд с 100+ млн игроков, маркетинг и user acquisition мирового масштаба.

Ценность ушла к мелким блогерам. Экономика работы с ними – нет.

200 мелких блогеров – это **200х работы**, но не 200х результата.

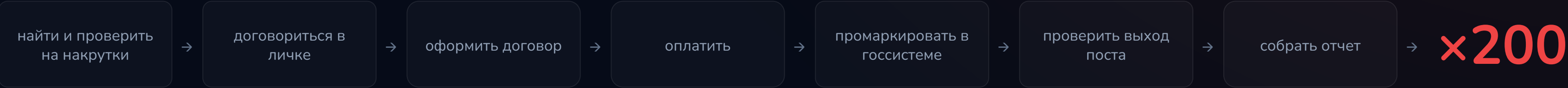
до 2022 Рынок собран и измерим Instagram, YouTube, таргетинг и аналитика. Покупали нескольких крупных – результат видно.	2022 Выбило фундамент Instagram и Facebook заблокированы, YouTube ограничен. Исчезли таргетинг и аналитика.	2022–2025 Распылился, крупные выгорели Аудитория ушла в Telegram и VK – там тысячи мелких. Крупные приелись рекламой и подорожали, отдача упала.	2025 Закрылся последний канал Запрет рекламы в Instagram: доля 20% → 4%. Рынок распался на Telegram, YouTube, VK – без единого окна и измеримости.	2026 Под запрет попали Telegram и YouTube ФАС распространила запрет еще на 60% рынка. Отсрочка – только до конца 2026. Легальным остается российский инвентарь.
---	--	---	---	---

В ЧЕМ ПРОБЛЕМА

Стоимость сделки не зависит от ее размера. Оформить блогера за 5 000 ₽ стоит агентству столько же труда, сколько за 500 000 ₽. Чтобы заменить одного крупного, нужно 100–200 мелких. Экономика не сходится – и агентство продает одного крупного, не потому что так лучше клиенту, а потому что иначе не окупается.

Эффективная реклама существует, но недоступна на масштабе.

КАЖДАЯ ИЗ 200 СДЕЛОК – ВРУЧНУЮ

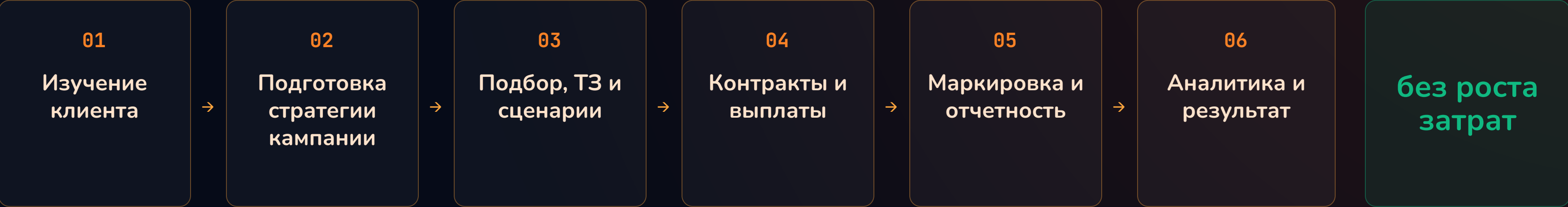


Без единой системы, без возможности доказать результат – и на площадках, которые одна за другой уходят из легального поля.

Не очередной каталог блогеров, а команда AI-агентов, которые ведут кампанию целиком

Ту самую работу **×200** берут на себя AI-агенты. Затраты перестают расти вместе с числом блогеров.

ТОТ ЖЕ ЦИКЛ – НО ЕГО ВЕДЕТ AI



Команда AI-агентов в рамках единой платформы ведет цикл от брифа до отчета. Под каждую задачу выбираем лучшую доступную модель – мы не заперты в один стек.

Глубокий анализ Клиента и подготовка Кампании

Агент **Nick** делает Client Intelligence, создает кампанию и стратегию ее реализации, Агент **Hunter** анализирует цели кампании и собирает состав блогеров под задачу – с проверкой на накрутки. Не «выберите из базы», а «получите тех, кто даст результат».

Измеримый результат, а не размещения

Бренд платит за результат – и видит его. Агент **Willie** пишет персональные сценарии, AI-агент **Visory** мониторит каждую вышедшую интеграцию каждого блогера. Агент **Holmes** готовит глубокую аналитику и отчетность.

Нишевые приложения как инвентарь

Теплый, эксклюзивный и **легальный** инвентарь. **Dragon Family** – первое; дальше подключаем лидеров других ниш. Виден весь путь: от поста блогера до поведения пользователя в приложении.

Реальные кампании, реальные бренды, измеримый результат

2500+

интеграций с блогерами

550 млн+

охватов по всем кампаниям

3,8%

средний Engagement Rate

90К

средние охваты одного поста

48

лидов в воронке · бренды и агентства

КЕЙС ФАРМАМЕД

Smart Fruits

2 мес

длительность кампании

30 млн

охватов

100

блогеров

150

интеграций

4%

ER

НОВЫЙ СОБСТВЕННЫЙ ИНВЕНТАРЬ

2

AI-блогера созданы нашей командой

общие охваты 50 млн, ER = 4,9%

НАШИ КЛИЕНТЫ

Alfa-Bank

WINK

more than 30 since 1995

PharmaMed

Более 30 лет доверия

BESINS HEALTHCARE

By your side, for life

Monada Medical group Ltd

DRAGON FAMILY

здоровье.ру

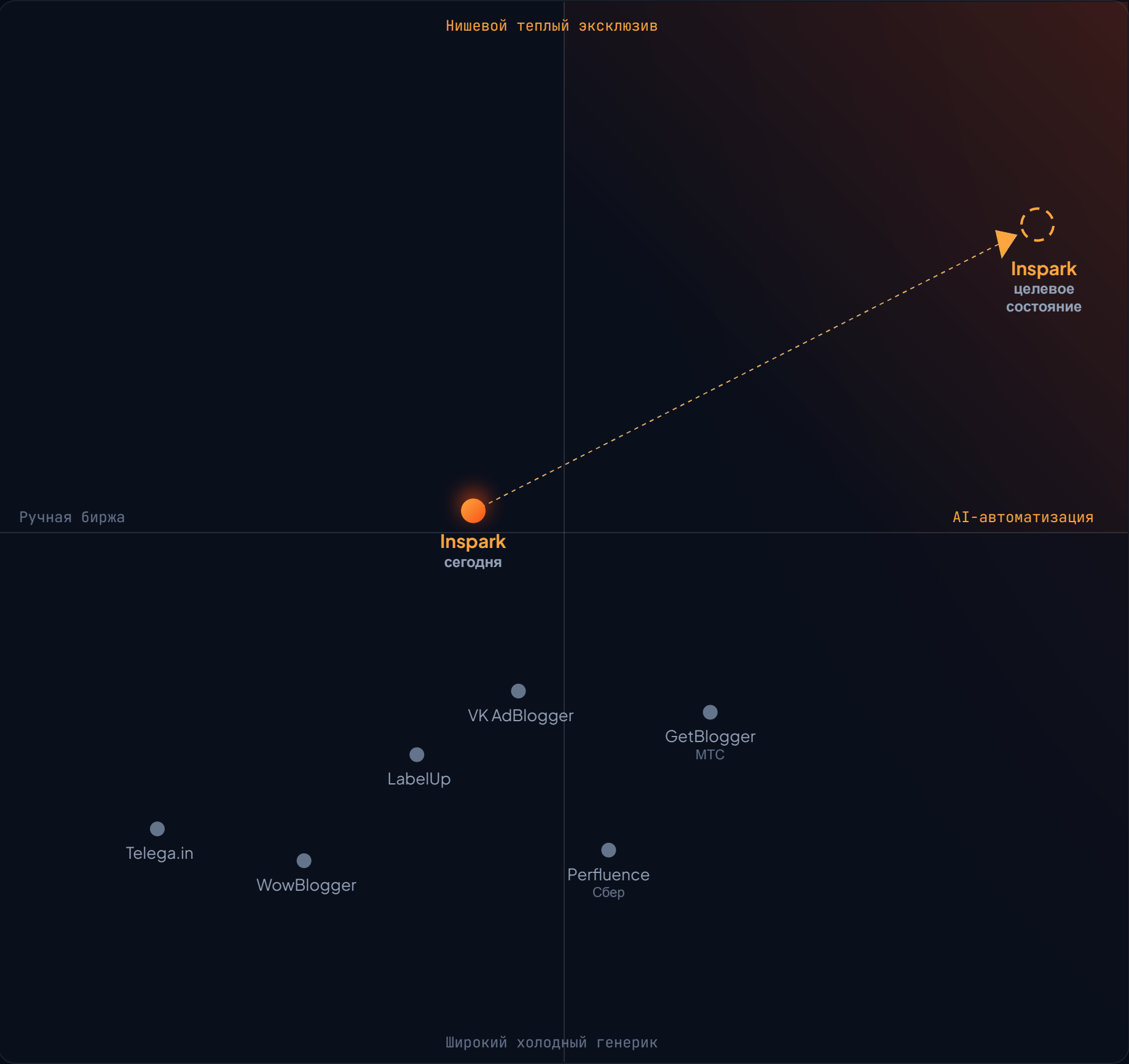
Catalist

TIJON

НАШИ AI-БЛОГЕРЫ

Inspark Animation Forge

Правый-верхний угол – AI x ниша – пока пуст



ПОЧЕМУ ТАКИЕ ОСИ

X – AI-автоматизация полного цикла
 (подбор→бриф→продакшн→QA→ОРД→отчет), а не AI-кнопка: самоцель – не ИИ, а полная цифровая эффективность работы с мелкими блогерами; только так 200х ручного труда становится рентабельным. Под каждую задачу – лучшая модель, не заперты в один стек.

Y – качество инвентаря, а не ширина: по ширине Сбер/МТС с их экосистемами (банк, телеком, маркетплейсы, кинотеатры) нас превосходят – и это честно; но их инвентарь широкий и холодный. Наша сила – узкий, теплый, вовлеченный нишевой эксклюзив и модель **роллапа нишевых чемпионов**: под каждую нишу – свой лидер, усиленный нашим AI. Экосистемного гиганта побеждают не шириной, а глубиной ниши.

Где мы сегодня: AI-цикл пока с участием людей, нишевой эксклюзив еще активируем – отсюда левый-нижний угол, честно рядом с полем. **Цель:** весь цикл ведут AI-агенты, наши нишевые инвентари покрывают 2–3 ЦА наших Клиентов. Туда инвестируем привлекаемые средства.

Запрет классических инвентарей не уменьшил рекламные бюджеты. А с 2027 года легальным может остаться только российский инвентарь. Рекламодатели стали искать новые возможности.

Рынок

60 млрд ₹

рынок рекламы у блогеров в России

оценка АКАР

Динамика

+20%

рост вдвое быстрее рекламного рынка (+8,5%)

АРИР, АКАР

Прогноз

~100 млрд ₹

объем рынка к 2030 году

при консенсус-прогнозе CAGR 12–13%

ЧТО ЭТО ЗНАЧИТ

В марте 2026 ФАС распространила запрет рекламы на **Telegram** и **YouTube** – это около 60% всех бюджетов. Отсрочка действует **только до 31 декабря 2026 года**. Крупные рекламодатели уже не ждут: за весну перераспределено 30–40% бюджетов Telegram.

Выигрывает тот, чей инвентарь **легален, измерим и не может быть заблокирован** – то есть собственные и партнерские приложения. Именно там мы и стоим.

Чистая прибыль как результат бескомпромиссной автоматизации

На трудном рынке Рекламодатель будет бороться за эффективность инвестиций в рекламу как никогда ранее. И на этом рынке можно зарабатывать, повышая собственную эффективность за счет AI и автоматизации – это то, в чем у нас многолетний опыт, один из лучших в России.

30%

комиссия с кампании – наша
валовая прибыль

до 10%

расходы на масштаб –
кампании ведут AI-агенты

20%

чистая прибыль – свободный
денежный поток

НАШ ПУТЬ

ЭТАП 1 · 2026–2027

Технологическая платформа рекламных агентств

Интеграция с крупнейшими группами – Okkam, ADV, OMD, MGCom – и с агентствами поменьше. Простой онбординг и автоматизация размещения: подключаем партнеров и растим объем продаж **без пропорционального роста расходов** за счет AI-зации и автоматизации.

ЭТАП 2 · 2027–2028

Self-service для массового рынка рекламодателей

Тысячи компаний запускают кампании сами. Это не формы и не каталог блогеров – **у каждого клиента личная маркетинговая команда AI-агентов**: профессиональный разговор с ее лидером, дальше команда организует все сама. Запускаем уже в 2027 году.

РОСТ ВЫРУЧКИ, Р · ФАКТ И ПЛАН

бюджеты клиентов, проходящие через платформу · шкала логарифмическая



Контрактов на 2026 уже подписано еще на +5,6 млн Р.

Привлекаем 50 млн ₽ на 12–18 месяцев роста

Стратегия Go-to-Market – предельный фокус: технологическое лидерство, ЦА – FMCG-бренды, Креаторы – маленькие блогеры с вовлеченной аудиторией, два канала продаж в балансе: прямые продажи + партнерство с рекламными агентствами. Ключ к победе – AI-платформа [my.inspark.me](#)

КАК РАСТЕМ

ДВА КАНАЛА ПРОДАЖ

- партнер рекламных агентств (Okkam, MGCom, ADV) – мы выстраиваемся в большие кампании
- прямые продажи FMCG-брендам (крупным и средним).

КЛИЕНТЫ С МАССОВЫМ ПРОДУКТОМ

Массовые товары и услуги для детей, подростков и их родителей – аудитория 6–65 лет: еда, игрушки, одежда, посуда, витамины, безрецептурные препараты, услуги. Здесь наш нишевый инвентарь и доверие аудитории сильнее всего.

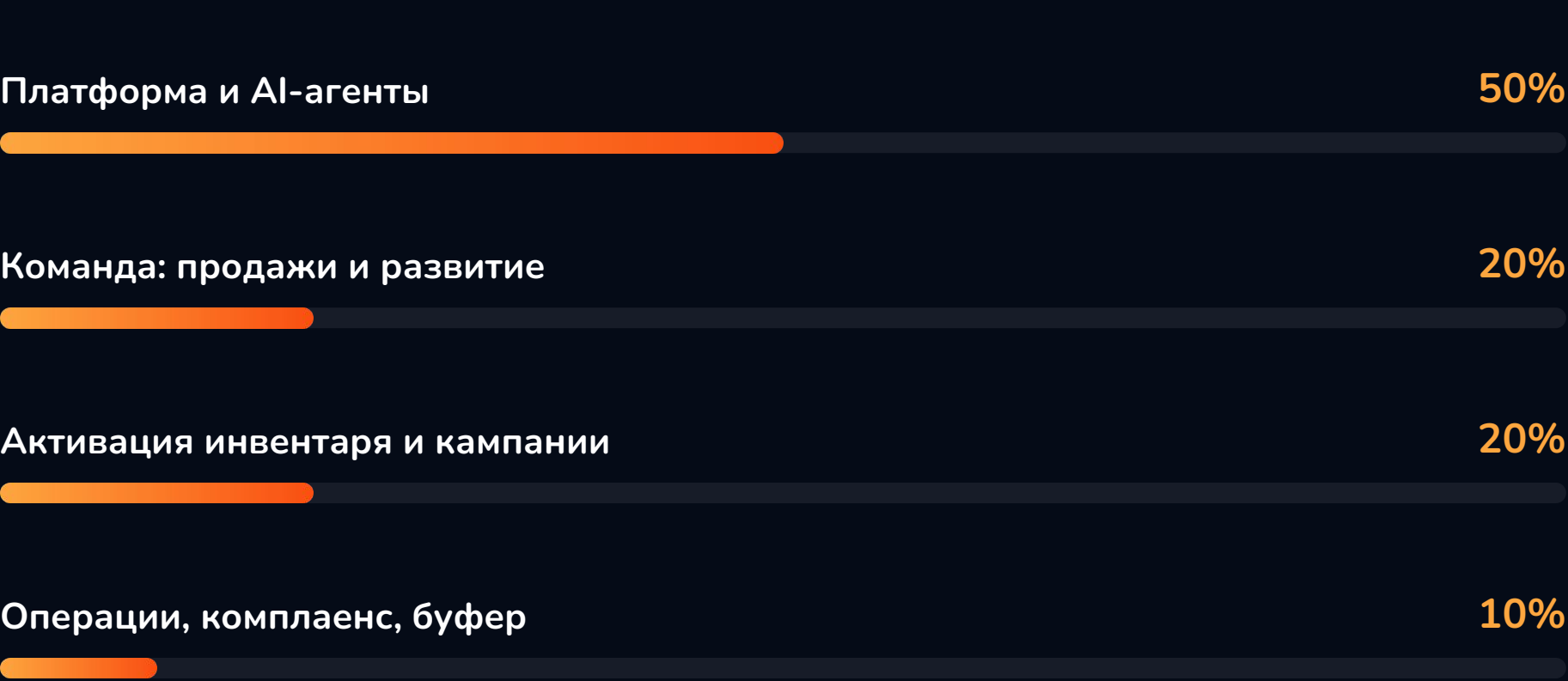
ФОКУС НА МАЛЕНЬКИХ БЛОГЕРАХ

Блогеры с охватом до 1 млн и теплой аудиторией: пост видят 20–70% подписчиков против 5–15% у звезд – глубокое проникновение и лояльность. Селебрити и крупных блогеров не берем.

ДОКАЗАТЕЛЬНЫЙ ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ

Пилот: тестирование гипотез, поиск верных типажей блогеров и сценариев, результаты в цифрах → Утверждение результатов пилота и долгосрочной стратегии продвижения → Масштабирование.

НА ЧТО ИДУТ ДЕНЬГИ



ЦЕЛИ К СЛЕДУЮЩЕМУ РАУНДУ

- ✓ Платформа в проде, подключены агентства-партнеры.
- ✓ Выручка 100 млн ₽ в 2027 году.
- ✓ Подключена вторая ниша помимо Dragon Family.
- ✓ Операционный безубыток.