



e-Chat

WHITEPAPER

ver. 1.3

1. Sejarah (Latar Belakang)
2. Deskripsi Aplikasi (Ringkasan Eksekutif)
3. Teknologi. Proses pengembangan.
4. Additional advantages for e-Chat token holders
5. Explanation for increasing the growth of the exchange value of the ECHT token
6. Analisis Pasar
7. Distribusi Token , Emisi
8. e-Chat Roadmap
9. Rencana pemasaran
10. Program Afiliasi
11. Monetisasi e-Chat
12. Pembagian akrual kepada Investor
13. Perusahaan penyedia Pusat layanan Crypto Currency

## 1. Sejarah (Latar Belakang)

Salah satu masalah utama yang berkenaan dengan layanan pesan modern adalah sentralisasi. Pada saat ini, sistem ini dirancang sedemikian rupa sehingga sebagian besar perusahaan, yang memiliki messenger, memiliki kendali penuh terhadap komunikasi Anda. Setiap perusahaan mengejar kepentingannya sendiri, yang kemungkinan besar, tidak akan membuang-buang waktu untuk hal-hal yang tidak berguna bagi mereka.

Kita sudah bisa mengamati bagaimana tekanan lembaga negara, serta organisasi komersial lainnya, memaksa para penyedia layanan pesan untuk menghapus jalur komunikasi kepada pendukung pada pandangan yang berbeda, atau memutuskan data apa saja yang dapat ditukar. Tidak mungkin untuk memprediksi bagaimana kebijakan masing-masing negara akan berubah di masa depan, oleh karena itu kesempatan yang mudah untuk mempengaruhi alat komunikasi sama sekali tidak dapat diterima.

Solusi untuk masalah global ini adalah desentralisasi. Dengan membangun distribusi server independen, memberikan kemungkinan untuk berkomunikasi satu sama lain. Menutup satu atau lebih server tidak akan mempengaruhi sistem secara keseluruhan. Bahkan jika seluruh negara atau benua terputus dari Internet, sistem ini akan tetap beroperasi.

Namun, kami menganggap masalahnya bukan hanya dari sudut pandang komunikasi dalam korespondensi pribadi, tapi juga sentralisasi informasi pada umumnya. Dengan ini kami berniat, agar bisa menghargai semua konten yang diposkan oleh pengguna di jejaring sosial, karena Bitcoin telah tiba, bahkan bukan hal yang mustahil bahwa kebijakan ini akan berarti uang tunai.

Inilah masalah yang ingin kita selesaikan dengan layanan pesan desentralisasi baru yang disebut e-Chat.

## 2. Deskripsi Aplikasi (Ringkasan Eksekutif)

e-Chat adalah layanan pesan multitasking pertama di dunia, dibangun atas dasar teknologi terdesentralisasi. Versi aplikasi saat ini hanya merupakan pilihan pertama untuk pengujian beta, dan kami menganggap kemungkinan ketidaksempurnaan sistem saat ini. Aplikasi ini pada saat ini sudah tersedia untuk pengujian di [Google Play](#) dan [App Store](#).

**e-Chat menggabungkan semua fitur terbaik yang dimiliki oleh situs penyedia layanan pesan yang saat ini ada :**

- Messenger yang luar biasa (chat, audio dan video call)
- keuangan (dompet kripto multicurrency, dengan kemampuan menghasilkan pendapatan, pertukaran, serta terhubung dengan kartu bank, menyediakan sarana pembayaran untuk membayar barang dan jasa)
- Konten viral terbaik
- Privasi dan Keamanan terbaik
- Keberlanjutan yang besar

Tujuan kami adalah menciptakan cara komunikasi yang tidak bergantung pada keputusan server dan pemerintah, memberikan kerahasiaan dan keamanan tingkat tinggi untuk data Anda, namun pada saat yang sama, menawarkan fungsi yang sangat mudah digunakan bagi pengguna biasa.

**A. Layanan pesan / Messenger, yang tidak hanya mencakup fungsi klasik seperti transmisi teks, grafik, audio, file, stiker, rekaman audio dan video, obrolan rahasia, tapi juga berisi fungsi khusus seperti :**

- SFungsi tampilan layar Mengurutkan dan beralih antara chat, chat room dan saluran dengan menggeser kursor ke kiri dan kanan.
- Kerahasiaan. Semua data didistribusikan dalam bentuk terenkripsi pada jaringan blockchain dengan jutaan komputer di seluruh dunia. Mereka tidak dapat disalin oleh orang yang tidak berwenang atau dikirim atas permintaan pemerintah.
- Keamanan. Tingkat keamanan dan kerahasiaan tertinggi diberikan oleh konsensus proof-of-replikasi dan proof-of-spacetime, serta dengan basis kode yang kuat.

- Penggunaan bot. Platform e-Chat memungkinkan Anda membuat dan menggunakan bot untuk berbagai tugas sekaligus .
- Fasilitas untuk pembuatan saluran pribadi dan obrolan Anda sendiri.
- Menghasilkan pendapatan melalui saluran chat Anda ,Dengan tersedianya kemungkinan pembuatan saluran chat berbayar.
- Pujian. Lelucon atau komentar favorit Anda bisa diapresiasi dengan mata uang internal ECHT.
- Saluran komunikasi untuk bisnis Anda. Membuat halaman dengan merek pribadi Anda, Anda dapat melibatkan pengguna dan memberi penghargaan kepada pengguna berupa ECHT

## **B) Keuangan**

- Monetisasikan profil sosial Anda dengan obrolan berbayar dan iklan menggunakan cryptocurrency - e-Chat coin.
- Mendapatkan penghasilan tambahan dengan bantuan konten Anda dan dapatkan pendapatan dari like.
- Kirim tip ke teman. Postingan terbaik , lelucon, atau komentar bagus bisa dipuji dengan memberikan tip kecil.
- Buat saluran untuk bisnis Anda. Promosikan merek Anda dan menghasilkan penjualan. Menerima pembayaran dan mengirim hadiah menggunakan ECHT.
- Penyimpanan dan transfer dana, baik dalam bentuk internal currency (ECHT), maupun cryptocurrency yang sudah populer seperti (ETH, BTC, LTC, ZCH, dll.).
- Penyimpanan dana dalam bentuk USD.
- Koneksi VISA , Mastercard, Alipay dan UnionPay ,dengan menggunakan fungsi ini Anda bisa membayar kapanpun dan di manapun di dunia.

## **C) Konten berkualitas**

- Temukan saluran dan obrolan menarik menggunakan kata kunci dan mulai berlangganan ke channel mereka .
- Pilih hanya konten berkualitas tinggi, berdasarkan rating saluran.
- Membatasi pengguna chat atau saluran Anda, membuat akses menjadi akun berbayar.

## 3. Teknologi. Proses pengembangan

### Layanan pesan / MESSENGER

Jaringan p2p memungkinkan pengguna yang tidak tahu atau tidak saling percaya untuk membangun koneksi anonim dan pseudonim di antara mereka sendiri. Misalnya, anggota jaringan secara anonim dapat secara otomatis meneruskan file (atau meminta file) antara dua peserta yang ramah tanpa memberi tahu mereka nama atau alamat IP mereka. Peserta yang sama dapat meneruskan file ini (atau meminta) ke teman mereka, dll.

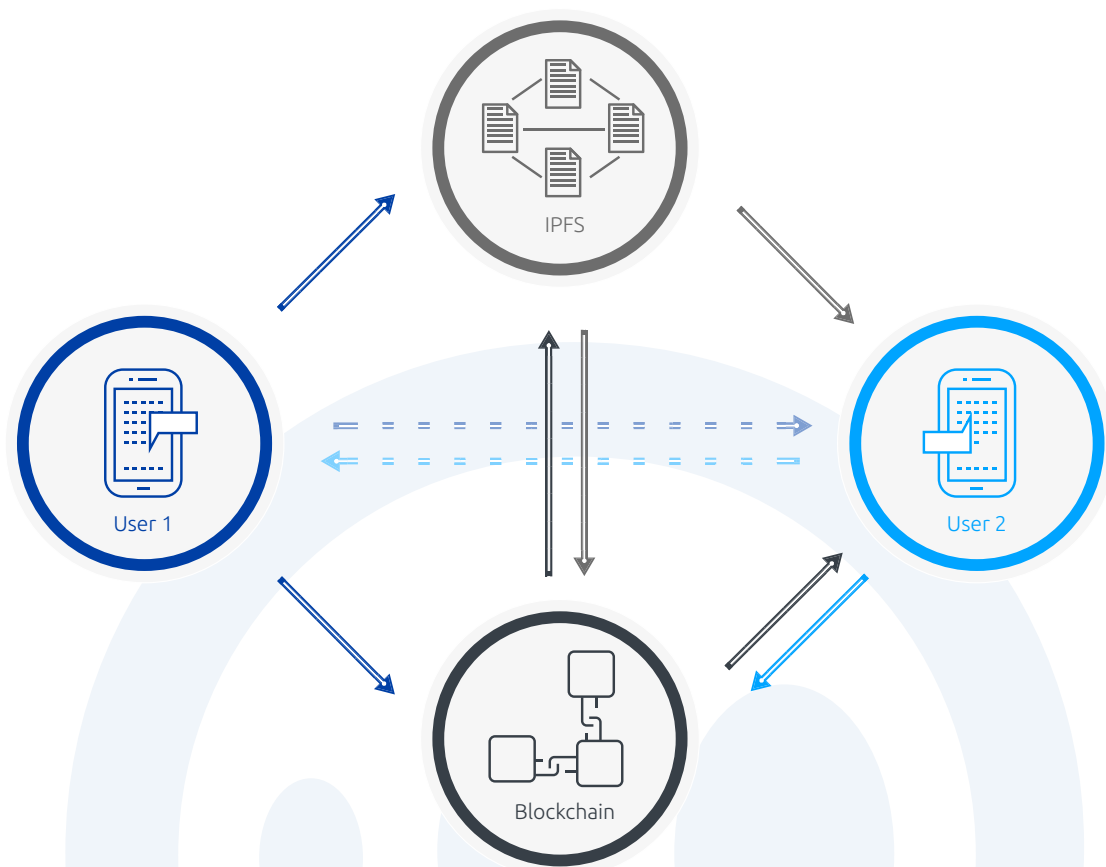
Tidak seperti jenis jaringan P2P pribadi lainnya, pengguna jaringan F2F tidak tahu siapa yang menggunakan jaringan di luar lingkaran teman mereka. Hal ini bertujuan untuk bisa memastikan anonimitas pengguna.

Untuk memastikan desentralisasi jaringan e-Chat, kami menggabungkan beberapa teknologi unggulan seperti IPFS, P2P dan blockchain. Kami memiliki tujuan utama untuk memudahkan korespondensi pengguna.

Komputasi atau jaringan Peer-to-peer (P2P) adalah arsitektur aplikasi terdistribusi yang mempartisi tugas atau beban kerja antar rekan. Setiap peers mendapatkan hak istimewa, yaitu untuk melengkapi peserta dalam aplikasi. Mereka bersama sama membentuk jaringan node peer-to-peer.

InterPlanetary File System (IPFS) adalah protokol yang dirancang untuk menciptakan metode penyimpanan dan berbagi file yang permanen dan terdesentralisasi. Ini adalah protokol distribusi hypermedia peer-to-peer yang mudah diakses. Node di jaringan IPFS membentuk sistem file terdistribusi. IPFS adalah proyek open-source yang dikembangkan sejak tahun 2014 oleh Protokol Labs dengan bantuan dari komunitas open-source. Yang pada awalnya dirancang oleh Juan Benet.

## BAGAIMANA CARA KERJANYA :



Saat Anda mengirim pesan dari satu pengguna ke pengguna lainnya, mereka terhubung melalui koneksi P2P. Jika koneksi instan tidak terjadi, semua korespondensi dicatat ke penyimpanan data terdistribusi (IPFS). Dengan demikian, semua informasi akan tetap terlindungi dari gangguan apapun.

Untuk keamanan pesan terkirim, pengguna, sesuai dengan prinsip algoritma Proof of Storage, Secara mudahnya di jaringan e-Chat setiap pengguna bisa mengatur tempat penyimpanan informasi terdistribusi. Pengguna e-Chat secara mandiri bisa mengatur waktu untuk penyimpanan pesan.

Untuk memastikan pengoperasian sistem blockchain, jaringan e-Chat menyimpan «URL» dari alamat pesan secara langsung pada perangkat InterPlanetary File Systems yang dibuat. yang merupakan database terdistribusi berdasarkan BitTorrent

## PROTOKOL ENKRIPSI

Di dalam jaringan e-Chat kami menggunakan algoritma enkripsi MTProto, yang dikembangkan oleh pencipta Telegram. Protokol ini memiliki beberapa fitur unggulan sebagai berikut:

# Teknologi. Proses pengembangan

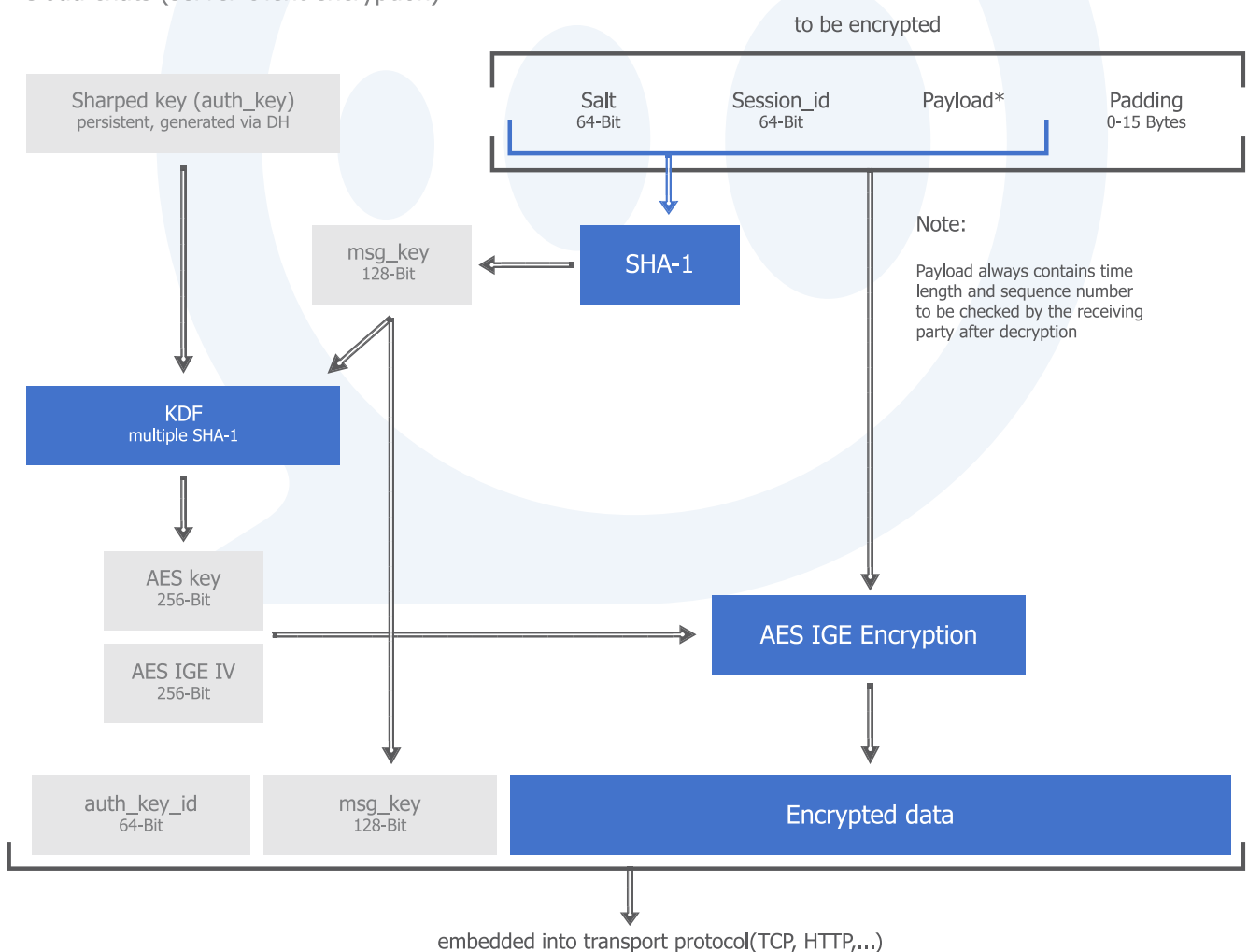
Komponen tingkat tinggi (API query language): mendefinisikan metode dimana kueri API dan tanggapan akan secara otomatis dikonversi menjadi pesan biner ( binary messages).

Lapisan kriptografi (otorisasi): mendefinisikan metode dimana pesan akan dienkripsi sebelum dikirim melalui protokol transport.

Komponen transportasi: mendefinisikan metode untuk klien dan server agar ,mampu mengirimkan pesan melalui beberapa protokol jaringan lain yang ada (seperti, http, https, TCP, UDP).

## MTPProto, part I

Cloud chats (server-client encryption)



NB: after decryption, msg\_key must be equal to SHA-1 of data thus obtained.



## JARINGAN SOSIAL YANG TERDESENTRALISASI (DECENTRALIZED SOCIAL NETWORK )

Hadiah, perhatian atau apresiasi konten - semuanya menjadi lebih mudah di e-Chat!

Berikan cryptolike dan orang tersebut akan menerima pemberitahuan khusus tentang hal ini. Publikasikan konten berkualitas dan dapatkan hadiah uang nyata!



Fungsi ini akan sangat menarik bagi mereka yang suka memberi hadiah kecil atau pujian kepada sanak saudara dan kenalan mereka, karena sangat mudah untuk mengirimkan hadiah kecil tapi sangat bagus untuk selalu menghargai usaha seseorang!

## Dompet multi mata uang / MULTI-CURRENCY WALLET

e-Chat akan diimplementasikan pada blockchain publik ethereum sebagai tolok ukur ERC20 dari blockchain Ethereum , yang merupakan standar industri terkini untuk emisi aset digital dan kontrak cerdas. Antarmuka token ERC20 memungkinkan Anda untuk menggunakan token standar, sesuai dengan infrastruktur ekosistem Ethereum yang ada, termasuk alat pengembangan, dompet dan penukar. Kemampuan untuk menyebarkan kontrak cerdas Ethereum Turing tanpa adanya mediator (penjamin) mendukung pelaksanaan masalah kriptografi yang kompleks, kontrak digital, kontrak keuangan dan struktur insentif otomatis. Ekosistem yang tercipta sangat ideal untuk fungsi e-Chat dan dompet multi-mata uang memungkinkan Anda melakukan transaksi dengan menggunakan token internal ECHT , maupun untuk menggunakan cryptocurrency yang paling populer seperti - ETH, BTC, LTC, ZCH, dll. Dengan komisi minimum antara peers dalam satu klik.

Dompet e-Chat juga memberi kesempatan untuk menyimpan uang dalam bentuk USD dan menariknya ke VISA dan Master Card.

**Pengembangan e-Chat multitasking messenger didasarkan pada prinsip-prinsip teknologi seperti yang dijelaskan di bawah ini:**

## **Kerahasiaan.**

Penyimpanan data dan transmisi dalam sistem Blockchain; Korespondensi data dan transaksi disimpan dalam jaringan desentralisasi blockchain, IPFS dan perangkat pengguna. Teknologi ini memecahkan masalah utama yaitu privasi informasi dari instant messenger yang paling populer, karena e-Chat tidak menggunakan server terpusat.

## **Perlindungan terhadap penyadapan**

Semua komunikasi antar pengguna hanya dapat disimpan di perangkat pengguna. Selain itu, untuk kemudahan sinkronisasi dengan aplikasi versi desktop, korespondensi pengguna dapat disimpan di server dalam bentuk terenkripsi, di mana akses ke sana dimungkinkan hanya dengan menyediakan kunci pribadi dan perangkat yang diotorisasi. Dalam kasus ini, alat verifikasi yang mudah digunakan untuk kunci enkripsi end-2-end digunakan, dan pemberitahuan yang menginformasikan tentang koneksi yang tidak dapat diandalkan, upaya konfirmasi otorisasi, intersepsi atau masalah dengan enkripsi yang sudah dikonfigurasi.

## **Perlindungan terhadap pemblokiran**

Distribusi data di beberapa perangkat dan server terdesentralisasi untuk melindungi pengguna dari kegagalan dan pemutusan pesan atas permintaan pemerintah dan badan intelijen.

## **Penggunaan gratis**

Semua fungsi e-Chat benar-benar gratis. Misi kami adalah menyediakan messenger yang paling tersedia dengan fitur yang user-friendly. Pengalihan dana dalam mata uang internal dilakukan bebas dari komisi.

## **kompatibilitas Cross-platform**

e-Chat menciptakan platform yang memungkinkan untuk melanjutkan kerja lebih jauh di messenger melalui berbagai perangkat bergerak, portabel, dan sistem operasi.

## 4. Keuntungan tambahan bagi pemegang token e-Chat

Saat ini, pengguna hanya memiliki 2 pilihan untuk menghasilkan pendapatan dari investasi mereka dalam proyek ICO:

- Pertambahan beberapa cryptocurrency yang ada dalam daftar
- Perdagangan coin di bursa crypto

Penambangan klasik akan berhenti memiliki kelayakan ekonomi tanpa investasi uang dan waktu yang besar. Perdagangan di bursa crypto juga dikenai risiko dan membutuhkan banyak pengalaman dan keterampilan. Untuk alasan ini, e-Chat membuat sebuah inovasi rencana yang lebih mudah dan transparan untuk memonetisasi dana yang diinvestasikan selama ICO dengan membayar dividen(sistim bagi hasil) untuk pemegang token ECHT.

Selain fitur ini, pemegang token dialokasikan ruang tambahan di penyimpanan data terdistribusi (IPFS), karena konten korespondensi dan pengguna tidak tersimpan pada perangkat dan tidak memiliki server pusat. Skenario semacam itu memungkinkan mesengger untuk sepenuhnya independen terhadap keputusan pemerintah, serangan DDoS, dan peraturan lainnya.

Selain hal di atas, pemegang token dikreditkan dengan mata uang internal aplikasi untuk menggunakan seperangkat fungsi aplikasi yang besar.

## 5. Penjelasan untuk meningkatkan pertumbuhan nilai tukar dari token ECHT

1. Karena jumlah pengguna, jumlah informasi, dan konten di messenger bertambah, jumlah memori yang dialokasikan untuk pengguna akan terisi, yang akan memerlukan penambahan token lain dari pengguna. Ini akan menjadi angka simbolis untuk jumlah memori dalam jumlah besar, namun dalam konteks jutaan pengguna, permintaan semacam itu akan signifikan untuk meningkatkan nilai tukar dari token yang sudah berada di pasar.
2. Aspek kedua dari kenaikan nilai tukar adalah kemampuan pengguna untuk membeli volume memori abadi dengan harga tetap dalam menggunakan token. Dengan «pembelian» ini, tokennya akan habis terbakar, yang dalam jangka menengah dan panjang akan menyebabkan proses deflasi dan dengan turunnya jumlah token dalam omset, yang secara tidak langsung akan berkontribusi pada kenaikan nilai token dan nilai tukar di pasar

### **Pertambahan menggunakan algoritma Bukti Replikasi (Proof of Replication)**

Sebelumnya disebutkan di atas, karena jumlah pelanggan meningkat, volume tambahan akan diminta untuk menyimpan banyak salinan data yang sama untuk memastikan keandalan dan ketersediaan.

Pertambahan token terjadi dengan mengalokasikan jumlah memori pada hard drive - semakin banyak memori yang dialokasikan, semakin tinggi probabilitas untuk penerimaan bonus.

Penyerang dapat mencoba untuk mendapatkan bayaran untuk menyimpan banyak salinan data, walaupun sebenarnya mereka hanya menyimpannya satu data saja . Kami menerapkan teknologi Proof-of-Replication (PoRep) yang memecahkan masalah ini dan membantu menghindari sejumlah kemungkinan serangan lainnya. PoRep menyiratkan jenis bukti baru yang menyimpan bahwa sejumlah data telah direplikasi ke penyimpanan fisiknya sendiri yang disengaja. Memberikan salinan fisik yang unik memungkinkan verifier untuk memverifikasi bahwa pemeriksa tidak menduplikat banyak salinan data yang sama ke lokasi penyimpanan yang sama.

## 6. Justifikasi, analisa pasar

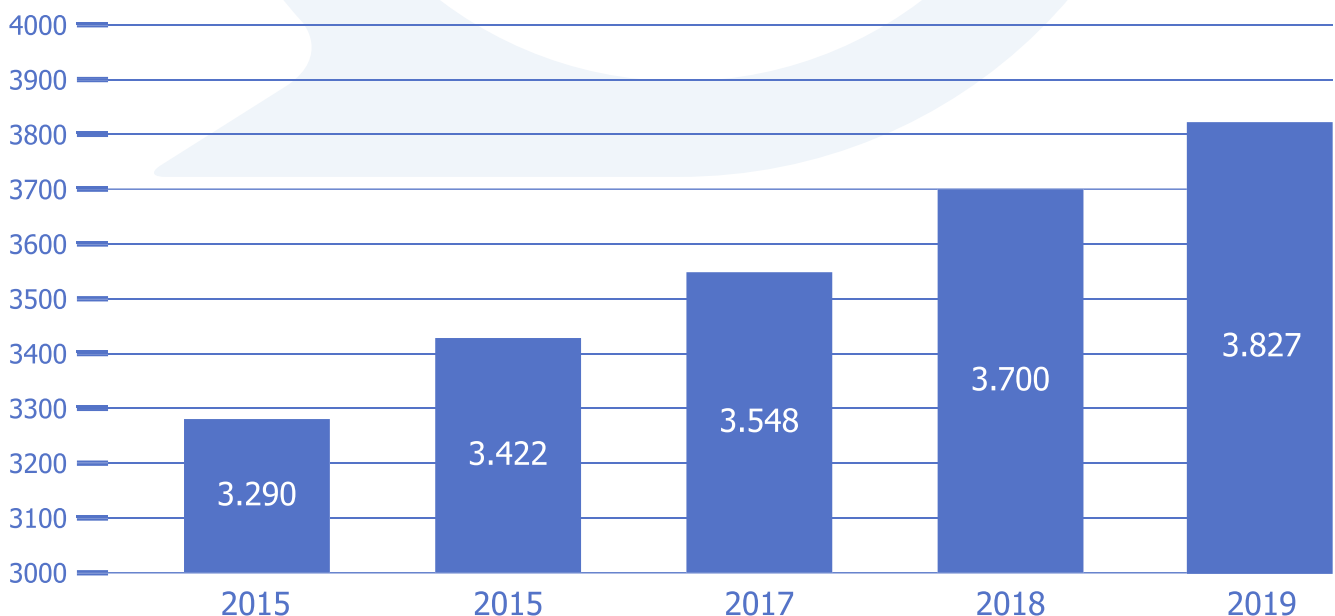
Pasar aplikasi mobile, dan khususnya, segmen messenger, adalah salah satu pasar industri digital yang paling cepat berkembang. Dengan menggabungkan beberapa segmen besar e-Chat diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pendorong utama di bidang ini. Untuk analisis, segmen berikut dipilih dimana e-Chat dianggap mampu untuk menggantikannya:

- pasar umum untuk aplikasi mobile,
- pasar untuk mobile instant messenger,
- pasar komunikasi suara menggunakan mobile messenger.

Di bawah ini, kami menyajikan nilai-nilai nilai analisa utama dalam beberapa tahun terakhir dengan prospek pertumbuhan. Data ini membuktikan bahwa e-Chat akan mampu mengambil 2-3% dari total saham, kapitalisasi perusahaan akan melebihi \$ 3-5 miliar dalam waktu 1-2 tahun segera setelah peluncuran aplikasi ini.

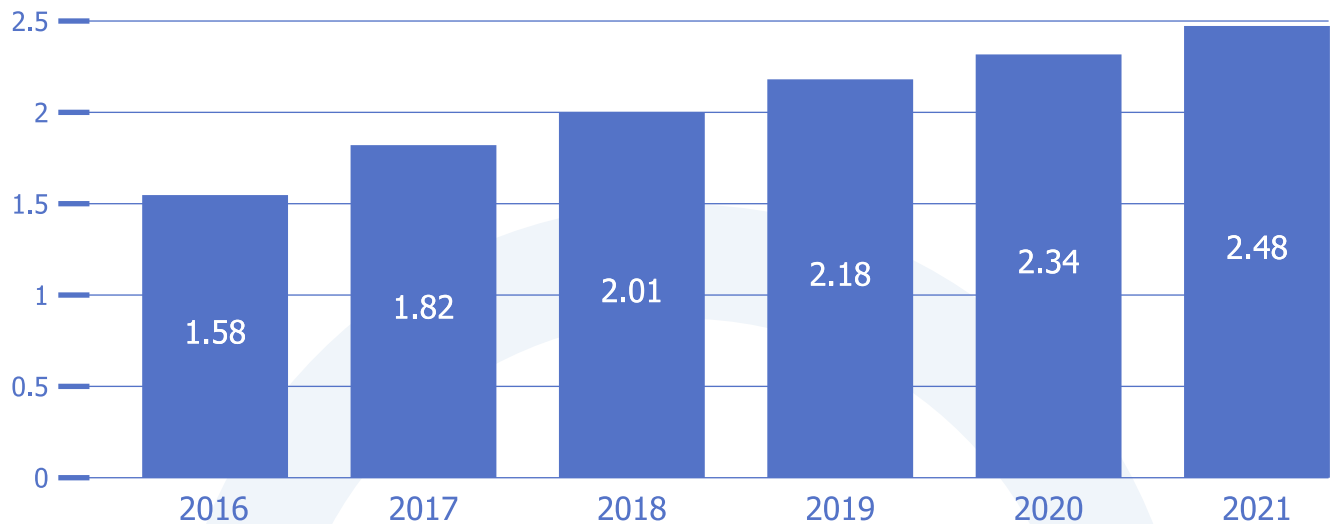
- 1.** Pasar global untuk aplikasi mobile menyumbang lebih dari \$ 166 miliar pada tahun 2017
- 2.** Jumlah pengguna messenger pada 2019 akan mencapai 3,827 miliar - lebih dari separuh populasi dunia.

World im accounts (m),  
2015-2019



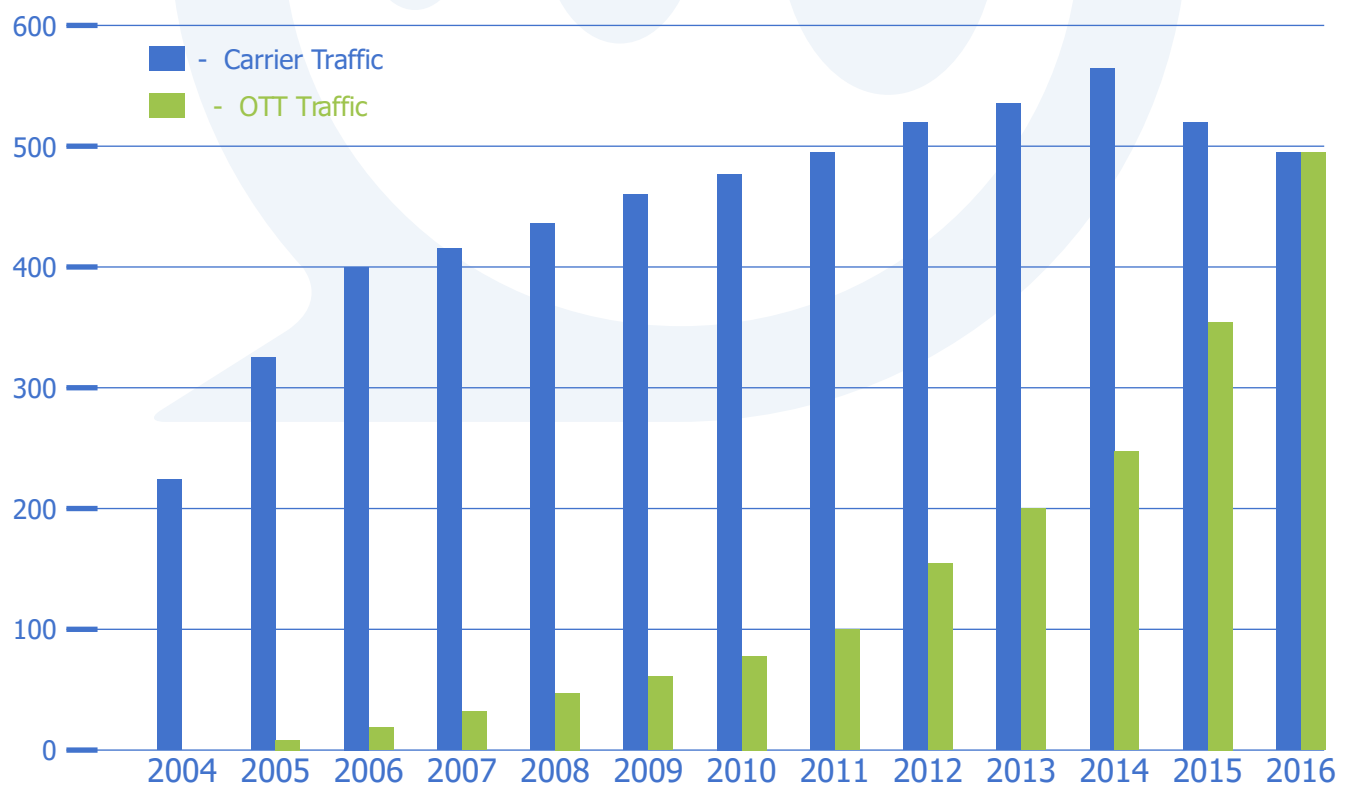
### 3. Jumlah pengguna instant mobile messenger

Number of mobile phone messaging app users worldwide from 2016 to 2021 (in billions)



Sumber : <https://www.statista.com/statistics/483255/number-of-mobile-messaging-users-worldwide/>

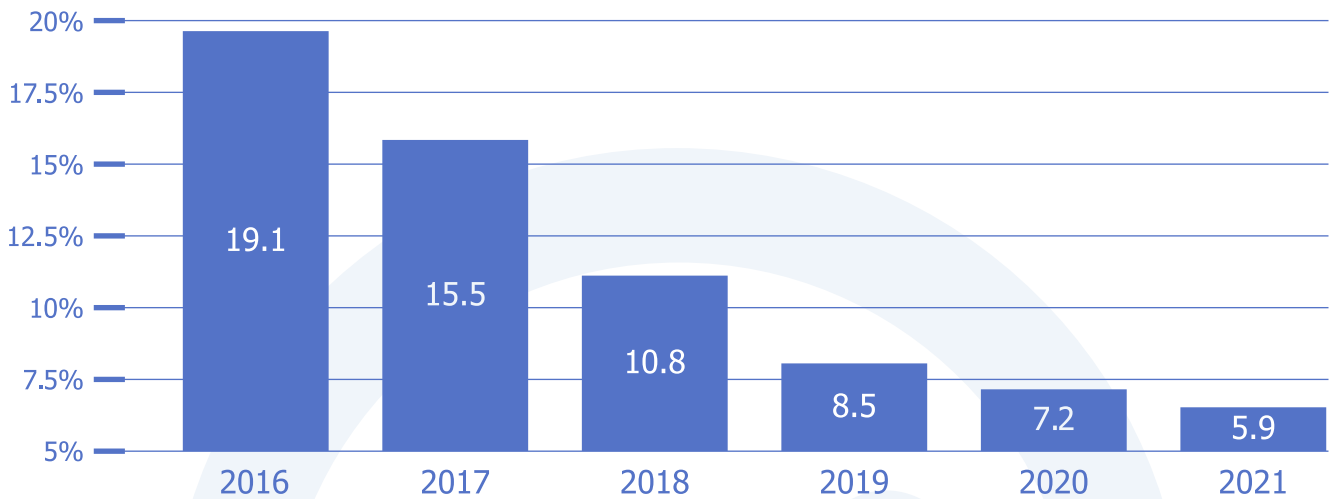
### 4. Perbandingan lalu lintas suara melalui layanan pesan /messenger dan ponsel standar



Sumber : to TeleGeography

## 5. Perbandingan tingkat pertumbuhan di antara jumlah pengguna instant messenger mobile setiap tahunnya (2016 - 2021)

### Year-on-year worldwide mobile phone messaging app user growth from 2016 to 2021

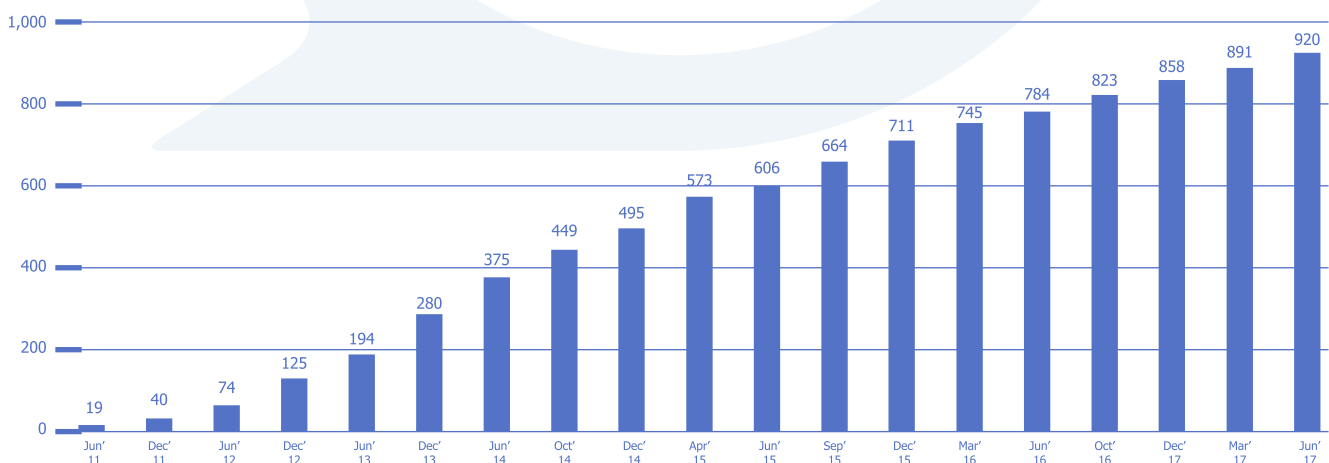


Sumber : <https://www.statista.com/statistics/483287/change-of-mobile-messaging-users-worldwide/>

Penurunan kapasitas pasar yang nyata akan mengurangi pertumbuhan tahunan jumlah pengguna, namun bahkan pada 2018 nilai ini akan tetap menduduki dua digit

## 6. Peningkatan pengguna instant messenger Viber (wilayah utama: Asia dan Eropa Timur), Dikhususkan hanya oleh tersedianya panggilan audio / video.

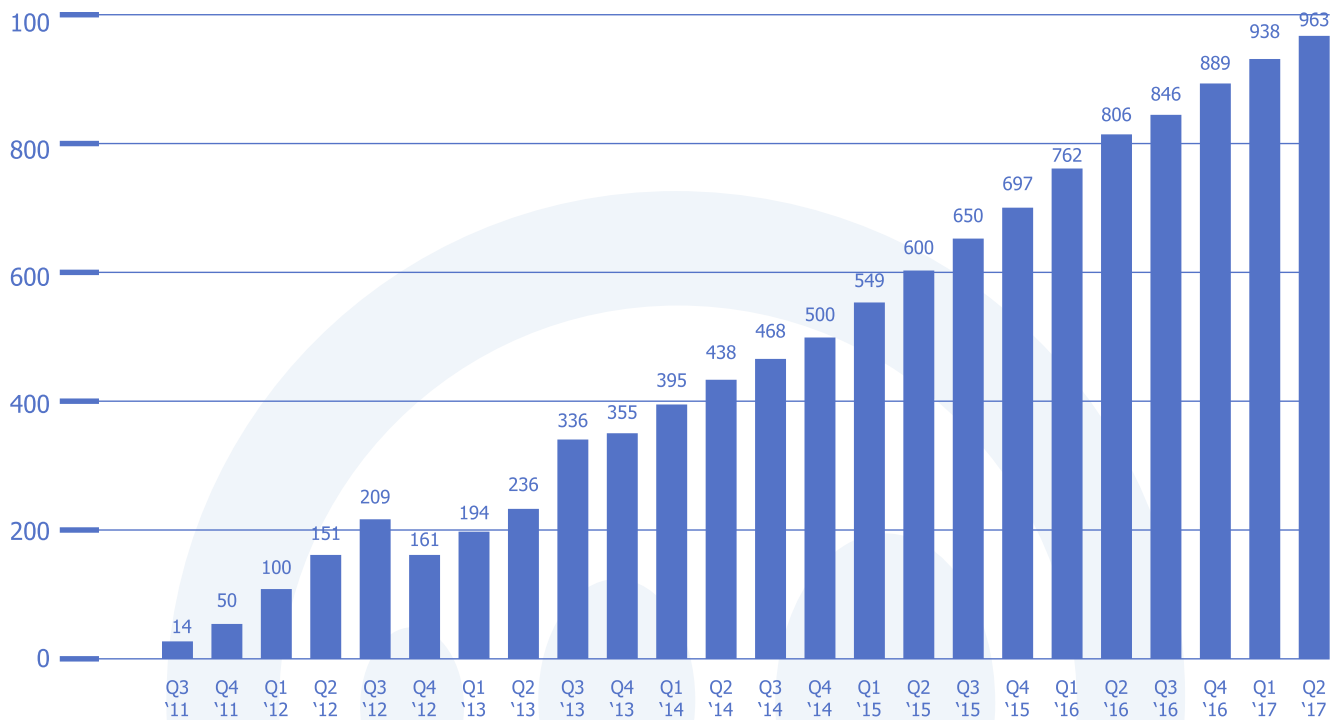
### Number of unique Viber user IDs from June 2011 to June 2017 (in millions)



Sumber : <https://www.statista.com/statistics/316414/viber-messenger-registered-users/>

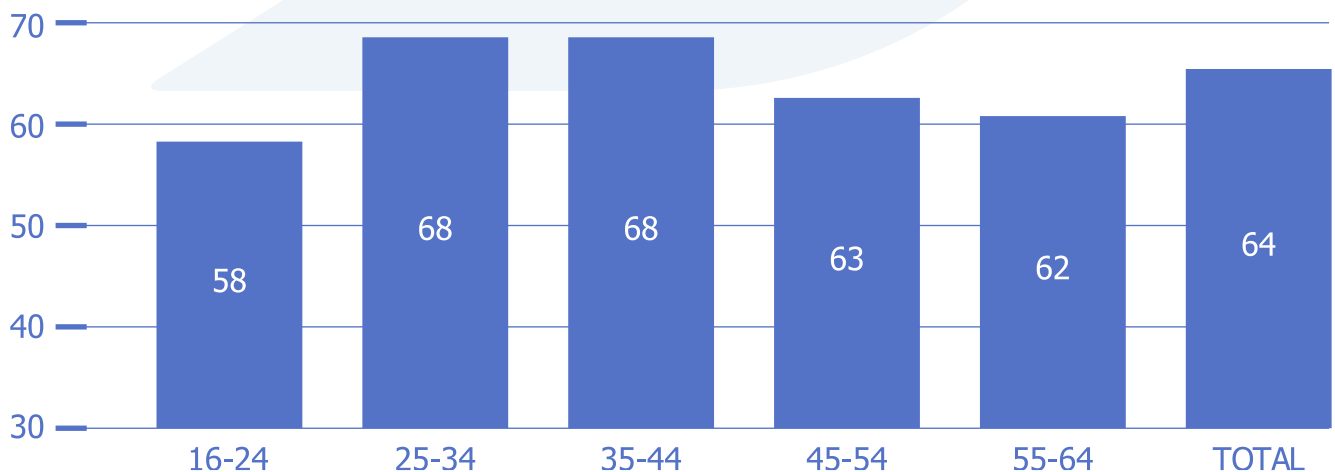
## 7. Kenaikan jumlah pengguna WeChat - messenger yang paling populer di China

### Number of monthly active WeChat users from 2nd quarter 2010 to 2nd quarter 2017 (in millions)



## 8. Penetrasi layanan pesan instant messenger China yang paling populer dengan kemampuan built-in untuk melakukan pembayaran, berdasarkan kelompok usia

### Penetration of WeChat among internet users in China as of 3RD quarter 2015, by age group

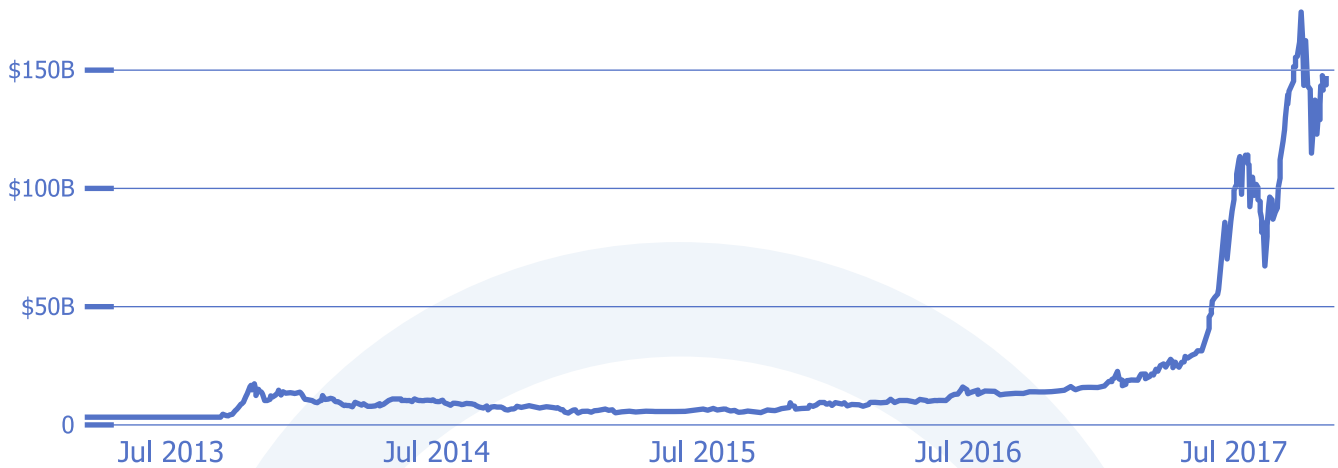


Sumber : <https://www.statista.com/statistics/509659/china-wechat-penetration-by-age/>



9. Total volume pasar cryptocurrency -> \$ 180 miliar.

## Total Market Capitalization

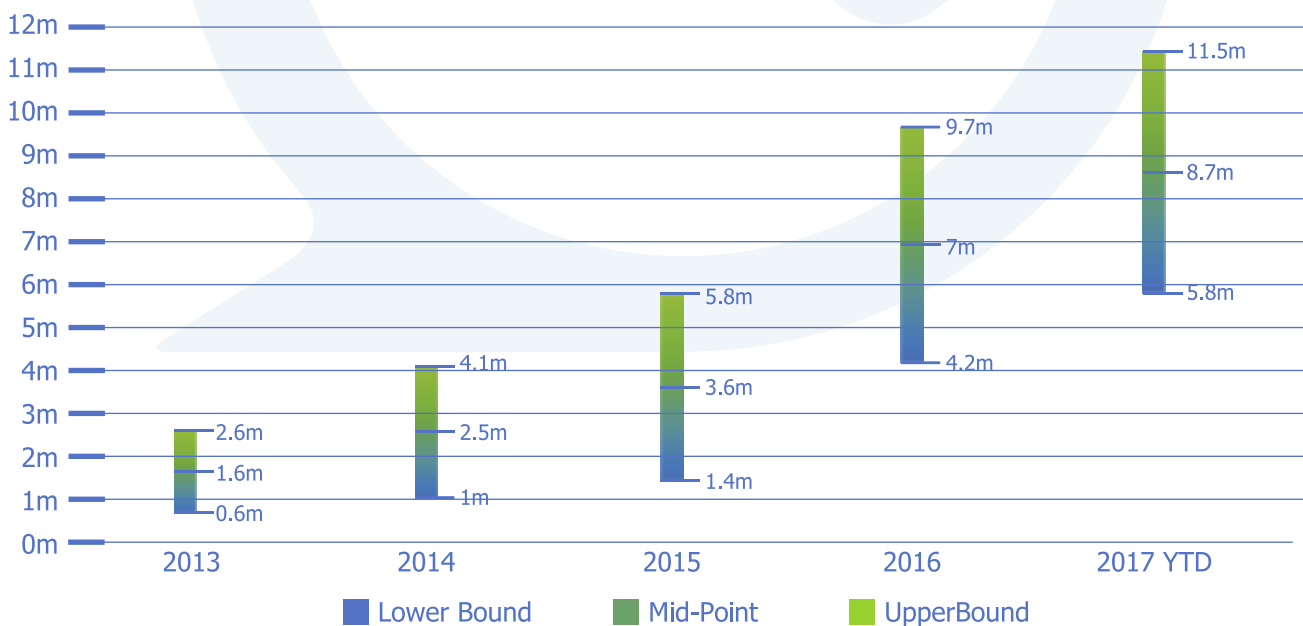


Sumber : <https://coinmarketcap.com/charts/>

9.1. Volume perdagangan harian cryptocurrency > \$ 4,8 miliar

10. Jumlah dompet Bitcoin aktif > 11,5 juta pengguna. 65% di antaranya menggunakan aplikasi mobile sebagai klien utama

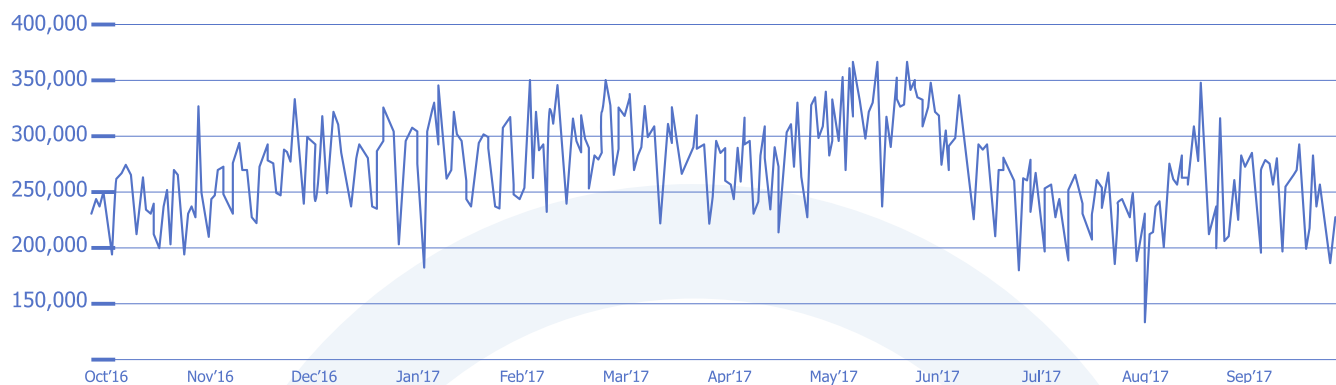
## Estimated Number of Active Wallets



Sumber : the Cambridge University / First of Global Benchmarking Study Cryptocurrency.

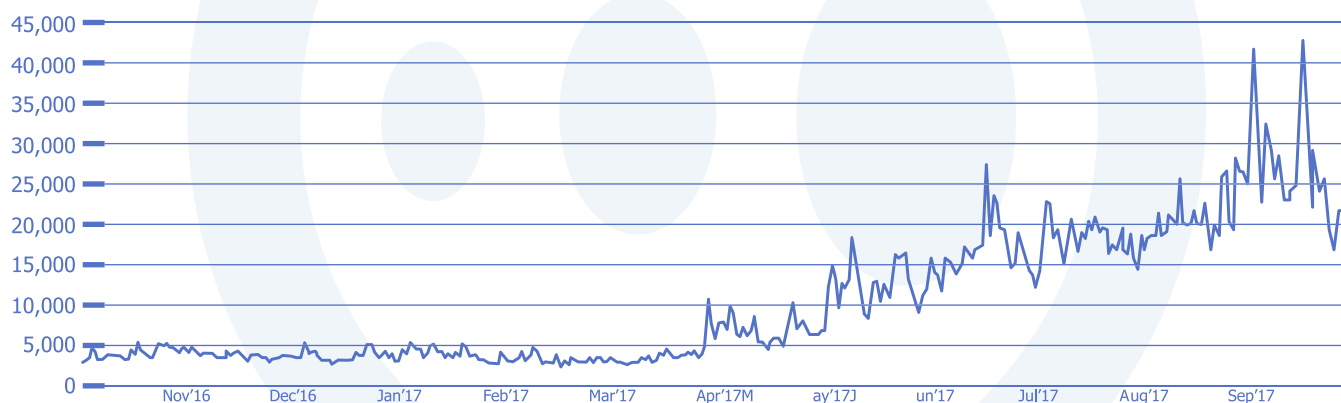
**11.** Jumlah transaksi yang dikonfirmasi per hari cryptocurrency TOP-3 dunia (Bitcoin, Ethereum, Litecoin) melebihi 600 ribu transaksi

## Confirmed Transactions Per Day



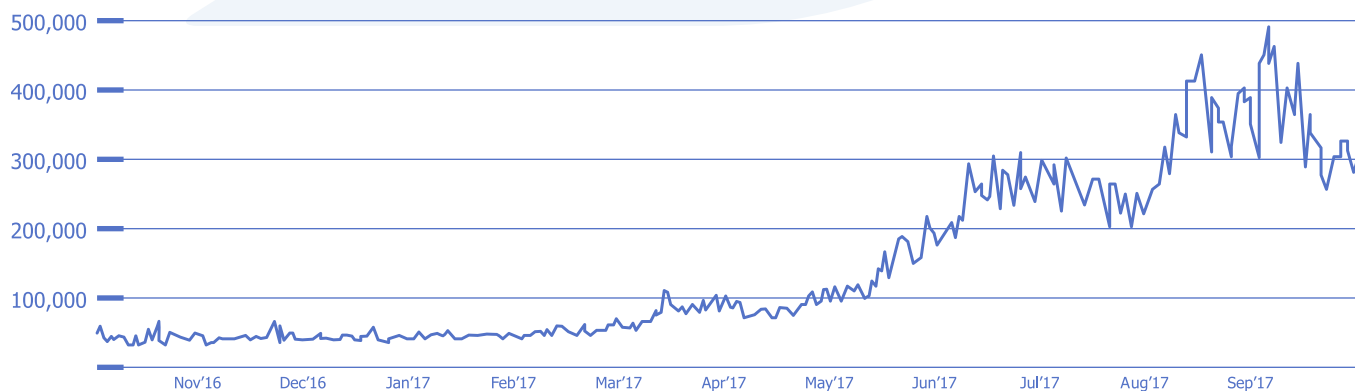
Sumber : <https://blockchain.info/ru/charts/n-transactions?timespan=1year>

## Litecoin Transactions historical chart



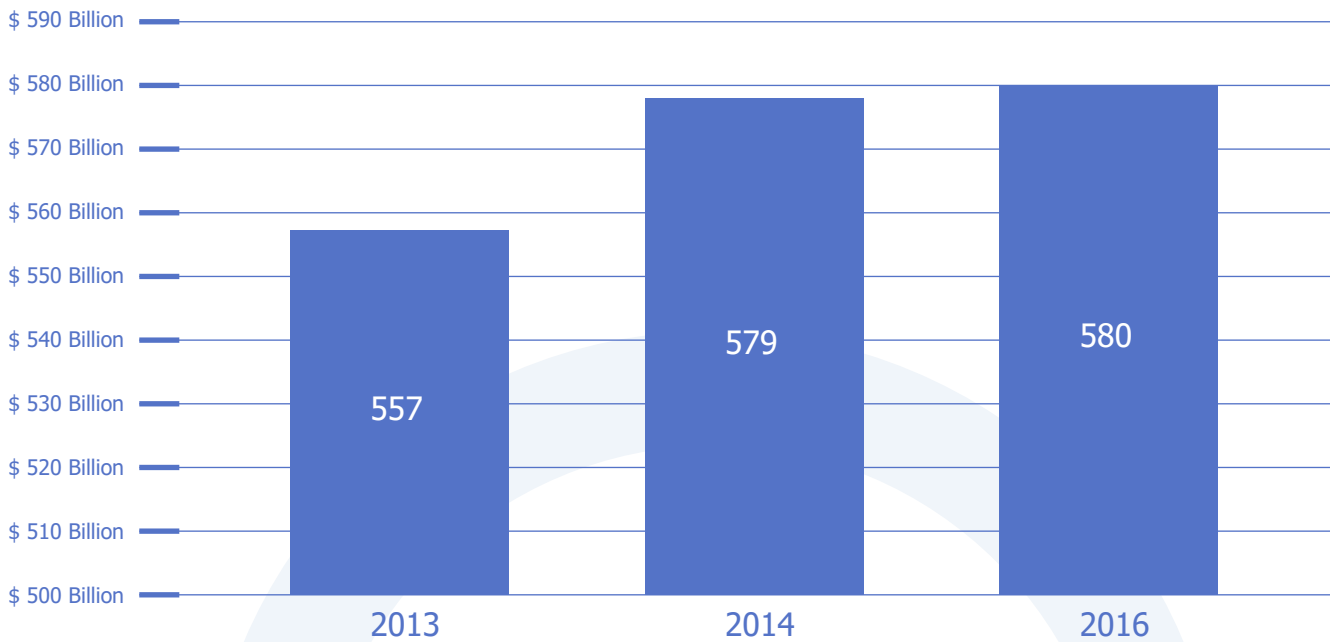
Sumber : <https://bitinfocharts.com/comparison/litecoin-transactions.html#1y>

## Ethereum Transactions historical chart



Sumber : <https://bitinfocharts.com/comparison/ethereum-transactions.html#1y>

## 12. Lalu lintas Transfer Uang di pasar dunia - \$ 580 miliar (2016)



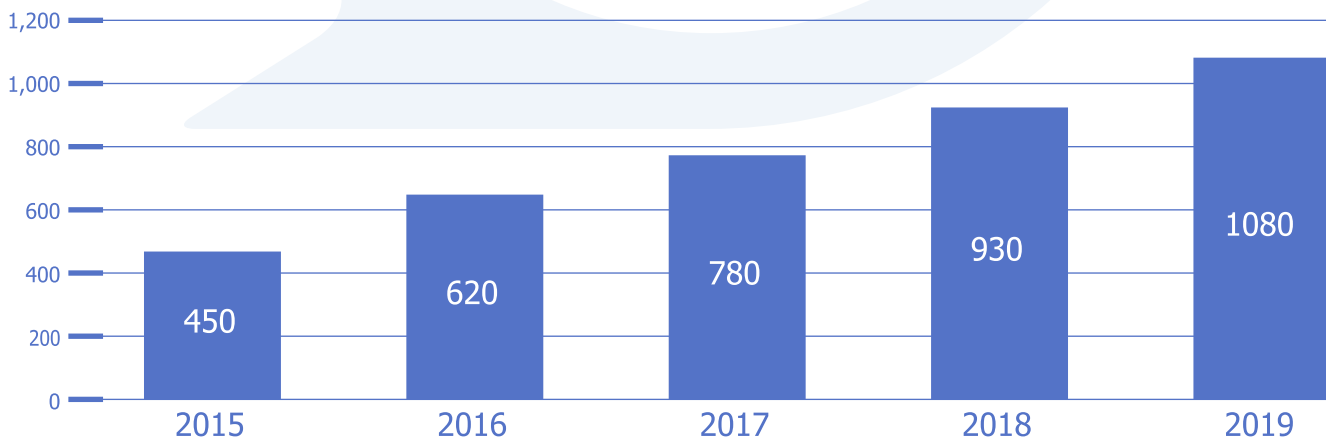
Sumber : <http://www.worldbank.org/en/topic/migrationremittancesdiasporaissues/brief/migration-remittances-data>

Lalu lintas transfer uang di pasar mencapai angka fantastis sebesar \$ 580 miliar. Bayangkan saja - lebih dari setengah triliun dollar

13. Pasar transfer p2p via perangkat mobile akan mencapai \$ 17 miliar pada 2019

14. Total pasar pembayaran via mobile pada 2019 akan mencapai \$ 1,1 triliun

## Total revenue of global mobile payment market from 2015 to 2019 (in billion U.S. dollars)



## 7. DISTRIBUSI TOKENS. EMISI

Penciptaan dan produksi e-Chat Coin dibuat oleh ICO (Initial Coin Offering) pada kuartal ke-3 tahun 2017. Jumlah ini didasarkan pada kenyataan bahwa pada 2017 pasar layanan pesan mobile memiliki 3,5 miliar pengguna dan semua instant messenger populer memiliki masalah yang sama -yaitu masalah monetisasi. e-Chat menciptakan model terintegrasi baru, memungkinkan penggunaan semua fungsi messenger secara gratis, menghasilkan uang atau melakukan pembelian. Dengan demikian, kita menciptakan infrastruktur untuk menyukseskan proyek ini secara efisien. Ini termasuk area untuk komunikasi, streaming, blogging, transaksi keuangan, transmisi data, telepon, integrasi permainan mobile dan aplikasi.

### Penjualan Token (distribusi)

#### Tahap distribusi Token # 1 Pre-ICO

**Tanggal mulai:** 16 Oktober 2017 (pukul 12:00 siang Waktu London, GMT-0)

**Tanggal akhir:** 15 November 2017 (pukul 12:00 siang Waktu London, GMT-0)

**Distribusi token e-Chat (Fase # 1):** 5.000.000 token e-Chat

**Mata uang yang diterima:** ETH, BTC, LTC, ZEC, BTS

**Nilai tukar Token:** 1 USD = 0,70 ECHT

**Jumlah pembelian token per satu orang:** tidak terbatas

**Jumlah transaksi maksimum:** tidak terbatas

#### Tahap distribusi Token # 2-3 ICO

**Tanggal mulai:** 16 November 2017 (pukul 12:00 siang waktu London, GMT-0)

**Tanggal akhir:** 30 Desember 2017 (pukul 12:00 siang waktu London, GMT-0)

**Distribusi token e-Chat (Fase # 2-3):** 295,000,000 token e-Chat

**Mata uang yang diterima:** ETH, BTC, LTC, ZEC, BTS

**Jumlah pembelian token per satu orang:** tidak terbatas

**Jumlah transaksi minimum:** tidak terbatas

**Jumlah transaksi maksimum:** tidak terbatas

#### Tahap distribusi Token # 2 ICO

**Tanggal mulai:** 16 November 2017 (pukul 12:00 siang waktu london, GMT-0)

**Tanggal akhir:** 15 Desember 2017 (pukul 12:00 siang waktu london, GMT-0)

**Nilai tukar Token:** 1 USD = 0.75 ECHT

## Tahap distribusi Token # 3 ICO

**Tanggal mulai:** 16 Desember November 2017 (pukul 12:00 siang waktu london, GMT-0)

**Tanggal akhir:** 30 Desember 2017 (pukul 12:00 siang waktu london, GMT-0)

**Nilai tukar Token:** \$ 1 USD = 0.8 ECHT

### Penggunaan dana

- **30%** - pengembangan
- **48%** - pemasaran dan PR
- **10%** - Dana cadangan
- **12%** - Pendiri

### Distribusi token

- **92%** - Penjualan token
- **7%** - referral program
- **1%** - Kampanye Bounty



## 8. e-Chat Roadmap

1

10.2017

### **Pre-ICO Dimulai**

Penciptaan latar belakang informasi ditujukan untuk menarik perhatian masyarakat terhadap e-Chat, membentuk komunitas, loyal image of the brand, dan crowdfunding.

2

11.2017

### **Pelaksanaan tahapan pertama ICO**

Peluncuran kampanye pemasaran dan promosi Omnichannel untuk mempromosikan ICO e-Chat. Saluran yang digunakan: forum, sumber berita, pelacak, periklanan kontekstual, promosi di media sosial, surat langsung, kerja sama dengan blogger, dll.

3

12.2017

### **Mendesain ulang aplikasi, menghubungkan dompet cryptocurrency**

Kelanjutan pengembangan e-Chat: mendesain ulang dengan koneksi fungsi tambahan.

4

12.2017

### **Mulai pelaksanaan tahapan kedua ICO**

Sebagian besar dana yang dikumpulkan selama putaran pertama ICO dikirim untuk meningkatkan efektivitas kampanye pemasaran dan PR, dan pada promosi aplikasi di antara pengguna Google Play dan App Store

5

12.2017

### **100.000 instalasi aplikasi berhasil dipasang**

Kami akan mencapai indikator seperti itu berkat strategi pemasaran yang maju untuk mempromosikan aplikasi, serta popularitas ICO itu sendiri.

6

**01.2018**

## **Penyelesaian ICO dan koneksi token internal ke aplikasi**

Setelah penyelesaian ICO, dibutuhkan beberapa waktu untuk membangun infrastruktur, pengujian beta tertutup, dan pelepasan token ke bursa pertukaran crypto yang paling populer di dunia: Poloniex, Bittrex, Cina, Jepang, dll.

7

**02.2018**

## **Melaksanakan koneksi ke seluruh metode pembayaran yang paling populer (Visa, Mastercard + perluasan daftar cryptocurrency)**

Setelah berhasil melakukan pengujian dan pemenuhan transaksi cryptocurrency internal, koin tambahan akan dihubungkan untuk menciptakan dompet cryptocurrency berskala penuh.

8

**02.2018**

## **Pelepasan test-net dari versi update messenger**

Tim e-Chat peduli dengan keamanan pengguna, karena alasan ini beberapa operasi di messenger akan dibatasi. Di fase test-net, tambahan kemampuan messenger dan multi-currency wallet akan tersedia.

9

**02.2018**

## **Implementasi fitur pertukaran cryptocurrency internal**

Setelah penyelesaian pengujian massal aplikasi atas dasar software kernel yang baru, pertukaran cryptocurrency internal akan diluncurkan.

10

**02.2018**

## **Peluncuran kampanye pemasaran besar-besaran**

Untuk mempopulerkan messenger, berdasarkan pengalaman yang sudah ada dalam promosi aplikasi, kami mengembangkan rencana pemasaran berskala penuh untuk meningkatkan popularitas aplikasi.

11

**03.2018**

**Menghubungkan kemampuan untuk membuat chat berbayar**

Fungsi ini memungkinkan Anda membuat chat VIP untuk selebriti, dan pelatihan chat room dengan sistim pembayaran berbasis waktu.

12

**04.2018**

**1.000.000 instalasi /  
100.000.000 pesan perhari**

13

**05.2018**

**Peluncuran aplikasi versi desktop**

Dengan semakin populernya aplikasi, banyak pengguna akan memerlukan fitur tambahan dan kemudahan penggunaannya di laptop dan PC mereka.

14

**06.2018**

**Menghubungkan protokol enkripsi Anda sendiri**

Saat ini, tim kami meneliti pembuatan cara komunikasi tercepat dan teraman berdasarkan teknologi seperti P2P dan DHT.

15

**07.2018**

**Menghubungkan kemampuan streaming**

Konten langsung menjadi semakin populer di kalangan pengguna dari seluruh dunia, sehingga peluang semacam itu akan memberi tambahan insentif untuk meningkatkan basis pengguna.

16

**08.2018**

**Menghubungkan fungsi grup audio dan fitur panggilan video**

Fungsi ini akan diimplementasikan setelah Anda menghubungkan protokol enkripsi Anda sendiri untuk memastikan tingkat keamanan maksimum.



17

10.2018

**50 BTC per hari adalah jumlah penghargaan dari pengguna untuk posting di feed**

Menghubungkan fungsi streaming akan memberi dorongan tambahan ke donat di dalam aplikasi berkat koneksi ke instant messenger seperti penonton «gamer».

18

10.2018

**Menyematkan fungsi layar aplikasi (video call and steams) dan mengubah tampilan pengguna secara online.**

19

12.2018

**50.000.000 instalasi / 10 juta pesan per hari**

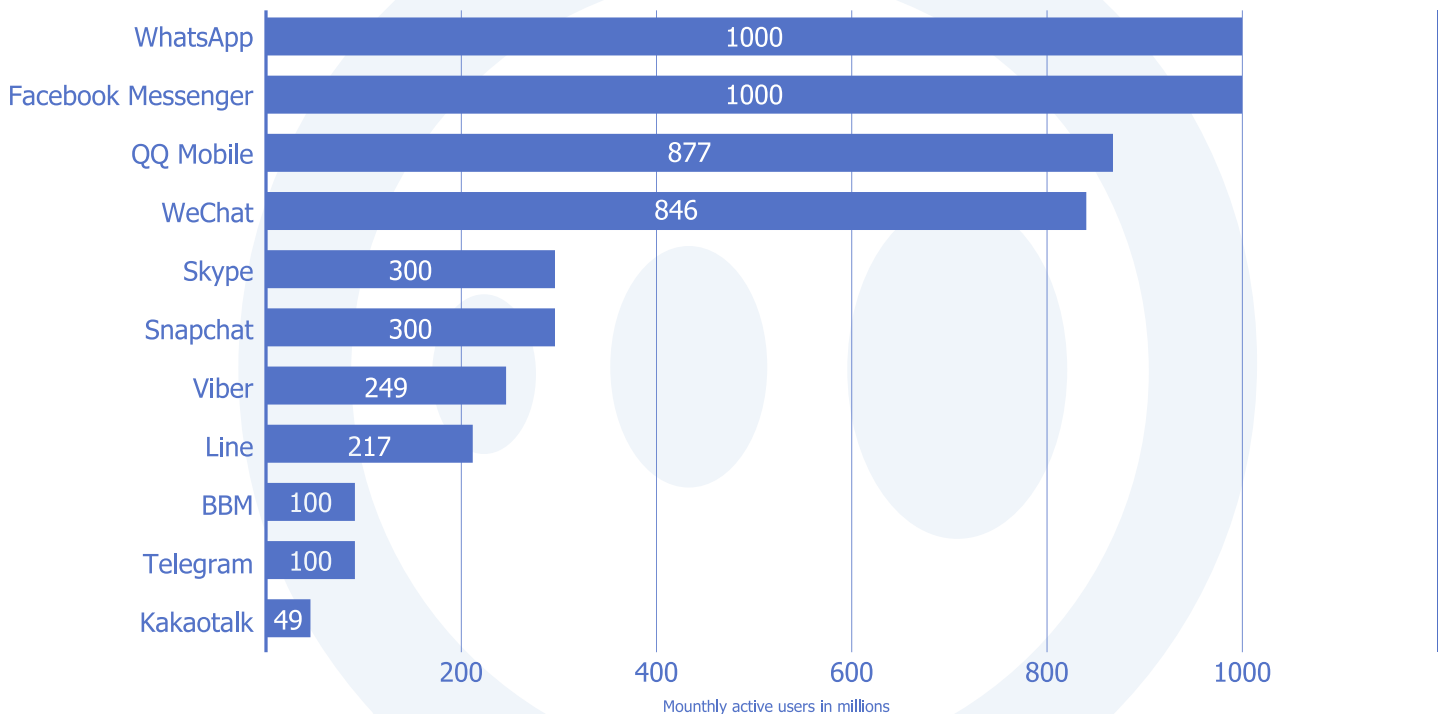
Dan ini semua hanya permulaan dari sesuatu yang sangat besar !

## 9. Rencana pemasaran

Biaya pemasaran sebuah proyek adalah salah satu item pengeluaran terpenting. Dengan memahami dengan baik dan memiliki pengalaman yang signifikan di bidang promosi aplikasi mobile, kita bisa menghitung keseluruhan budget dan membuat promosi untuk aplikasi kita dengan akurasi keuntungan yang tinggi.

Untuk menghitung anggaran selanjutnya dan hasil yang diharapkan, mari kita lihat statistik messenger yang sudah ada:

The most popular instant messengers. January 2017



### Saluran dan sarana pendukung

Tujuan dari kampanye pemasaran tidak hanya untuk menyampaikan informasi tentang keberadaan dan manfaat proyek, namun menciptakan komunitas orang yang mempercayai sarana komunikasi mereka dengan aplikasi kita di tempat pertama. Selain komunitas pengguna aktif, inilah sarana terciptanya komunitas investor yang berminat yang memiliki kesempatan unik untuk mendapatkan akses distribusi keuntungan.

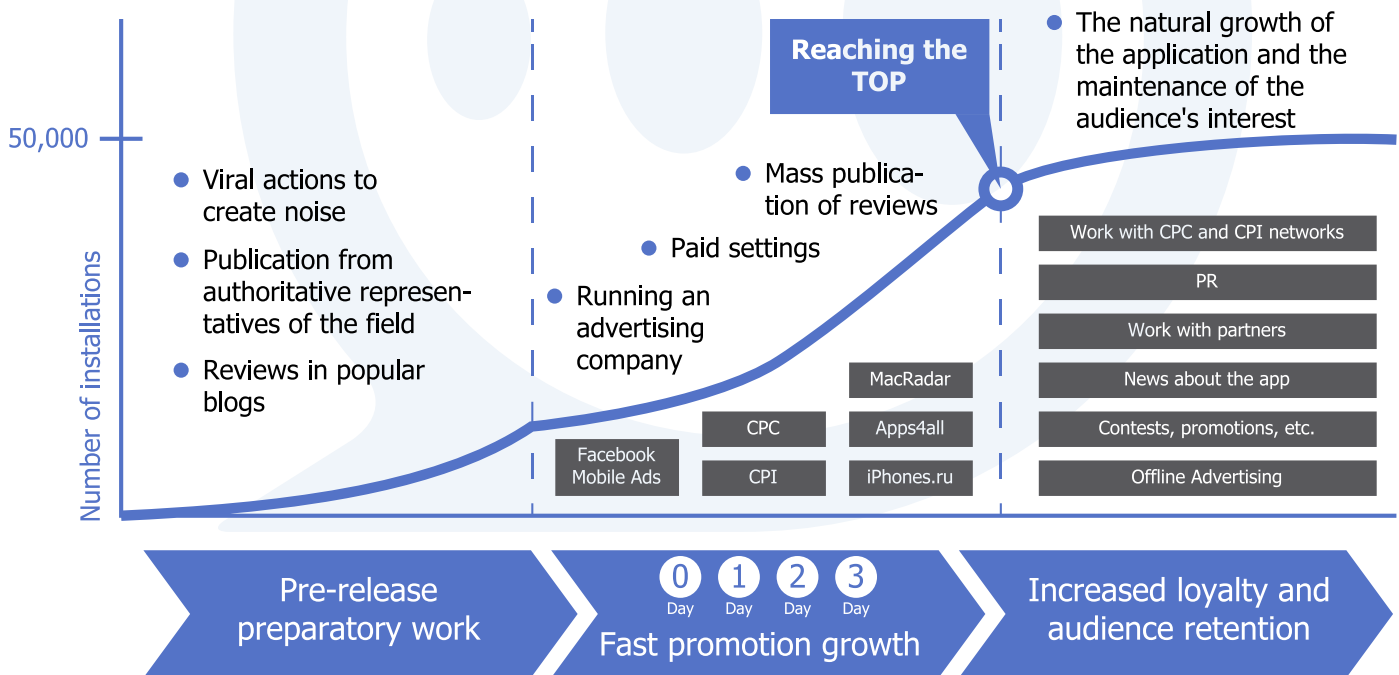
# Rencana pemasaran

Kampanye pemasaran aplikasi mencakup hal-hal berikut, namun bukan merupakan rangkaian kegiatan terakhir. Penting untuk dicatat bahwa keseluruhan keberhasilan kampanye pemasaran dibangun di atas kombinasi berbagai sarana pemasaran, dan juga keseluruhannya, tanpa menyoroti satu poin saja. Dunia kita telah beralih ke tahap pengambilan keputusan berdasarkan banyak sentuhan, yang meyakinkan pengguna untuk mengadopsi satu atau algoritma tindakan lainnya, yang akan secara langsung maupun tidak langsung meningkatkan tingkat kepercayaan dan keterlibatan tambahan.

## ASO (AppStoreOptimization)

Ini adalah sarana dan langkah langkah untuk mengoptimalkan aplikasi, yaitu: judul, kata kunci, deskripsi, untuk memaksimalkan visibilitas aplikasi Anda dalam pencarian, lokalisasi.

### Plan for the withdrawal of the application in the TOP



## **Periklanan kontekstual (Google, Baidu, Yahoo, Bing)**

Salah satu jenis promosi aplikasi mobile yang paling populer. Bergantung pada format iklan, iklan kontekstual bisa berupa iklan teks, banner, atau video. Menurut jenis iklan kontekstual, pencarian dan tematik dibedakan. Item terpisah adalah jenis iklan kontekstual, seperti pemasaran ulang. Pemasaran ulang untuk aplikasi seluler memungkinkan untuk menampilkan iklan kepada pengguna yang mengunjungi situs seluler tertentu atau membuka iklan saat pengguna meluncurkan aplikasi seluler tertentu.

Periklanan kontekstual, termasuk pemasaran ulang, memungkinkan Anda memprediksi dan memengaruhi indikator kinerja utama seperti :

- ARPU
- LTV
- CPA
- CPL (cost per lead)
- CPO
- AOV (average order value)
- ROI

## **Periklanan bertarget di media sosial**

Kemungkinan iklan bertarget di media sosial:

- Target berdasarkan Kepentingan pemirsa ;
- Penargetan berdasarkan letak geografis (geotargeting);
- Penargetan berskala lokal;
- Penargetan berdasarkan waktu tampilan (pagi atau sore, hari kerja atau akhir pekan);
- Penargetan sosial demografis berdasarkan usia, jenis kelamin, pendapatan, posisi, dll. Membatasi jumlah tayangan ke setiap pengguna, memungkinkan untuk menyesuaikan jumlah tayangan media periklanan berdasarkan kategori pengguna secara khusus dalam proses interaksi dengan materi promosi;
- Penargetan berdasarkan perilaku dan pangsa pasar yang paling menjanjikan hari ini. Esensinya bermuara pada pengenalan mekanisme untuk mengumpulkan informasi tentang aktivitas pengguna di Internet dengan penggunaan cookies;

- Penargetan geografis, Konsep ini pertama kali dipopulerkan oleh AlterGeo. Intinya adalah mengetahui pergerakan subjek (lokasi tepatnya sampai ke institusi tempat subjek berada dapat menentukan layanan geososial modern) dan berhenti berdasarkan («tanda», «cek», atau «check-in») Pada beberapa titik, Anda bisa dengan jelas melihat kebiasaan dan predileksi subjek. Berdasarkan minat ini, menjadi mungkin untuk membangun aspek keinginan pengguna ke arah yang paling sempit. Setuju, Anda akan melihat iklan di sekolah atau universitas Anda akan menangkapnya lebih cepat daripada iklan yang menggunakan gambar-gambar area terkenal di dunia. Pesan utama selalu disesuaikan dengan tujuan kampanye tertentu. Lagi pula, hal pertama yang penting dalam bisnis kita adalah menarik perhatian pengguna!

## **Jaringan sosial (Facebook, Twitter, Weibo, dll)**

Peran jaringan sosial yang terus meningkat dapat memainkan salah satu peran penting dalam pembentukan komunitas kita, dan peluang iklan yang paling ditargetkan menarik perhatian audiens kita. Tujuan kami adalah untuk dapat diwakili dalam jumlah semaksimal mungkin di seluruh jaringan sosial global dan lokal untuk lebih dekat dengan pengguna kami dan untuk dapat mendengar keinginan dan harapan mereka!

## **PR (Pemerataan materi, blogger, review, siaran pers)**

Memiliki pengalaman yang luas dan dengan memiliki basis kontak di bidang teknologi tinggi, fintech, spesialis, manajer media, kami berharap dapat menerima ulasan dalam publikasi paling bergengsi yang ditujukan untuk teknologi: [techcrunch.com](http://techcrunch.com), [variety.com](http://variety.com), [mashable.com](http://mashable.com), [theverge.com](http://theverge.com), [gizmodo.com](http://gizmodo.com), [techrepublic.com](http://techrepublic.com), [finance.yahoo.com/tech](http://finance.yahoo.com/tech) dan lain-lain.

## **Vloggers**

Berkat kontak yang mapan dengan vloggers populer mengenai yang berfokus ke topik-topik cryptocurrency, teknologi blockchain, dan juga sistem rujukan dengan pemberian “imbalan” untuk mengundang pengguna, kami berharap dapat menerima lebih dari 3.000 review selama tahun pertama bekerja setelah crowdsale

## **Iklan Video ads (Facebook, Youku, YouTube)**

Salah satu format periklanan yang paling cepat berkembang. Banyak jaringan sosial memprioritaskan iklan video, karena biaya memimpin akhir, berkat formatnya, bisa dikurangi beberapa kali. Khusus untuk persiapan sejumlah besar materi, tim ini melibatkan spesialis produksi yang berpengalaman, yang kreativitasnya sudah bisa Anda nikmati dalam presentasi video kami di situs ini.

## Jaringan CPI

Program afiliasi merupakan bagian integral dari rencana pemasaran dan mampu membawa sejumlah besar instalasi dan pengguna aktif dengan sumber daya luar negeri yang kondisional. Tujuan kami adalah untuk menarik setidaknya 10 juta instalasi dalam 1 tahun melalui jaringan kemitraan dengan pemberian imbalan .

## Kampanye Pemasaran berbasis KPI

### 1. Menggunakan aplikasi

- identifikasi data demografis
- waktu aktivitas pengguna terbesar
- Perangkat
- OS
- waktu penggunaan
- analisis kohort

### 2. Keuntungan seumur hidup

Metrik yang terbukti untuk setiap inisiatif pemasaran adalah nilai seumur hidup / lifetime value (LTV). LTV adalah nilai setiap pengguna ponsel. Salah satu indikator utama, dengan mempertimbangkan kemungkinan waktu untuk habituasi pengguna ke aplikasi dan mempelajari fungsionalitas penuh.

Indikator ini memungkinkan untuk menghitung nilai pasti setiap pengguna yang tertarik dan memprediksi model bisnis dan anggaran yang paling akurat. Untuk jangka waktu 1 tahun, target awal kami ditetapkan sebesar \$ 3 per tahun. Dengan demikian, dengan biaya agregat untuk menarik pengguna dengan harga kurang dari 1 USD.

### 3. Kehadiran dan peningkatan posisi aplikasi di pasaran

Akan sangat baik bila aplikasi mampu mengambil posisi tinggi di peringkat pada puncak popularitas, namun Anda memerlukan rencana yang jelas untuk pengembangan dan kehadirannya, saat gelombang perhatian akan mereda. Panjang umur aplikasi bergantung pada seberapa besar perusahaan dapat menarik minat pengguna, dan seberapa sering pengguna akan kembali ke aplikasi dalam 1 hari, 7 hari, 30 hari.

«Segala upaya untuk menjaga popularitas dan kehadiran yang meningkat merupakan salah satu tantangan terbesar untuk aplikasi mobile saat ini, karena 65% orang berhenti menggunakannya tiga bulan setelah pemasangan,» kata Cesari Pietrzak, direktur pemasaran di Appboy, menambahkan bahwa penilaian

awal dan pengamatan juga akan menolong untuk bisa menentukan viabilitas aplikasi yang ada di pasaran.

Selain itu, lokasi aplikasi di App Store menjadi lebih kompleks dan memberi perhatian lebih untuk menjaga kehadiran dan interaksi antar pengguna, sehingga semakin sedikit aplikasi grafis yang beredar di pasaran.

«Ini bagus untuk konsumen, karena menjaga pangsa pasar dan berpartisipasi dalam pengembangan adalah kualitas aplikasi terbaik,» kata Timothy Sullivan, wakil presiden produk di Boxer. Tapi itu juga berarti aplikasi tersebut harus benar-benar efektif untuk mampu masuk kebarisan TOP 3. «

## 4. Pertumbuhan pengguna aktif

Setiap pengguna dapat mendownload aplikasi tersebut, namun harus memiliki semua kualitas yang diperlukan sehingga orang memiliki keinginan untuk menggunakannya secara teratur. Pada saat bersamaan, salah satu pencapaian utama adalah peningkatan bulanan pengguna aktif (MAU) atau peningkatan pengguna aktif (DAU) sehari-hari. Tujuan utama yang harus dicapai adalah bahwa aplikasi tersebut menyebabkan kepercayaan diantara para pesertanya, dan pada akhirnya mereka dapat menggunakannya sesering mungkin. Ini memerlukan analisis aplikasi yang sangat efektif, statistik penggunaannya, dan mengambil tindakan untuk memperbaikinya dan menarik lebih banyak pengguna aktif.

## 5. Durasi sesi

Durasi sesi adalah salah satu metrik terpenting yang menjadi ciri minat pengguna terhadap aplikasi. Pada bagian ini, fungsional aplikasi masa depan setidaknya memiliki beberapa komponen kuat untuk meningkatkan indikator ini: kemampuan untuk melakukan panggilan video (individual maupun grup), kemampuan untuk merekam video streaming, dan komponen konten.

## 6. Pendapatan rata-rata per pengguna (ARPU)

Monetisasi aplikasi tidak akan datang kedepan, dan komponen utama monetisasi masa depan akan dikurangi menjadi komisi mikro untuk transaksi pembayaran antara pengguna dan pertukaran cryptocurrencies, namun tujuan kami adalah membuat kemampuan transaksi menjadi sangat sederhana dan nyaman, selain itu kami juga bertujuan untuk menjadikan e-Chat sebagai salah satu aplikasi yang paling sering digunakan untuk melakukan pembayaran transaksi cryptocurrency, maupun uang fiat. Metrik kunci dari titik pemasaran KPI ini adalah peningkatan aktivitas pengguna dalam hal pembayaran, dan peningkatan ARPU yang sesuai.

## 7. Waktu memulai / mendownload aplikasi

Kami menyadari bahwa waktu sangat penting, dan kami bertanggung jawab untuk memastikan bahwa pengguna kami dapat mendownload aplikasi e-Chat sesegera mungkin. Salah satu metrik utama dalam pengembangan dan promosi aplikasi akan menjadi aplikasi yang bisa download dengan cepat - kurang dari 1 detik, yang mungkin bisa dirasakan oleh otak manusia sebagai instant download.

## 8. Akuisisi Pengguna

Salah satu cara untuk mendapatkan pengguna baru adalah dengan mengetahui bagaimana pengguna yang ada menemukan aplikasi, apakah pencarian organik, iklan berbayar, ataukah melalui program referral dalam aplikasi atau mungkin dengan cara mentransfer informasi satu sama lain. Orang tertarik pada berbagai jenis aplikasi karena berbagai alasan, dan berguna untuk mengetahui cara terbaik untuk menjangkau khalayak target Anda.

## 9. Pengalaman Pengguna / Tingkat kepuasan

Apakah orang menghabiskan lima menit untuk benar-benar mengekstrak nilai dari aplikasi Anda, atau apakah mereka mencoba menemukan halaman yang mereka cari menggunakan halaman hanya jika mereka frustrasi? Hanya karena seseorang menggunakan aplikasi ini, bukan berarti mereka menikmati aplikasi. Tentu saja, Anda dapat membaca ulasan dan penilaian di toko aplikasi, namun Anda juga dapat menggunakan alat bantu seperti Helpshift dan mengirimkan pesan dalam aplikasi untuk memberikan feedback mengenai malfungsi, kesalahan, dan antarmuka pengguna menggunakan umpan balik ini guna untuk meningkatkan pengalaman pengguna itu sendiri berdasarkan

## 10. Geografi aplikasi

Seluruh dunia.

## 11. Analisa

Prinsip dasar kerja tim pemasaran kami adalah membuat keputusan semata-mata atas dasar penghitungan yang akurat yang diakumulasi dari beberapa sumber, bukan berdasarkan asumsi subjektif.



## 10. Program Afiliasi

Salah satu prinsip utama tim e-Chat adalah kerja sama timbal balik, dan kami akan terus mencari mitra baru.

Program referral dirancang untuk menarik pengguna dan memberikan kesempatan untuk mendapatkan token internal bagi pengguna aktif yang menarik arahan. Sistem ini tidak hanya menyediakan biaya tetap untuk setiap pelanggan aktif yang terlibat, namun juga persentase pembayaran dan pendapatan layanannya dari biaya komisi. Program rujukan disediakan selama ICO dan di masa depan, Setelah peluncuran resmi messenger yang telah diperbarui.

### **Program referral selama pelaksanaan ICO**

Saat mendaftar di situs yang mengumpulkan dana echat.ico, tautan unik tersedia di kabinet pengguna yang akan diberikan ke pengguna tertentu (selanjutnya di bagian ini - P1). Tautan ini dapat didistribusikan dalam waktu yang tidak terbatas di tempat yang sama sekali berbeda. Saat mengklik link ini dan kemudian digunakan untuk mendaftar oleh pengguna lain (selanjutnya di bagian ini - P2), P2 menjadi rujukan dalam kaitannya dengan P1. Ketika menginvestasikan sejumlah uang tertentu, P1 menerima tambahan bonus 5% dari jumlah investasi P2 di akun mereka. P2 juga bisa ikut dalam program afiliasi dengan mengundang di e-Chat ICO P3, P4 dan seterusnya. Dengan demikian, P1 akan menerima deduksi mitra dari investasi P2, dan P2 akan menerima potongan dari P3 dan P4. Semua token bonus, yang didapat melalui sistem rujukan disediakan sesuai dengan rencana distribusi token.

Selain itu, kami tidak akan berhenti untuk perluasan kesempatan program mitra untuk seluruh peserta yang paling aktif:

Jika jumlah keseluruhan investasi semua rujukan P2 lebih dari atau setara dengan \$ 50.000, maka potongan rujukannya akan meningkat dari 5% menjadi 7,5%;

Jika jumlah investasi dari semua referal P2 lebih dari atau setara dengan \$ 100.000, maka potongan rujukannya akan meningkat dari 5% menjadi 10%.

## **Berikut adalah beberapa cara untuk menggunakan program rujukan untuk deduksi rujukan:**

- Undang teman yang ingin berinvestasi di e-Chat untuk berpartisipasi dalam ICO;
- Buat ikhtisar ICO e-Chat di blog Anda (dalam format teks / video atau podcast), selain itu, dalam deskripsi atau teks, Dan lampirkan link rujukan Anda ;
- Publikasi link referral di akun pribadi Anda di jejaring sosial;
- Publikasi link dalam kelompok dan forum khusus yang didedikasikan untuk teknologi cryptocurrency dan blockchain (kami waspada terhadap spam, karena ini kami sarankan untuk menerbitkan link dalam format asli dengan deskripsi singkat tentang e-Chat, dan untuk kenyamanan pengguna, kami siapkan beberapa bahan siap pakai yang bisa Anda gunakan);
- Jalankan periklanan bertarget atau kontekstual menggunakan link rujukan Anda .

Dengan demikian, tim e-Chat akan menerima liputan tambahan di antara pemirsa setia dan tambahan investasi, dan pengguna akan dapat meningkatkan investasinya berkali-kali lipat.

## **Program afiliasi di e-Chat messenger**

Dalam aplikasi e-Chat, program kemitraan juga akan digunakan. Fungsi ini akan ditambahkan ke aplikasi Q1.2018 bersamaan dengan peluncuran tokennya sendiri dan menambahkannya ke messenger. Namun, program afiliasi dalam aplikasi memiliki tujuan yang berbeda. Tujuannya adalah untuk mengenalkan pengguna dengan kemampuan layanan pesan , untuk mengungkapkan semua fungsi yang dimilikinya.

Saat mendaftar M1 di e-Chat, dia bisa mempromosikan aplikasi ini ke temannya dengan memberikan nomor identifikasi. M2, mendownload aplikasi dan menyelesaikan proses registrasi, menunjukkan nomor identifikasi M1, yang memberinya informasi untuk mendownload e-Chat multitasking messenger yang terdesentralisasi . Setelah pendaftaran selesai, M2 akan menerima tiga ECHT gratis yang dapat digunakan untuk kemampuan instant messenger. M1 menerima bonus tambahan senilai 1 ECHT atas undangan teman.

Dengan demikian, M1 memiliki motivasi untuk menambahkan teman setia baru ke messenger, yang, pada gilirannya, memiliki kesempatan untuk memberikan donasi kepadanya. Dan M2 memiliki kesempatan untuk belajar e-Chat tanpa batasan tambahan, lengkap dengan saldo di akun.

## 11. Monetisasi e-Chat

Salah satu isu paling penting dari sudut pandang investor adalah monetisasi messenger . Meskipun basis pengguna yang besar, messenger modern, sebagian besar, belum menemukan cara untuk menghasilkan uang, yang memungkinkan mereka menghasilkan laba bulanan yang stabil. Metode yang paling umum untuk monetisasi instant messenger adalah:

- penetapan tarif panggilan dari aplikasi ke nomor telepon tetap atau nomor ponsel;
- berlangganan bulanan untuk fungsi messenger tambahan;
- komisi untuk pembelian internal di messenger (permainan, stiker, topeng, dll.);
- penerapan komisi pengiriman uang ke dalam dan di luar messenger;
- memasukkan iklan banner ke dalam antarmuka aplikasi;
- monetisasi platform chat-bot.

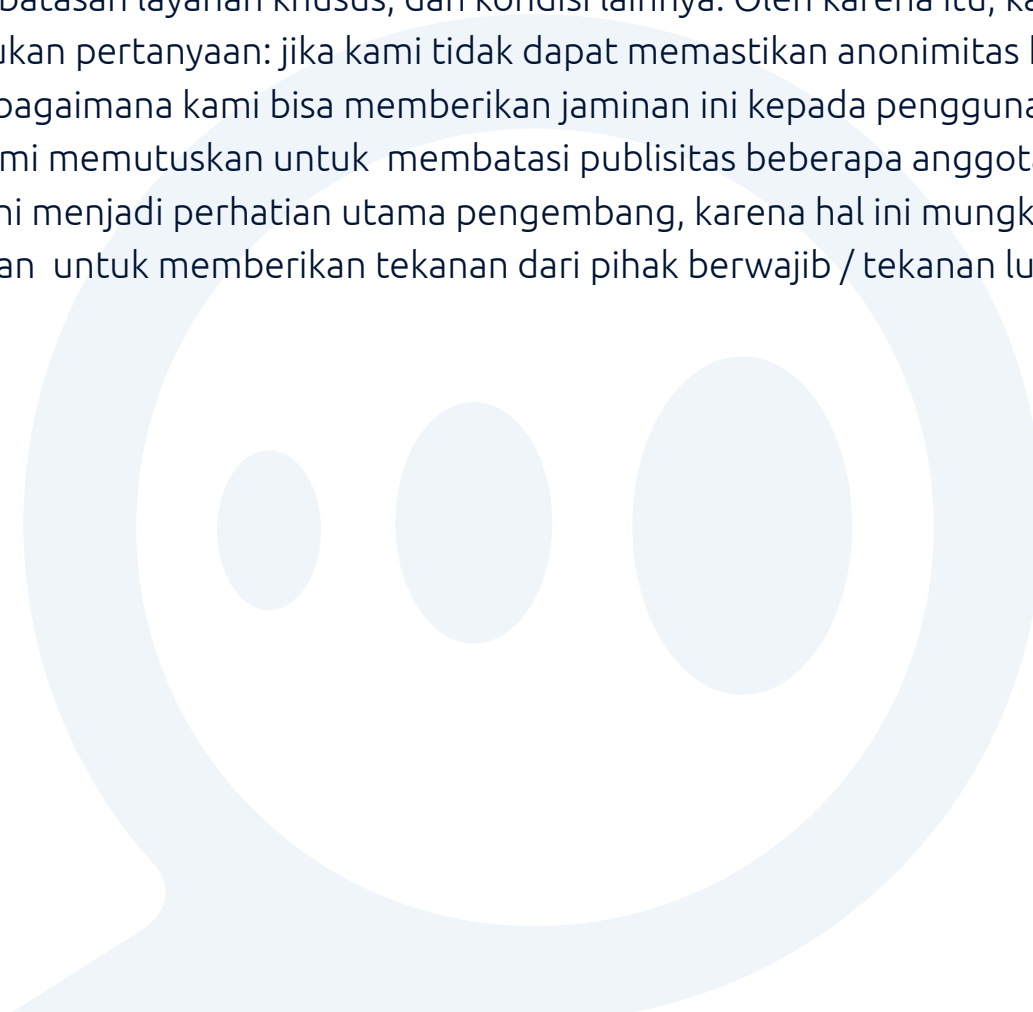
Kami memutuskan untuk melepaskan diri dari metode tradisional untuk menghasilkan uang dari pengguna, entah itu pembayaran klasik untuk penggunaan layanan atau penjualan data pribadi pengguna. Namun, tim e-Chat berencana untuk secara bertahap memonetisasi layanan bermerek yang disematkan dan mengenakan komisi dari pengguna yang menerima pendapatan dari penggunaan e-Chat:

- Komisi untuk transfer sistem pembayaran internasional dan nasional (American Express, Visa, MasterCard, China UnionPay, JCB, dll.);
- Cashback dari toko offline dan online untuk setiap pembelian menggunakan aplikasi;
- Transfer cryptocurrency ke dalam dompet e-Chat, transfer GRATIS ke ECHT;
- Komisi untuk blogger yang menerima pendapatan dari pelanggan berkat donasi untuk konten dan chat room berbayar.

Perlu dicatat bahwa monetisasi aplikasi hanya akan dilaksanakan setelah beberapa tahap pengembangan dan rekrutmen basis pengguna utama, yang direncanakan selesai pada akhir tahun 2018.

## 12. Tim Kami

Salah satu keputusan utama tim adalah penolakan publisitas. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa tujuan kita jauh lebih tinggi daripada keuntungan ketenaran dan popularitas, yang telah begitu diminati masyarakat kapitalis. Selain itu, kami lebih mementingkan keuntungan anggota komunitas kami. e-Chat adalah instant messenger yang bekerja secara independen dari negara manapun, tanpa adanya batasan layanan khusus, dan kondisi lainnya. Oleh karena itu, kami mengajukan pertanyaan: jika kami tidak dapat memastikan anonimitas kami sendiri, bagaimana kami bisa memberikan jaminan ini kepada pengguna kami? Maka kami memutuskan untuk membatasi publisitas beberapa anggota tim, karena ini menjadi perhatian utama pengembang, karena hal ini mungkin bisa digunakan untuk memberikan tekanan dari pihak berwajib / tekanan luar.



## 13. Perusahaan penyedia pusat layanan Crypto Currency

**Terdaftar secara resmi di Hong Kong, pada tanggal 4 Oktober 2016 dengan  
Nomor Pendaftaran Perusahaan # 2434664.**

**Alamat :**

**Unit 25A, Wing Hing Commercial Building, 139 Wing Lok Street, Sheung  
Wan, Hong Kong**

**hubungi kami :**

**+8 (528) 009-06441 - Hong Kong**





e-Chat