



# TRAVEL BLOCK

Vacationing Through The **Blockchain**

[travelblock.io](https://travelblock.io)

**Настоящий документ подготовлен для распространения исключительно в информационных целях и не является руководством по инвестициям.**

Его цель - описать предварительные планы TravelBlock от разработки нового токена блокчейн («Токен»), который будет использоваться на платформе, спонсируемой TravelBlock («Платформа»). Никакая информация, предоставленная в данном документе, не должна быть воспринята ни как гарантия или обещание о том как бизнес TravelBlock, Платформа или Токен будут развиваться, ни как оценка ценности Платформы или Токенов. Хотя в данной whitepaper представлены текущие планы TravelBlock, в будущем эти планы могут быть пересмотрены по усмотрению TravelBlock в связи с техническими, нормативными или рыночными изменениями, и конечный успех этих планов зависит от многих внешних факторов, независимых от TravelBlock. Хотя TravelBlock стремится быть максимально точным в отношении фактов и анализа, содержащихся в данном документе, эти факты и анализ могут оказаться неверными. Данная whitepaper не является выражением мнения или рекомендацией по продаже или предложением TravelBlock о покупке токенов TRVL. Как и все криптовалюты, покупка токенов TRVL подвержена многим потенциальным рискам, и покупатели токенов могут потерять часть или все свои средства, использованные для совершения этой покупки.



## 01 Обзор

## 02 Проблемы с GDS

- 2.1. Стоимость GDS
- 2.2. Проблемы безопасности GDS

## 03 Проблемы с Онлайн Турагентством

- 3.1. Стоимость Онлайн Турагентства
- 3.2. Безопасность Онлайн Турагентства
- 3.3. Отсутствие прозрачности Онлайн Турагентства

## 04 Общие проблемы надежности

- 4.1. Овербукинг
- 4.2. ненадежные отзывы

## 05 Решение TravelBlock

- 5.1. Модель Cost-Plus (Стоимость плюс), напрямую соединяющая клиентов с поставщиками услуг
- 5.2. Безопасность по средствам системы блокчейн
- 5.3. Включение в группу закрытых пользователей
- 5.4. Онлайн распространение
- 5.5. Проверенные отзывы

## 06 Другие преимущества

- 6.1. Программа вознаграждений TravelBlock
- 6.2. Реферальная программа TravelBlock
- 6.3. Консьерж сервис

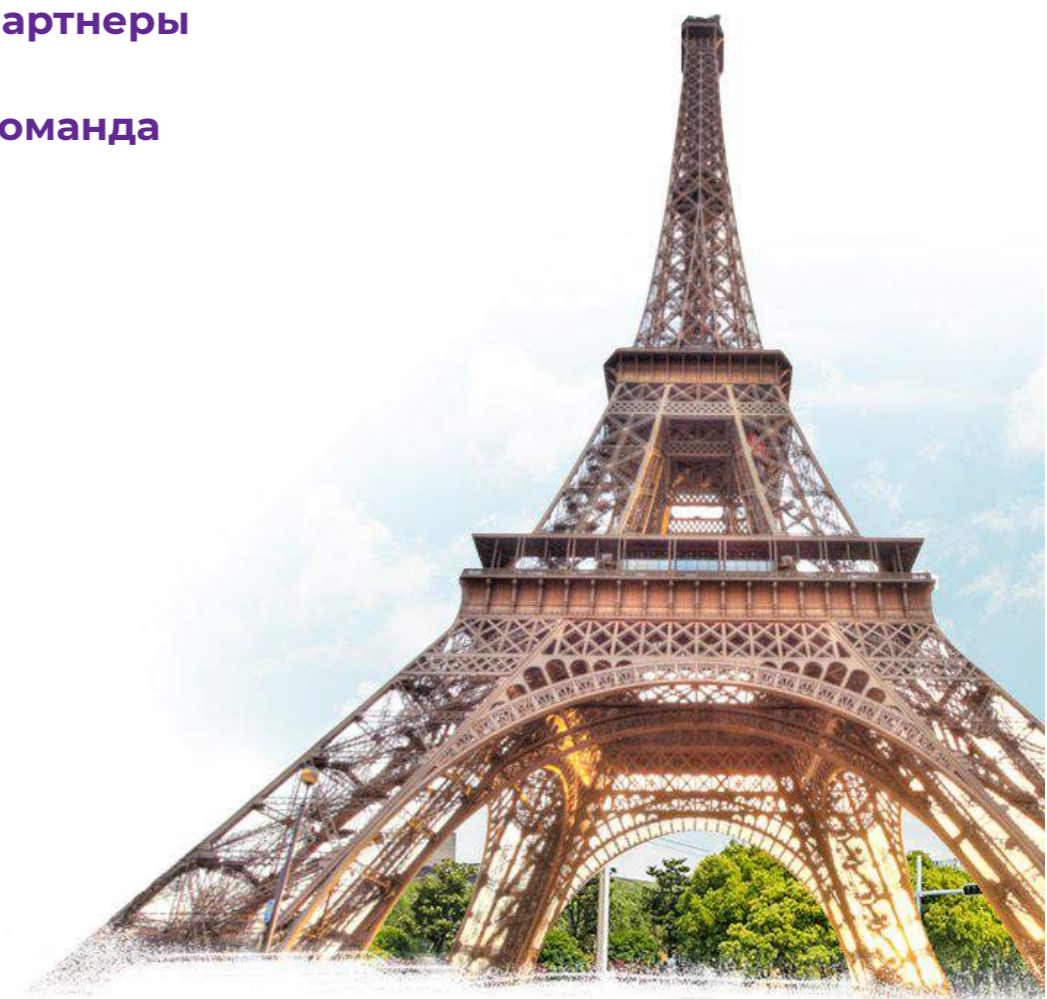
## 07 TRVL токен

## 08 ICO и распределение

## 09 Дорожная карта

## 10 Партнеры

## 11 Команда



TravelBlock произведет революцию в бронировании поездок, напрямую связав путешественников с поставщиками услуг посредством блокчейна, что позволит сэкономить на поездках 30-60%, а также значительно повысить надежность, прозрачность и безопасность транзакций.

Текущая экосистема бронирования поездок находится под управлением двух структур, состоящих из мощных посредников, которые стоят между покупателями и поставщиками: Глобальная дистрибьютерская система (GDS) и Онлайн Турагентства (OTA).

GDS - это изначально компьютеризированная сеть B2B- бронирования, используемая как единая точка доступа для создания и отслеживания авиакомпаний, отелей и аренды автомобилей туристическими агентами, OTA и консорциумами, такими как American Express. Совместно с Sabre, Galileo, Amadeus и Travelport контролируют большую часть индустрии GDS. Эти компании берут значительную плату за использование этих сетей - например, средняя добавленная стоимость авиабилета, забронированного посредством GDS составляет \$ 12 (USD), а средняя комиссия за бронирование гостиницы составляет 20%. Разработанная первоначально в 70-х и 80-х годах, GDS превзошла всемирную сеть, и, к сожалению, безопасность этих устаревших систем не отвечает современным понятиям веб-безопасности. Доступ к частной информации о пассажире предоставляется с использованием всего лишь одного 6-значного идентификатора в сочетании с фамилией путешественника, позволяя любому, у кого есть эта информация, вносить изменения в бронирование или иметь доступ к домашнему адресу или электронной почте путешественника.

Со стороны OTA доминируют две компании: Priceline Group (включая Booking.com) и Expedia (которая включает Travelocity и Orbitz). Онлайн-бронирование в 2016 году превысило \$ 523 трлн (USD), что составило более половины рынка всех продаж туристических поездок, а их доля на рынке продолжает расти. Эта эффективная дуополия позволила OTA наложить «установленный рейт» на поставщиков туристических услуг, гарантируя, что никто, кроме OTA не может предлагать цены ниже, даже на собственных веб-сайтах поставщиков.

TravelBlock заменит скрытые сборы и искусственные цены с помощью простой модели «стоимость плюс», основанной на блокчейне. Ресурсы для путешествий приобретаются с оптовой скидкой у элитных провайдеров и регистрируются на безопасной платформе. Участники (кто купил один токен TRVL) могут забронировать авиарейс, гостиницу, круиз или прокат автомобилей на этой платформе с помощью TRVL токенов, в результате транзакции выполняются незамедлительно и надежно записываются на блокчейне. Поскольку платформу TravelBlock могут использовать только пользователи веб-сайта, который требует входа в систему и является закрытым, позволяя TravelBlock обходить установленный рейт и разницу в стоимости и тем самым предлагать своим клиентам значительно более низкую цену.

В дополнение к значительной экономии и подлинной безопасности TravelBlock предоставит множество дополнительных льгот и преимуществ по сравнению с современными системами бронирования. Программа вознаграждений TravelBlock предложит существенную скидку при каждой покупке, в некоторых случаях до 35%, возвращая TRVL токены участникам, которые могут использовать их на следующие путешествия. Реферальная программа TravelBlock вернет до 5% всех TRVL токенов, потраченных лицом, указанным в реферере. Платформа TravelBlock также будет включать услуги премиум консьерж-сервиса, которые позволят участникам получить которые могут использовать их на следующие путешествия. Реферальная программа TravelBlock вернет до 5% всех TRVL токенов, потраченных лицом, указанным в реферере. Платформа TravelBlock также будет включать услуги премиумконсьерж-сервиса, которые позволят участникам получить максимальное удовольствие от своих планов на отдых. максимальное удовольствие от своих планов на отдых.

Во всем мире туристическая индустрия представляет собой колеблющееся предприятие стоимостью 7,6 трлн (USD), которое создает огромную возможность технологического сбоя для тех, у кого есть правильное сочетание опыта, связей, проницательности и технических навыков. Поставщики путешествий и потребители разочарованы статусом-кво, высокими комиссиями и тарифами, монополистическими посредниками, извлекающими выгоду при каждом бронировании. Команда TravelBlock, состоящая из различных отраслевых специалистов с более чем 50-летним опытом в индустрии туризма и гостеприимства, занимает уникальную позицию, чтобы воспользоваться данной возможностью. Их опыт уже используется для формирования партнерских отношений с большинством ведущих поставщиков туристических услуг, обеспечивая доступ к лучшим ресурсам. Кроме того, платформа бронирования уже разработана и готова к конверсии в блокчейн. Для GDS и OTA – это плохое предзнаменование.



## 1.1 Стоимость GDS

Как отмечалось выше, GDS функционирует как посредник, связывающий поставщиков туристических услуг с другими компаниями, участвующими в распределении туристических услуг, таких как туристические агенты, OTA и крупные туристические консорциумы, такие как ABC, BSI, American Express, BCD, CCRA, Carlson Wagonlit, Radius, и Thor. GDS функционирует как централизованная цифровая база данных для осуществления и отслеживания бронирований для своих клиентов, позволяя им координировать бронирования по всему миру в режиме реального времени.

В свою очередь, компании GDS взимают со своих клиентов плату за каждую транзакцию. В зависимости от сделки, которую поставщик путешествий может совершить и ценовой структуры конкретной компании GDS, плата за бронирование варьируется от примерно 2-4% стоимости авиабилета и от 15 до 20% за бронирование отеля. Это составляет около 12 долларов США за каждый авиабилет, что примерно в двадцать раз превышает стоимость продажи через прямые каналы. Для отелей стоимость бронирования составляет от 10 до 15 долларов США. В то время как провайдеры туристических услуг могут напрямую оплачивать сборы, это потребители, кто несет дополнительные расходы, поскольку для того, чтобы не быть в убытке, сборы должны быть заложены в стоимость.



## 1.1 Стоимость GDS

Помимо сборов за транзакцию, компании GDS также собирают ряд дополнительных сборов, включая начальную плату, годовую плату за обслуживание и оплату доступа и использования своей базы данных. Одно можно сказать наверняка, компании GDS разжились за счет прибыли от поставщиков, сгребая миллиарды долларов каждый год. Только в Travelport доходы выросли на 7% по сравнению с предыдущим годом.

В отрасли растет сопротивление к большим издержкам, связанным с использованием GDS. Был огромный, если не сказать очень успешный толчок среди гостиничной индустрии, направленный на повышение уровня прямых продаж через свои собственные веб-сайты с намерением избежать GDS и OTA. Авиакомпании, особенно European airlines, ведут собственный бунт. Ryanair отменил соглашение с Amadeus, сославшись на непомерные сборы. Lufthansa теперь накладывает дополнительную надбавку в размере 16 долларов за билет, забронированный с использованием GDS, тем самым присоединяясь к Air France, KLM и British Airways, которые также налагают дополнительные сборы за использование GDS. Перевозчики также начали использовать стратегию разделения платы за еду и багаж, как способ сокращения процента, который они вынуждены платить GDS (и OTA).

## 2.2 Проблемы безопасности GDS

Мало кто знает, как легко сделать доступной свою личную информацию, когда люди бронируют путешествия через GDS. Причиной этого является запись регистрации пассажира (ЗРП) - экосистема данных, через которую GDS, а с ее помощью и десятки тысяч поставщиков туристических услуг, используют для отслеживания бронирований.

Всякий раз, когда кто-то осуществляет бронь, для этой транзакции создается ЗРП. ЗРП включает в себя:



### Сведения о бронировании:

включая аренду автомобилей, гостиницу и багаж.



### Личную информацию:

включая номера телефонов, дату рождения, адрес электронной почты, и, возможно, почтовый адрес и паспортные данные.



### Информацию о частоте полетов

И для тех, кто имеет или может взломать доступ к GDS: данные



кредитной карты или другую платежную информацию



## 2.2 Проблемы безопасности GDS

GDS была одной из самых ранних «облачных» систем хранения данных, которая использовалась задолго до появления современной сети. В результате система ЗРП не была разработана с учетом безопасности. Вместо этого она была разработана, чтобы максимизировать быструю передачу данных, в то время, когда инфраструктура связи могла справляться только со значительно меньшими объемами информации.

ЗРП привязан к шестизначному буквенно-цифровому коду, известному каждому, кто использовал его для получения посадочного талона в окне авиакомпании. Этот код печатается везде, начиная с посадочных талонов и заканчивая багажом, иногда он скрыт штрих-кодом (который можно легко прочитать с помощью телефонного приложения), но часто просто отображается в проездных документах.

Для доступа к ЗРП требуется только две вещи: шестизначный идентификатор и путешественника. Это не только предоставляет личную информацию путешественника, но также позволяет вносить изменения или отменять бронирование. Исследователи из Берлинских исследовательских лабораторий по безопасности заявили: «Пока остальная часть Интернета обсуждает, какие второй и третий дополнительные факторы использовать, для аутентификации GDS не предлагает даже первый».

Эксперты по вопросам безопасности Карстен Ноль и Неманья Никодиевич на 33-м Всемирном Конгрессе Хакеров в Гамбурге

### Незащищенный доступ:

несколько глобальных баз данных хранят информацию о путешественниках в системах, которые развивались десятилетиями и в настоящее время не имеют современной IT-безопасности

### Простая идентификация:

Пассажиры идентифицируются только со своей фамилией и легким (часто последовательным) кодом бронирования, который также печатается на посадочных талонах и багажных бирках

### Недостаточный уровень

Многочисленные веб-интерфейсы допускают взламывание этих кодов бронирования, что приводит к нарушению приватности клиентов

### Отсутствие регистрации:

: путешественники никогда не узнают, кто воспользовался их личной информацией, поскольку доступ к ЗРП на международном уровне не регистрируется

## 2.2 Проблемы безопасности GDS

Безопасность GDS была настолько слабой, что в начале выступления Ноль извинился перед аудиторией за то, что не так много будет рассказано про технику хакеров, так как она почти не применялась.

Несмотря на давление со стороны многочисленных групп безопасности и заинтересованных правительств, компании GDS отказались от улучшения безопасности системы ЗРП путем добавления другого этапа идентификации, либо даже просто регистрации, необходимой для доступа к ЗРП. Стоимость реструктуризации была бы огромной, по оценке для внесения необходимых изменений потребовалось бы до 2 млрд. долл. США.



## 3.1 Стоимость Онлайн Турагентства

Хотя OTA взимают сравнительно такую же плату за бронирование авиабилетов как и GDS, примерно 2-4%, за бронирование отеля они взимают значительно большую комиссию, в среднем 20-30%. Кроме того, отели платят дополнительную комиссию в размере около 3%, если они хотят «преференциальный листинг», который означает, что доступные номера отеля будут отображаться ближе к верхней части списка поиска. Сборы настолько непомерны, что один эксперт прокомментировал, что «это заставляет отельеров задуматься, не управляют ли они на самом деле франшизой под контролем Expedia».

Комиссии OTA по отелям не всегда были такими высокими - вначале их комиссии были ближе к 5-10%. Но поскольку OTA доминируют на рынке бронирования путешествий, этот коэффициент комиссии увеличивается не по дням, а по часам.

Как и с GDS, сети отелей недавно пытались отмежеваться от зависимости от OTA, стремясь привлечь потенциальных клиентов к своим собственным веб-сайтам для прямых продаж. Но для отелей, даже просто бросить вызов веб присутствию OTA является почти непреодолимой задачей. В то время как отели тратят только 6-9% своего дохода на маркетинг, а OTA, используя преимущества сокращенных расходов на инфраструктуру, присущих онлайн-компаниям, тратят 35-40%. В 2016 году группа Priceline потратила \$ 3,5 млрд (USD) только на Google Adwords. Даже поиск отеля по названию часто приведет вас прямо к одному из многочисленных сайтов OTA, которые имеют близкое сходство с веб-страницей отеля. Проще говоря, гостиницы не в состоянии самостоятельно конкурировать с OTA за присутствие в Интернете.



### 3.1 Стоимость Онлайн Турагентства

Полностью осознавая свою командную позицию на рынке, ОТА не сомневались в ее использовании. Чтобы быть размещенными, отели вынуждены принимать односторонние соглашения о единой цене, которые гарантируют, что они никогда не будут публично предлагать лучшую цену, чем та, которая указана на сайтах ОТА и даже на своих собственных сайтах. ОТА также следили за соблюдением этих соглашений. В процессе опроса было выявлено, что 40% британских отелей сообщают, что им угрожали ОТА за нарушение соглашений о ценообразовании. Комментируя в докладе ЕС о проблемах в отрасли, один эксперт отметил, что положения о паритете ставок «могут иметь такой же эффект, как картель», потому что «если одна крупная фирма говорит: «Мы используем предложение о паритете цены », цена более или менее фиксируется на рынке ».



## 3.2 Безопасность Онлайн Турагентства

Хотя ОТА используют более надежную стратегию безопасности, чем GDS, этого недостаточно, чтобы быть защищенными от хакерских атак. В этом году Orbitz признал, что в последнем квартале 2017 года был получен доступ к более 880 000 записей платежных карт, включающих имя, данные платежной карты, дату рождения, номер телефона, адрес электронной почты, физический и / или платежный адрес и пол.

И Expedia, и Booking.com признали, что их записи также были взломаны. Используя персональные данные, полученные с этих сайтов о недавних бронированиях клиентов, хакеры создали схемы фишинга, в которых они маскируют себя как отель для получения информации о кредитной картею



### 3.3 Отсутствие прозрачности Онлайн Турагентства

В дополнение к высоким комиссиям и слабой безопасности ОТА были обвинены в многочисленных обманных действиях в отношении ценообразования и структур размещения, в том числе:

**Приманка и маневрирование ценами:**

пользователи считают, что первоначально низкий уровень, который они пытались зарезервировать, заменяется существенно более высоким при регистрации. Эта проблема связана с тем, что показатель ОТА - часто обновляемые данные. Рекламируемые тарифы не включают сборы и налоги, вводя в заблуждение пользователя.

**«Персонализированное» ценообразование:**

Нераскрытые алгоритмы корректируют указанную цену на основе истории браузера пользователя и схем расходов

**Вводящие в заблуждение утверждения:**

Номера указаны как «Больше нет номеров в этом отеле», когда на самом деле они просто недоступны на сайте.  
Предложения перечислены как «Только сегодня!», когда на самом деле предложение существует на неограниченный срок.

**Непрозрачный алгоритм поиска результатов:**

Нераскрытые алгоритмы корректируют порядок результатов поиска.

Отели оплачивают дополнительную комиссию за более высокий листинг.

Недостаточно проверенные благоприятные отзывы приводят к более высокому размещению.

## 4.1 Овербукинг

Вирусные видеоролики пассажира с билетами, которого высадили с рейса United, привлекли внимание общественности к овербукингу. Практика, однако, уже давно является законной и отраслевой. Это не только удел авиа индустрии, но и гостиничная отрасль также присоединяется

Дилемма для поставщиков туристических услуг заключается в том, что определенный процент туристов, осуществивших бронь, не приедет. Для борьбы с тем, что иначе было бы потерянной продажей, обе отрасли разработали алгоритмы, которые пытаются прогнозировать фактический процент неявившихся пассажиров с учетом объема трафика, и соответственно осуществлять овербукинг.

Поскольку это прогнозирование является вероятностным, неизбежно некоторые пассажиры будут вынуждены совершить другой рейс или найти другие места. Несмотря на то, что клиенты получают компенсацию за неудобства, практика чрезмерного резервирования снижает доверие потребителей к общей надежности и целостности индустрии путешествий.

## 4.2 Ненадежные отзывы

Отзывы клиентов являются одним из самых больших драйверов для покупок в Интернете: 61% потребителей читают отзывы, перед тем, как сделать покупку, уровни конверсии увеличиваются на 133% после прочтения положительного отзыва. Ставки еще выше в индустрии туризма, поскольку положительные отзывы приводят к более высокому месту при листинге OTA.

К сожалению для потребителей, фейковые или фальшивые отзывы поражают большинство онлайн-сайтов – по некоторым оценкам количество фальшивых отзывов составляет 15%, и OTA не являются исключением из правил. Проанализировав более 40 000 отзывов TripAdvisor исследование показало, что около 20% из них были либо ненадежными, либо фальшивыми. Ассоциация Bed and Breakfast заявила, что OTA часто не подтверждают, что отзывы действительно были написаны кем-то, кто забронировал жилье.

Хотя OTA недавно попытались улучшить скрининг, проблему трудно решить, поскольку подтверждение достоверности не включено в процесс написания отзыва, тем более что отзывы могут быть оставлены анонимно.

Решение TravelBlock вопросов, связанных с доминированием GDS / OTA при бронировании поездок, может быть проиллюстрировано путем подробного изучения бизнес-модели. Эта модель состоит из четырех основных элементов:



Модель Cost-Plus, напрямую соединяющая клиентов к поставщиками услуг



Безопасность посредству блокчейна



Закрытая группа потребителей



Онлайн распределение



## 5.1 Модель Cost-Plus (Стоимость плюс), напрямую соединяющая клиентов с поставщиками услуг

В отличие от GDS/OTA, TravelBlock не функционирует как посредническое агентство, облегчающее проведение транзакций между поставщиками и потребителями. Вместо этого TravelBlock охватывает прямую «затраты-плюс» модель розничной продажи.

TravelBlock покупает ресурс прямо у элитных поставщиков путешествий со скидкой по оптовым ценам. Затем он продает это оборудование с прибылью непосредственно своим членам на своем веб-сайте, предлагая им цену значительно ниже цен, указанных OTA. (см. также 5.3 ниже) Избегая в целом экосистему GDS/OTA, члены TravelBlock не платят комиссионные или скрытые сборы

Поскольку участники непосредственно покупают поездку, а не просто резервируют ее, они избегают овербукинга.

Поскольку TravelBlock включает в список только собственные ресурсы, с поставщиков услуг не взимается дополнительная комиссия за льготный листинг. Поиск на платформе вместо этого осуществляется с помощью настроек фильтра самим потребителем.

Цены на платформе TravelBlock генерируются прямо по «затратам плюс»; они никогда не будут «персонализированы» или скорректированы в зависимости от моделей расходов участника или истории браузера. Поскольку ресурсы не являются взаимозаменяемыми, то клиент не увидит цен, вводящих в заблуждение.

Наконец, отраслевые связи TravelBlock позволили же наладить партнерские отношения со многими элитарными поставщиками туристических услуг, гарантирую предоставление востребованных и привлекательных услуг, а также их доступность при запуске. (см. список нижеприведенных Партнеров). Участники будут иметь неограниченный доступ к ресурсам, как и в большинстве OTA, а также к более 500 000 частным курортам, которые можно забронировать в любое время.

### Стоимость плюс означает:

- ✓ Нет комиссионных
- ✓ Нет скрытых сборов
- ✓ Отсутствие овербукинга
- ✓ Отсутствие преференциального листинга
- ✓ Нет динамического ценообразования

## 5.2 Безопасность по средствам системы блокчейн

Блокчейн является самым основным криптографически защищенным децентрализованным распределенным регистром. Данные записываются блоками, каждый из которых содержит криптографический хеш предыдущих блоков в своей серии, связывающий их вместе в единую цепочку. Эти блоки не размещаются на центральном сервере, а наоборот хранятся на множестве разных компьютеров независимо друг от друга. Запись новой информации на блокчейн может быть осуществлена только если все сетевые валидаторы достигают консенсуса в отношении того, что целостность цепи сохранится, и поскольку каждый новый блок содержит хэш предыдущего блока в цепи, очень сложно изменить содержимое без предварительного нарушения большей части сети

TravelBlock будет построен как DApp (децентрализованное приложение) на блокчейне Ethereum. Токен TRVL, будет стандартным маркером ERC20, который участники смогут обменивать на ресурс путешествия на платформе. Поскольку не все члены TravelBlock будут иметь криптовалюту, TravelBlock также будет сотрудничать с Processing.com, чтобы обеспечить беспрепятственное преобразование бумажной валюты и TRVL непосредственно на платформе.

### Преимущество Блокчейн

**Децентрализованный криптографически защищенный регистр предотвращает кражу данных клиентов после проведения транзакции. централизованные платформы, которые используют ОТА, не могут этого обеспечить.**

TravelBlock будет использовать блокчейн для создания нестираемого и безопасного регистра для всех транзакций клиентов, защищая информацию от хакеров и формируя надежную запись данных, с которыми можно ознакомиться в случае возникновения каких-либо проблем или разногласий.

В отличие от устаревших и уязвимых систем GDS, блокчейн представляет собой новейшую криптографическую защиту. Централизованные платформы имеют единый доступ к данным, что увеличивает их уязвимость перед хакерами. Децентрализованный и зашифрованный характер того, как информация о транзакции будет записана и проверена в регистре TravelBlock, будет защищать ее именно от хакерских атак, которые позволяли взламывать информацию о личных данных и кредитных карты с централизованных платформ, используемых Expedia и Booking.com.

## 5.3 Включение в группу закрытых пользователей

Соглашения о единой цене OTA не позволяют поставщикам туристических услуг выкладывать в открытый доступ цены ниже, чем на сайтах OTA. Но, к счастью, существует лазейка, а именно, можно создать группу закрытых потребителей. Необходимо стать членом закрытой группы потребителей, чтобы получить доступ к ресурсам - известный американский пример - Costco. Предложения, сделанные внутри группы не являются общедоступными, они «отгорожены» от соглашений о единой цене и, следовательно, могут предлагаться по значительно более низкой цене.

### **Закрытая группа потребителей**

**Имея один токен TRVL = членство в TravelBlock.**

**Участники имеют доступ к ресурсам на веб-сайте TravelBlock**

**Закрытое членство позволяет TravelBlock игнорировать установленную цену и уменьшать прибыль, предоставляя своим членам общую экономию до 30% -60%.**

Внедрение TravelBlock блокчейна обеспечивает формирование закрытой группы потребителей через TRVL токен. Владение одним TRVL токеном достаточно для того, чтобы стать участником группы и получить доступ к веб-сайту TravelBlock. Поскольку этот веб-сайт требует входа в систему и открыт только для зарегистрированных членов, листинг не является общедоступным, что позволяет TravelBlock обходить искусственные цены, которые OTA наложили на рынок через соглашения о единой цене

Если объединить сбережения, полученные за счет отмены сборов OTA / GDS и комиссий, вместе с уменьшенной надбавкой за использование туристических услуг, члены TravelBlock могут сэкономить около 30-60% при каждой покупке путешествия.

## 5.4 Онлайн распространение

Как мы видели в разделе Стоимость OTA, поставщики туристических услуг не могут конкурировать с онлайн-присутствием OTA в большей степени из-за огромной разницы в ресурсах, которые OTA могут инвестировать в маркетинг - 35-40%, в отличие от 6-9%, которые могут позволить себе поставщики. OTA имеют два преимущества:

**1**

**Координатором их бизнеса являются продажи и маркетинг, и**

**2**

**Существуя исключительно онлайн радикально снижает затраты на инфраструктуру по сравнению с неvirtуальными аналогами.**

Не имея другого варианта поставщики туристических услуг замыкаются в долгом цикле с OTA, нуждаясь в доходах, которые получают от OTA, но OTA уязвимы со своими односторонними требованиями к установлению цен и постоянно растущими сборами и комиссиями. По мере того, как этот цикл ухудшается, неудовлетворенность поставщиков услуг существующей экосистемой становилась сильнее и более гласной, но это не позволило им вырваться из ловушки.

К счастью для них, TravelBlock может использовать те же преимущества, что и OTA, и в то же время отказывается от своей монополистической и хищнической бизнес-модели.

Как и OTA, TravelBlock использует модель онлайн-дистрибуции, уменьшая затраты на инфраструктуру. Благодаря этому TravelBlock может потратить эквивалентную сумму на маркетинг, текущий план составляет 40% от выручки.

На этом заканчивается то общее, что существует у OTA и TravelBlock. Для борьбы с OTA, уже закрепившим позиции на рынке, TravelBlock имеет три основных вида оружия: превосходную цену, подлинную безопасность и неудовлетворенность путешественников и поставщиков туристических услуг со статусом-кво. Предлагая более привлекательную сделку как для поставщиков, так и для клиентов, используя современные технологии, TravelBlock нацелен на то, чтобы бросить вызов монополии OTA на их же собственной территории.

## 5.5 . Проверенные отзывы

И последнее, но не менее важное: платформа TravelBlock, доступная только для ее членов, в сочетании с нестираемыми записями всех транзакций позволяет гарантировать, что все отзывы, созданные для сайта, являются подлинными. Отзывы могут оставить только те участники, которые действительно приобрели туристическую услугу, это гарантирует подлинность контента TravelBlock. Проверка достоверности с самого начала является гораздо более надежной стратегией скрининга, чем попытка догадываться, является ли отзыв подлинным уже после свершившегося факта.



## 6.1 Программа вознаграждений TravelBlock

То, как TRVL токен реализован в Ethereum, позволяет TravelBlock предлагать своим членам уникальную систему вознаграждений. В дополнение к уже гарантированной значительной экономии, участники могут получить скидку до 35% через программу вознаграждения TravelBlock, которая присуждается в виде Reward TRVL токенов, которые могут быть использованы для совершения покупок в будущем на платформе. Как это работает:

- ✓ **Участники приобретают ресурсы для путешествий с использованием TRVL токенов**
- ✓ **Часть токенов, в зависимости от ставки вознаграждения, присвоенной данному ресурсу, возвращается в кошелек участника в качестве бонусных TRVL токенов.**
- ✓ **TRVL токены, полученные в качестве вознаграждения можно использовать только для совершения новых покупок на платформе. Они не могут быть проданы или переданы.**
- ✓ **Вернуть TRVL токены через программу вознаграждения – единственный способ заблокировать их.**

## 6.2 Реферальная программа TravelBlock

В качестве дополнительной маркетинговой стратегии и дополнительного стимула для своих самых лучших клиентов TravelBlock предлагает чрезвычайно щедрую Реферальную программу.

**Система проста:**

**До 5% каждой покупки, сделанной с помощью TRVL токенов, возвращается рефереру при каждой транзакции на платформе бронирования.**

Токены, полученные таким образом, являются обычными токенами, которые не блокируются, как в программе вознаграждения. Использование заблокированных токенов вознаграждения не влияет на реферальный бонус.

## 6.3 Консьерж сервис

Отзывы могут увести вас далеко. Зная, куда ехать и, если кто-то может гарантировать, что вы действительно доберетесь до места назначения - ключ к успешным планам на путешествие, будь то бизнес или досуг.

TravelBlock предложит премьер консьерж-сервис на своей платформе, тем самым максимизируя шансы своих клиентов на идеальное путешествие.

TRVL токен- это токен ERC20, который выполняет следующие функции на платформе TravelBlock:





Общий объем поставки: 600 000,000 TRVL токенов

Минимум:

0.1 ETH

Максимальная покупка:

250 ETH

Газовый лимит:

25,000

Коэффициент выбросов:

Никаких новых токенов не будет создано

Верхний предел:

\$32,100,000

Нижний предел:

\$4,500,000

Этап 1

Предпродажа токенов 3/3/2018 - 4/18/18. 60

60 000 000 токенов за 11,5 центов + 15%

бонус:

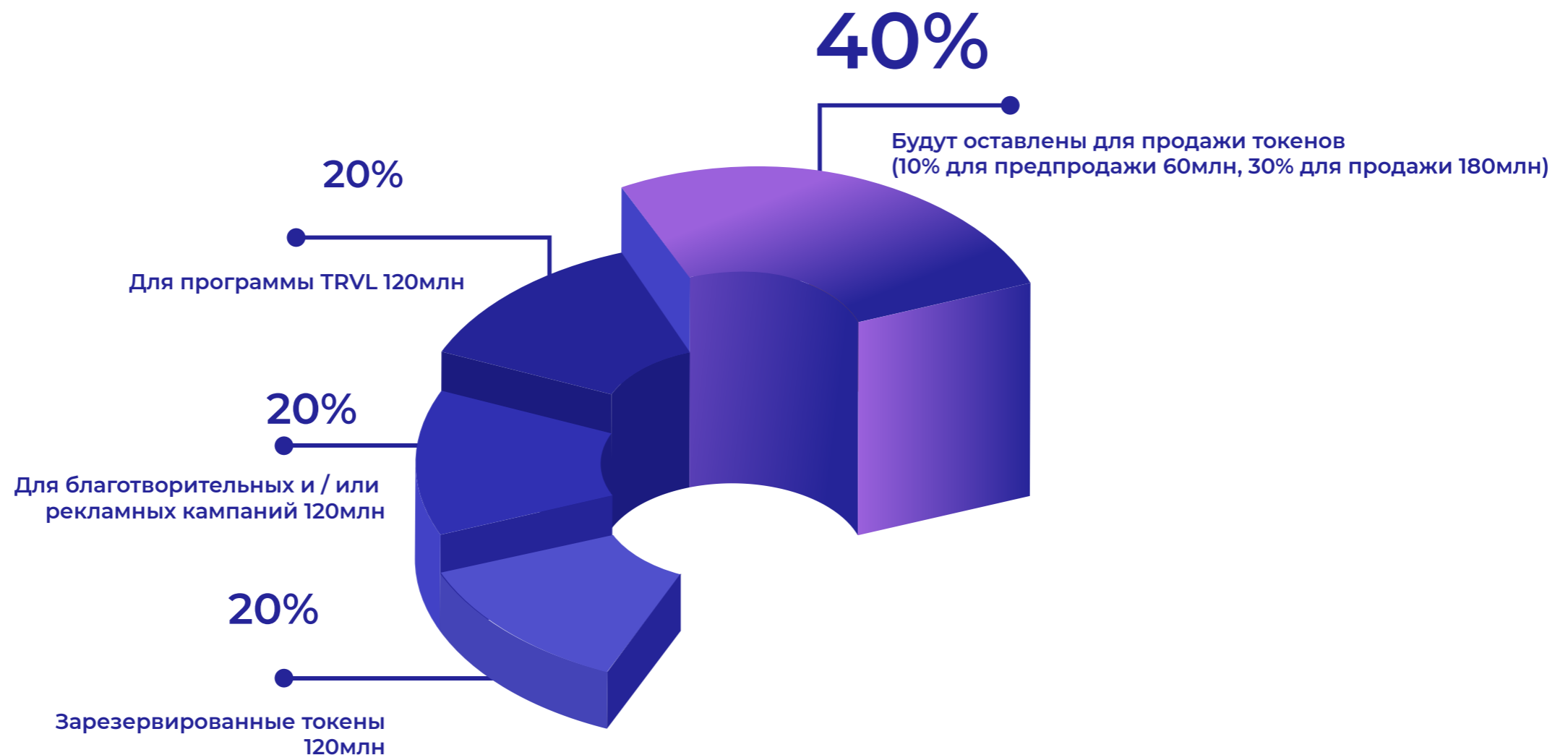
Итого 6 900 000 долл. Итого 6 900 000 долл.

Этап 2

ПРОДАЖА ТОКЕНОВ с 18 июня по 18 июля.

180 000 000 токенов за 14 центов + 10% бонус:

Итого 25 200 000 долл.





## ОБЕСПЕЧЕНИЕ ПАРТНЕРСТВА С ТОП-ПОСТАВЩИКАМИ ПУТЕШЕСТВИЙ

Компания Travelblock связана с ведущими компаниями отрасли для обеспечения успеха.

## СОЗДАНИЕ СЕТИ

Технология TravelBlock была создана и разработана.



## РАЗРАБОТКА ИНФРАСТРУКТУРЫ

Платформа TravelBlock будет подготовлена к коинам и для работы с пользователями.



## СЕРЕДИНА ПОДГОТОВКИ ПРЕДПРОДАЖ

Команда TravelBlock готовится посещать и спонсировать многочисленные блокчейн-конференции.





## ПЕРВИЧНОЕ РАЗМЕЩЕНИЕ ТОКЕНОВ

Предпродажа 3 марта 2018 года.  
Продажа токенов 18 июня

**ОБЪЕДИНЕНИЕ КРИПТОВАЛЮТЫ И СЕТИ**  
TravelBlock соединит TRVL коины с TRVL платформой



## ДЕБЕТОВАЯ КАРТА TRVL

TravelBlock будет сотрудничать с одним из ведущих поставщиков услуг или лучшей системой обслуживания кредитных карт для создания эффективных услуг BTC / ETH / TRVL.

**ПРОГРАММА ВСЕМИРНОГО РАСШИРЕНИЯ**  
Мы представим новую кампанию, чтобы усилить контроль над некоторыми популярными маршрутами и открыть офисы в этих местах.





## Учредители



Douglas Saunders

Соучредитель и генеральный директор



Jeff Bredy

Соучредитель и главный операционный директор



Steve Knight

Вице-президент по развитию бизнеса

## Маркетинговая команда



Anna Martinez

Директор по маркетингу



Keith Wareing

Консультант по маркетингу



Chris Woulds

Консультант по маркетингу



Alberto Enríquez

Консультант по маркетингу



Javier Ruedas

Менеджер по работе с общественностью



Brian Yun

Директор Азиатско-Тихоокеанского Маркетинга



Geoff Hughes

Советник по стратегическому маркетингу и планированию

## Наш технический гурру



Zsolt T.

Внедрение системы



Gengis Cetina

Ведущий разработчик



Spencer Cheng

Советник по блокчейнам



Jonathan Horta

Веб-разработчик



Brian Hacker

Советник по блокчейнам



Johnny Gil

веб-дизайнер



Ryan Zarick

Разработчик Smart Contract

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

European Travel Technology Services Association. (2017). *Airline Distribution Costs, (October)*. Retrieved from <http://www.ectaa.org/files/cms/20171024-infrata-airline-distribution-myths-full-report.pdf>

WTTC. (2017). *Travel & Tourism Economic Impact 2017, 1–24*.

Duran, J. (2015). *Website, GDS and OTA: the right mix in distribution channel investments - eHotelier*. Retrieved April 25, 2018, from <https://ehotelier.com/insights/2015/06/16/website-gds-and-ota-the-right-mix-in-distribution-channel-investments/>

Vellapath, R. (2018). *GDS surcharges and the evolving distribution landscape*. Retrieved April 17, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/gds-surcharges-and-the-evolving-airline-distribution-landscape/>

Camilleri, M. A. (2017). *Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product*.

*Ibid.*

Vellapath, R (2018).

*Ibid.*

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017). *Where in the World Is Carmen Sandiego? (33c3) - talk at 33rd Chaos Communications Congress, Hamburg*. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=n8WVo-YLyAg&feature=youtu.be>

Hasbrouck, E. (2015).

Paganini, P. (2017). *#33C3 - Changing travelers flight bookings is really too easy for hackers, Security Affairs*. Retrieved April 16, 2018, from <https://securityaffairs.co/wordpress/54969/hacking/flight-bookings.html>

Auchard, E. (2016). *Flight booking systems lack basic privacy safeguards, researchers say*. Retrieved April 16, 2018, from <https://uk.reuters.com/article/us-cyber-travel/flight-booking-systems-lack-basic-privacy-safeguards-researchers-say-idUKKBN14G116>

Nohl, K., & Nikodijevic, N. (2017).

Hasbrouck, E. (2015).

EU. (2016). *Online Platforms and the Digital Single Market. Com(2016) 288/2, 10th Report of Session 2015-16*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Clampet, J. (2016). *Everything You Wanted to Know About the Hotel Industry's Gripes Against OTAs – Skift*. Retrieved April 24, 2018, from <https://skift.com/2016/04/25/everything-you-ever-wanted-to-know-about-hotel-industrys-complaints-against-otas/>

Page, V. (2015). *How Expedia Makes Money | Investopedia*. Retrieved April 24, 2018, from <https://www.investopedia.com/articles/investing/080315/how-expedia-makes-money.asp>

Clampet, J. (2016).

Gaggioli, A. (2015). *Analysis of Major Online Travel Agencies - OTAs - Cloudbeds*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cloudbeds.com/articles/analysis-of-major-online-travel-agencies-otas/>

Tnooz Staff. (2017). *Google can rejoice: Priceline Group spent \$3.5 billion on PPC in 2016*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.tnooz.com/article/priceline-group-3-5-billion-advertising-2016/>

EU (2016).

Clampet, J. (2016).

EU. (2016).

Associated Press. (2018). *Orbitz says travel booking platform likely hacked - Chicago Tribune*. Retrieved April 16, 2018, from <http://www.chicagotribune.com/business/ct-biz-orbitz-hack-data-breach-20180320-story.html>

Sullivan, B. (2015). *Expedia warns users about "unauthorized access" of name, phone, email and booking info - bobsullivan.net*. Retrieved April 26, 2018, from <https://bobsullivan.net/cybercrime/expedia-warns-users-about-unauthorized-access-of-name-phone-email-and-booking-info/>

Howard, B. (2014). *Scammers target leading online travel agent Booking.com - BBC News*. Retrieved April 26, 2018, from <http://www.bbc.com/news/business-29942503>

Source 9: Elliot, C. (2018). *The mystery of bait-and-switch airfares*. Retrieved April 23, 2018, from <http://www.elliott.org/blog/the-mystery-of-the-missing-airfare/>

EU (2016).

Ibid.

Ibid.

Freed, J. Q. (2016). *Hotel Revenue Strategy: When to give OTAs your best rate*. Retrieved April 23, 2018, from <http://duettocloud.com/ota-get-best-rate/>

Zdanowicz, C., & Grinberg, E. (2018). *Passenger dragged off overbook United flight - CNN*. Retrieved April 26, 2018, from <https://www.cnn.com/2017/04/10/travel/passenger-removed-united-flight-trnd/index.html>

Weinberg, T. (2016). *Are fake online reviews killing consumer confidence? - Marketing Land*. Retrieved April 24, 2018, from <https://marketingland.com/fake-online-reviews-killing-consumer-confidence-194239>

Ibid.

Schuckert, Markus, Liu, Xianwei and Law, Rob. (2016). *Insights into Suspicious Online Ratings: Direct Evidence from TripAdvisor*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(3), 259-272.

EU (2016).



**TRAVEL**  
BLOCK

[travelblock.io](https://travelblock.io)