

МАНУАЛ ДЛЯ
НОВИЧКОВ



ADMIXER

ADVERTISING TECHNOLOGIES

ADMIXER.N
ET

НАЧАЛО ТВОЕЙ ИСТОРИИ И В ADMIXER TECHNOLOGIE S

**Ответы на вопросы, которые рано или поздно у тебя возникнут*

*Это пособие не является официальным трудовым договором.
Информация, упомянутая в презентации, может меняться.*

Если после прочтения у тебя возникло желание присоединиться к команде Admixer Technologies (а также, если ты хочешь, чтоб твое резюме находилось в нашей базе потенциальных кандидатов), об открытых вакансиях ты можешь узнать, написав на vpravlichenko@admixer.net.

*Admixer Technologies
Киев, Украина
www.admixer.net*

СОДЕРЖАНИЕ.....3

Предисловие. Зачем нужна эта книга.....4

Раздел I. Немного об Admixer Technologies.....6
(Краткая история, Структура сети Admixer, Наши продукты, Партнеры, Внутренняя структура: роли и зоны ответственности)

Раздел II. Кого мы ищем: хороший человек - это не профессия, однако28
(Наши ценности, Опыт vs потенциал, IQ и EQ, Как мы определяем, кого приглашать на работу? Клиентоориентированность — наше все)

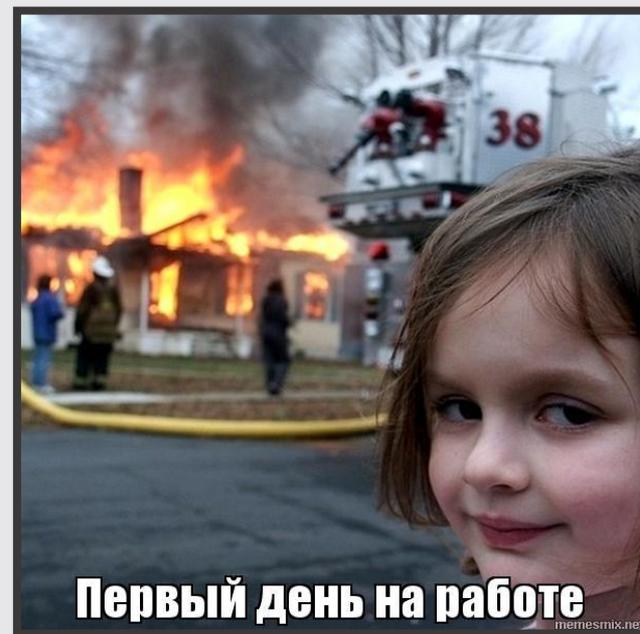
Раздел III. Как освоиться на новом месте.....34
(Мои первые 2 месяца, Как меня оценивают, А если у меня не получается? Личное и рабочее время, Рабочее пространство, Team Leads, Если я допустил ошибку? Как я буду расти? Корпоративы и тимбилдинги, Выплата ЗП и трудоустройство, Командировки, Обеды)

Раздел IV. База знаний и где ее искать43
(Будет ли у меня наставник? Если нужной информации в БЗ нет? Восполнение пробелов в знаниях)

Предисловие. Зачем нужна эта книга

Часто случается, что принимая job offer, мы не осознаем в полной мере того, что нас ожидает на новом месте работы. И вроде бы на собеседовании задавалось много вопросов, и HR все доступно рассказывала, но все равно нет абсолютной удовлетворенности от предстоящего, и в голове так и возникает очередное "А что, если...".

Мы собрали распространенные (и не очень) проблемы, с которыми сталкивается человек, приняв решение присоединиться к команде Admixer Technologies. В этом пособии мы попытаемся максимально подробно объяснить, что с тобой будет происходить первые 2 месяца, что тебя будет ожидать через полгода, с какими сложностями ты сможешь столкнуться и как максимально эффективно с ними можно справиться.



Пока же тебя ожидают любопытные первые недели развития и общения в нашей компании, во время которых мы поможем тебе адаптироваться, привыкнуть к нам, можно будет немного больше узнать о нашей работе, да и о чем-то новом в сфере AdTech. Для максимально быстрого введения в курс дела, мы написали этот мануал, в котором постараемся как можно точнее описать все, что будет происходить вокруг.

Мы понимаем ценность времени, потому не будем сюда вмещать все-все, что можно вместить, а оставим самое важное. Надеемся, тебе понравится. Первое правило Бойцовского клуба: “Никому не рассказывать о Бойцовском клубе”, а первое правило Admixer: “Не навреди клиенту, Admixer или коллегам”. Дальше делай все, что считаешь нужным для развития Admixer: советуйся, предлагай, воплощай!

Мы за все хорошее и против всего плохого!



Раздел I. Немного об Admixer Technologies

(Краткая история, Структура сети Admixer, Наши продукты, Партнеры, Внутренняя структура: роли и зоны ответственности)

Admixer Advertising Network (UA) был основан в 2008 году. Компания позиционировала себя как рекламная сеть, которая позволяет владельцам сайтов монетизировать весь рекламный трафик, а рекламодателям - проводить мультиформатные рекламные кампании на многочисленных площадках, таргетируя их на разные целевые аудитории. Наши региональные офисы расположены по всему СНГ, включая некоторые страны ЕС.

В 2016 году была сформирована дочерняя компания - Admixer Technologies. Это сердце сети Admixer. Именно тут создаются технологии, на которых работают все остальные Admixer-ы. Это глобальная часть компании, и наша ЦА – не отдельный регион, а весь мир, т.к. технологию можно продавать в любую точку планеты.

Admixer UA находится двумя этажами выше. Хотя мы и работаем все на единую цель, но структура и внутренние правила у нас все же отличаются. Кстати, ты частенько будешь видеть в офисе незнакомых людей. Это не “текучка кадров”, это тот самый верхний этаж приходит к нам что-то интересное обсудить:)

Дальше немного графики:

Current State of Admixer



Represented in **11** countries

- EME
- A
- Ukraine
- Belarus
- Kazakhstan
- Russia
- Georgia
- Estonia
- Latvia
- Lithuania

 Offices  Data-centers

Current State of **Admixer**

OPERATING
SINCE 2008

18bln

ad impressions
per month

PRESENTED
GLOBALLY

150+

employees

INDUSTRY
LEADERS

TRUSTED
PARTNER

DoubleClick Certified
Marketing Partner



Certified
Marketing
Partner

TRUSTED BY
ADVERTISER

1k+

Clients during
last year

TRUSTED BY
PUBLISHERS

6k+

publishers using
our Ad Server

Official reseller of:



SHAZAM



Strategic Partner of:

facebook.



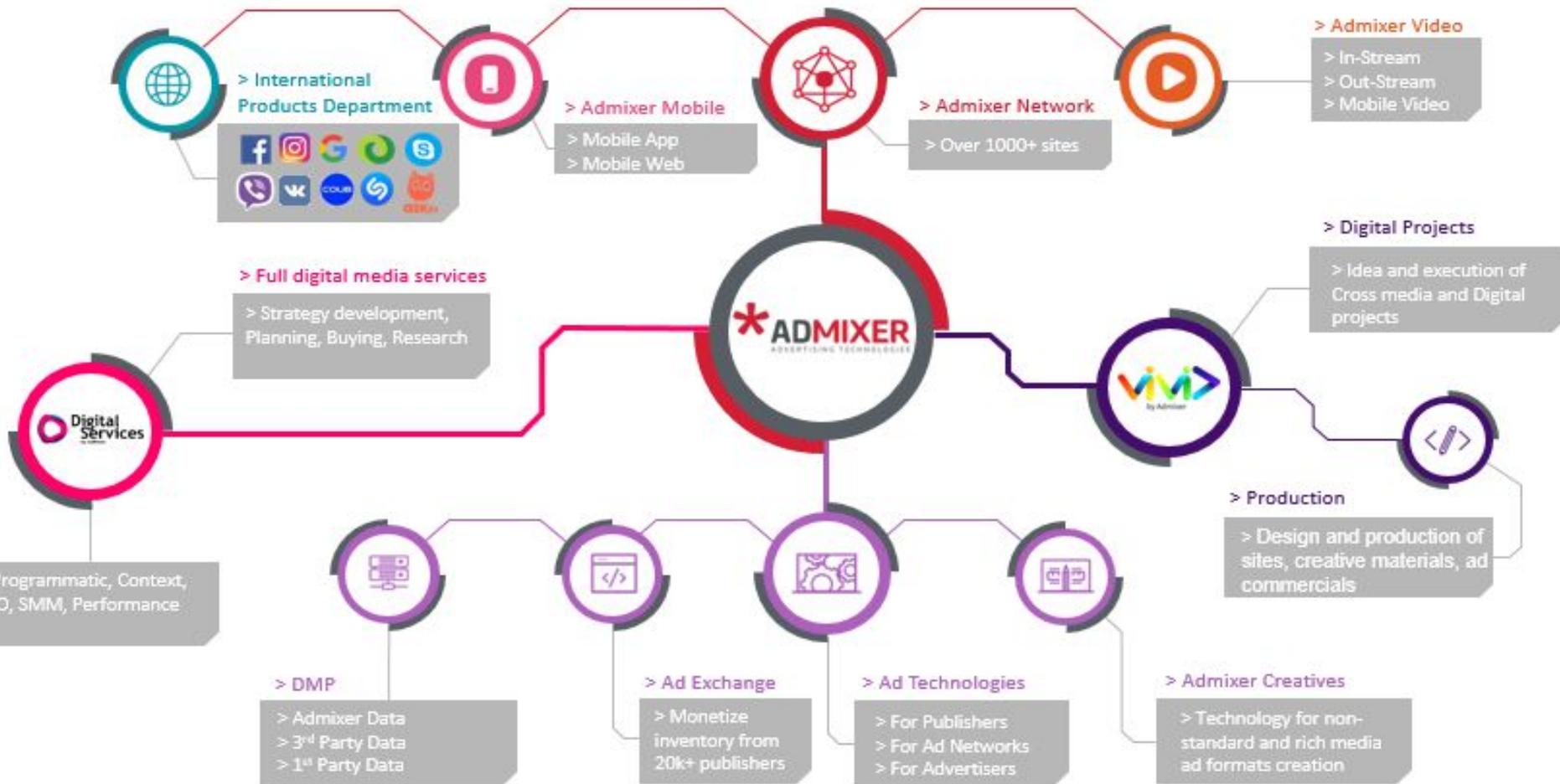
Instagram

Ad Inventory Partners:

Google

BID
SWITCH

Admixer – company with vast business capabilities in Digital



Multifunctional market expertise helps us to develop a product line of SaaS solutions for any ad business type

FOR ADVERTISERS
Admixer.TradeDesk



Trading Desk

FOR ADVERTISERS
Admixer.Creatives



Creative production

FOR AD NETWORKS
Admixer.Network



Ad Networks

FOR ADVERTISERS
Admixer.DMP



Data Management Platform (DPM)

FOR PUBLISHERS
Admixer.AdExchange



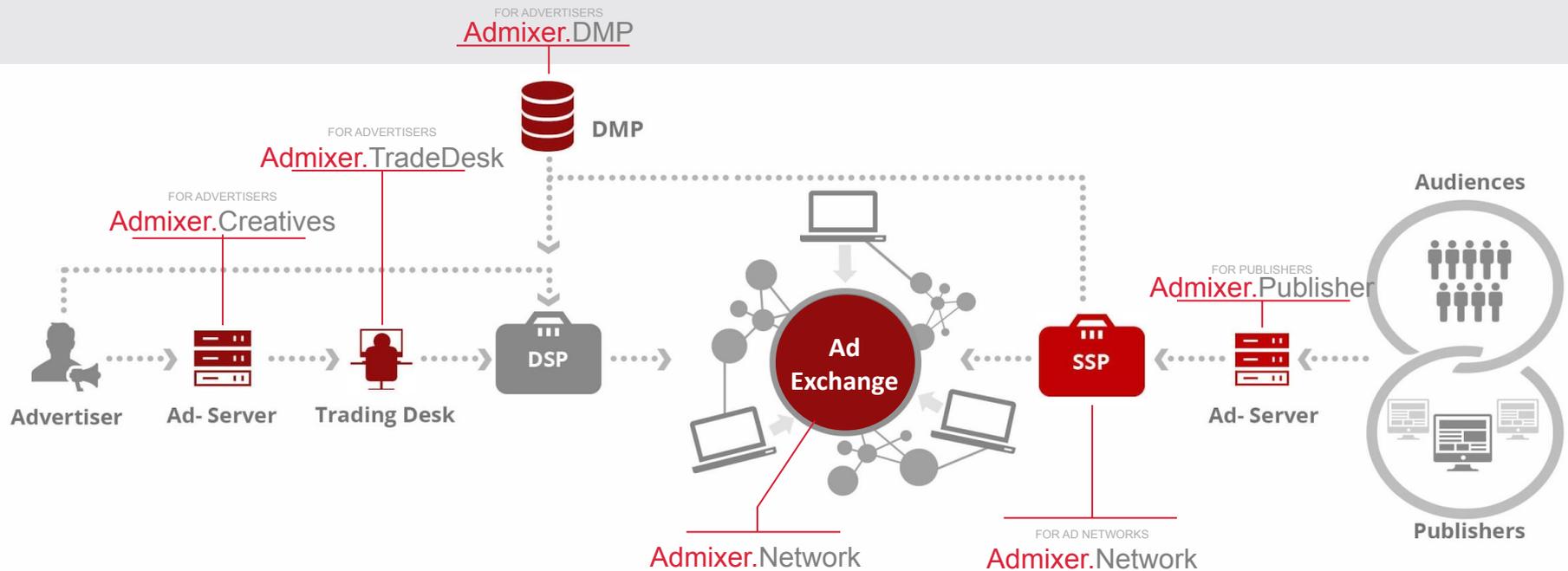
Ad Exchange

FOR PUBLISHERS
Admixer.Publisher

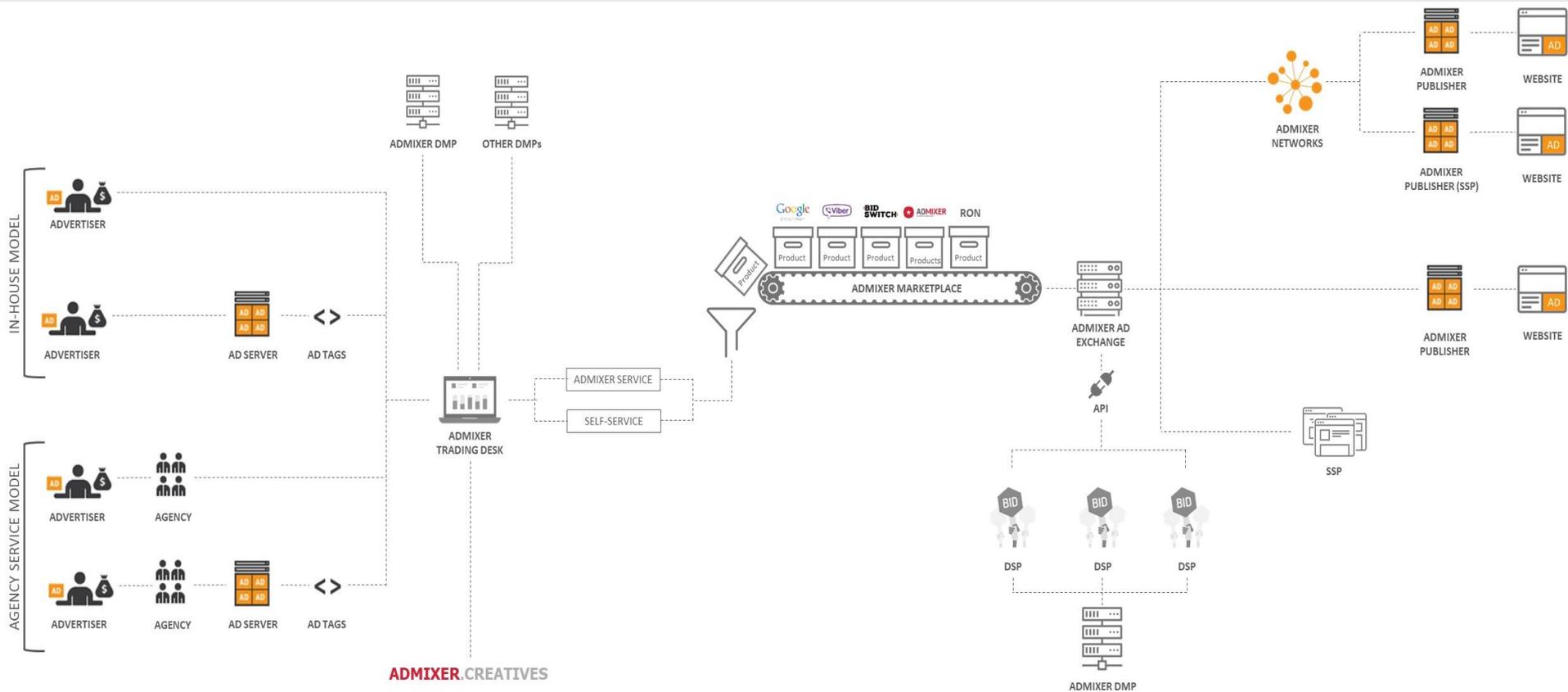


Ad serving

ADMIXER AD TECH SOLUTIONS COVER DIFFERENT PARTS OF THE PROGRAMMATIC ECOSYSTEM



Admixer Advertising technologies structure and workflow



Multifunctional market expertise helps us to develop a product line of SaaS solutions for any ad business type



Our technology is constantly developed and up-to-date:
it is cloud-based, scalable, fault-tolerant and geo-distributed

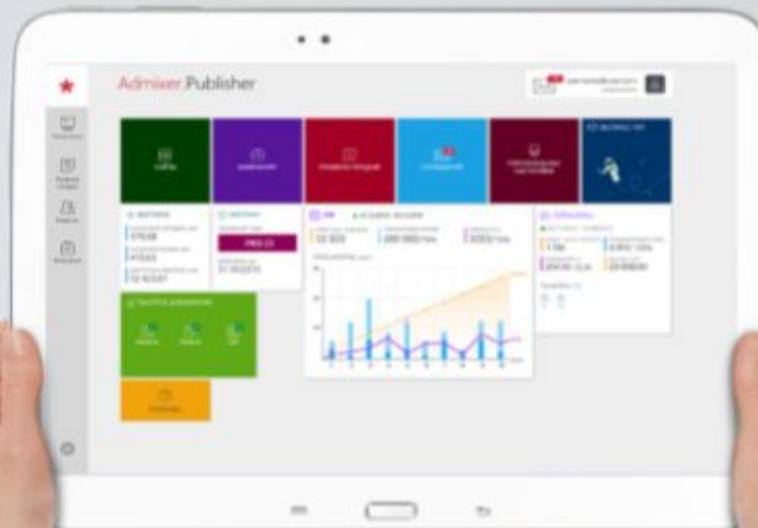
Кратко по продуктам:

Admixer.Publisher

Full-scale SAAS solution for **impressions monetization** from direct ad sales and AdExchanges. For publishers of any size who demands strong capabilities for

- ad serving
- campaigns management
- revenue optimization

- **7- language interface**
- **Real-time performance data**



admixer.net/en/publisher

WHAT IS ADMIXER.PUBLISHER?

ONE SOLUTION TO FIT ALL PUBLISHER NEEDS



INVENTORY MANAGEMENT

Unlimited number of sites and ad units, ability to target audience on all sites and monetize inventory more effectively.



AD CAMPAIGNS MANAGEMENT

Run and monitor ad campaigns efficiency with library of different ad formats and yield reports.



SELLING RULES

Possibility to connect external monetization sources through Admixer.AdExchange or add own one.



Admixer.Creatives

Technology allowing production of creative online advertising for any devices within minutes and also it's effective distribution.

Outstanding Performance: delivers higher CTR, interaction rate, brand recall, and purchase intent.

50+ Built-in Innovative Ad Formats

All ad types



In-page



Video



Floating



Mobile

for



Desktop



Tablet



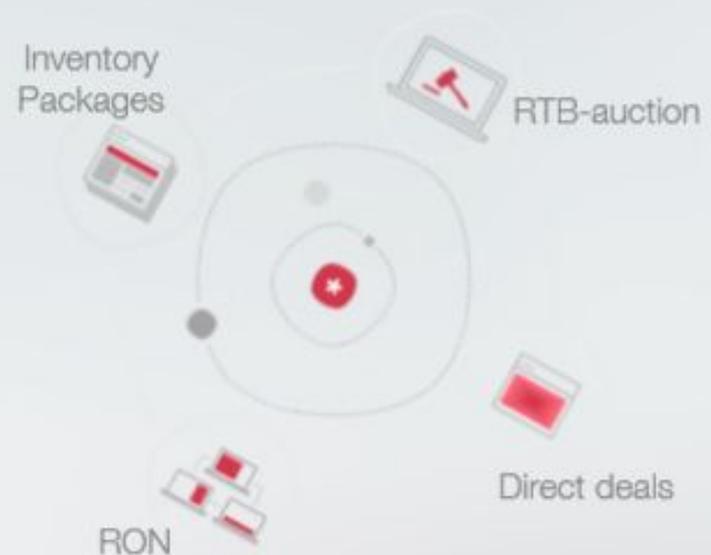
Smartphone

Admixer.Networks

Customizable SAAS solution for **ad networks management** that ensures flexibility across channels, formats and platforms.

Goes along with **Trading Desk** for inventory buying and **SSP solution** for Publisher's inventory management

Supports different methods of inventory selling



- 7- language interface
- Multi-platforms
- Real-time performance data

White label solution is available upon request

Basic features

.Network - is a full-featured technology for any type of advertising networks

Modern web-based UI;

Detailed real-time reports, including network revenue

Inventory buying and effective monetization infrastructure

Rich features set for campaigns performance management

Library of predefined desktop, mobile, rich-media and video ad formats

Interfaces for

- SSP
- DSP
- their customers

Multy-language

Scalable technology platform

24/7 customers-oriented support

Network Products

Gather inventory with different attributes into Network Products with set prices.

- Package products for gathered inventory
- Direct placement for featured inventory from one publisher

- Public and private products

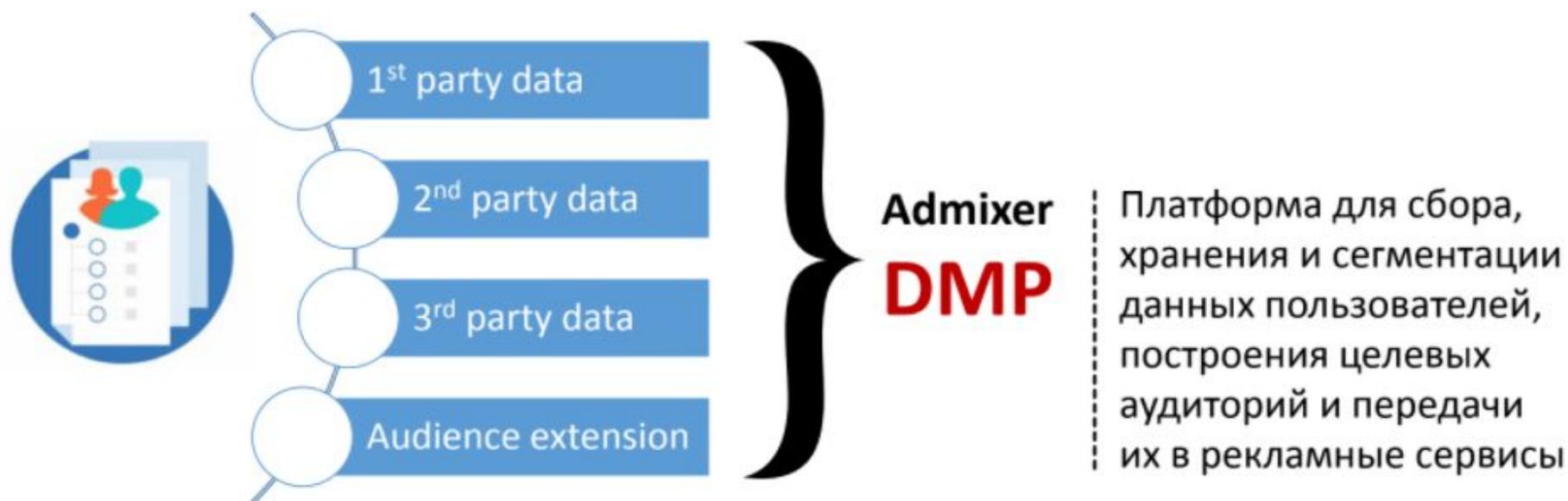
Product includes:

- Chosen inventory
- Targeting
- Price model
- Ad formats
- Price

Admixer DMP - таргетинг по целевым аудиториям



Admixer Data Management Platform



Какие данные доступны в Admixer DMP для таргетинга?



**1st party
данные**

Собственные данные
рекламодателя и
аудитории собранные в
рекламных кампаниях



**2nd party
данные**

Кастомные аудитории,
расширяемые с
помощью данных и
алгоритмов Admixer DMP



**3rd party
данные**

Готовые аудиторные
сегменты от различных
поставщиков данных

Admixer DMP позволяет строить стратегии достижения целевой аудитории с пересечением различных видов данных

Где можно использовать данные Admixer DMP?



Целевые аудитории доступны для таргетинга баннерных, видео, рич-медиа и мобильных рекламных кампаний

Admixer.TradeDesk

A PLATFORM THAT USES DATA AND TECHNOLOGY TO HELP
ADVERTISERS MORE EFFECTIVELY PURCHASE AUDIENCES
AT SCALE ACROSS DIGITAL MEDIA



Key features and advantages



Worldwide Reach

Access to large-scale direct Publishers, Ad Exchanges, SSPs and Ad Networks



Premium inventory

Direct and priority access to TOP local Publishers.
Access to private marketplace



Guaranteed & Direct Deals



Data

Access to premium data from the world's TOP providers



Easy to get onboard

No tech skills required. Simple set-up and expansive trainings



No minimum ad spend



Competitive rates

Most competitive rates in the industry

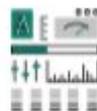


1st Party data activation



Creative Policy

Less strict on alcohol, pharmacy advertisers



Transparency

Transparent access to all the powerful planning, buying and measurement tools



Rich Media

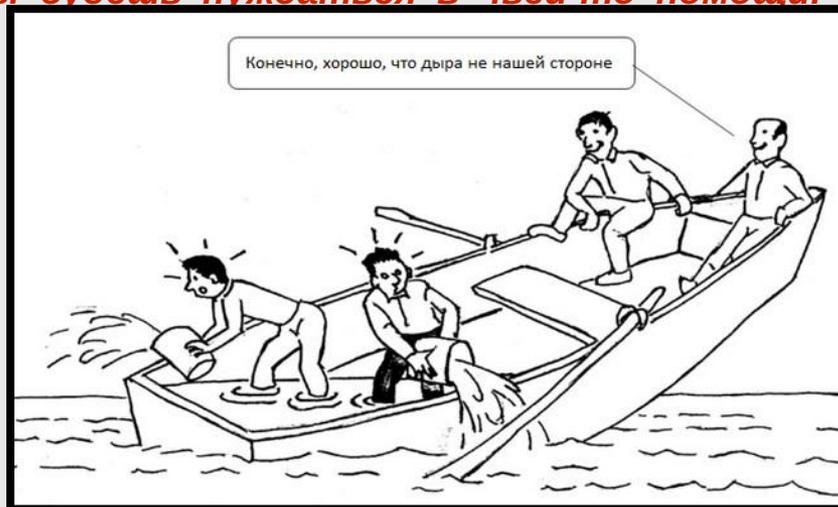
Increase engagement by using high-impact rich media banners

Структура компании

У каждого тут человека есть своя ключевая роль (иногда и не одна, и даже не две). Каждая роль подразумевает некую зону ответственности. Эта ответственность именно конкретно взятого человека способствует принятию ключевых решений: как быть, поступить и т.д. Понятное дело, что поначалу ты будешь все время с кем-то советоваться, спрашивать, но когда ты уже почувствуешь в себе силу, ты поймешь, что этой ответственности бояться не надо. Это твой потенциал, тебе с ним и работать.

Роли у нас определяются изначально, когда тебе предложили присоединиться к нашей команде. Твоя роль описывается, описывается ответственность этой роли, описываются показатели, которые помогают определить, хорошо ли исполняется роль, что подтянуть, что исправить, что оставить как есть. Пока, скорее всего, у тебя будет одна основная роль, но как только ты овладеешь нужным функционалом, можешь брать себе и другие роли (и никто не мешает принимать участие в жизни Admixer параллельно с освоением роли).

Помни, никогда не оставайся равнодушным, если ты можешь помочь, а ситуация не подразумевает твою зону ответственности. Может когда-то наступит момент, когда и ты будешь нуждаться в чьей-то помощи. Мы все находимся в одной лодке!



Итак, что такое Роль. Роль — это структурная единица компании, т.е. функции, из которых она строится. По сути, роль отдаленно напоминает должность, только у должности есть ограниченный набор задач, которые человек должен выполнять. К тому же, на должность назначают. Роль — наоборот — мы определяем и берем себе сами, если считаем, что сможем ее выполнять. Очень важно относиться ответственно к своей роли или ролям, так как все они важны. В то же время, как распределить время между ролями — решаешь только ты. У каждой роли есть (или будут) свои единицы измерения эффективности.

Теперь немного о тех, кто же тут работает.

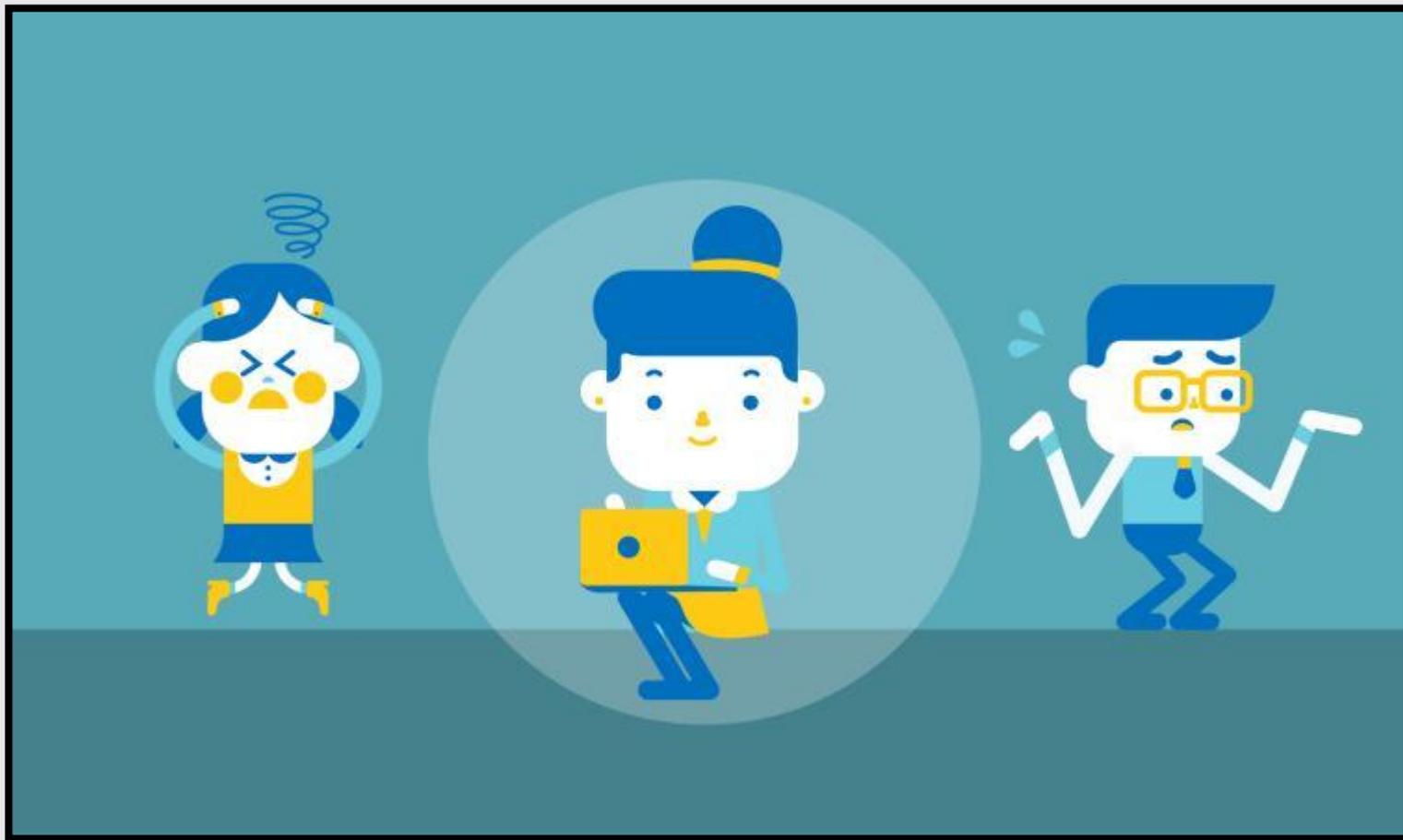
Наверняка, ты уже познакомился со “старшенскими” компании:

1. Леша Болтivec (<https://www.facebook.com/aleksey.boltivets>). Это тот человек, который в свое время собрал самых клевых людей вокруг себя и создал Admixer (CEO). Это человек, который стоит у руля, который принимает всю тяжесть ответственности ключевых решений. Он поможет, подскажет, направит, поругает (если ты реально накосячил). В общем, Леша - твой друг. Для нас, команды, это очень ценно, на самом деле.
2. Лена Подшувейт (<https://www.facebook.com/e.podshuvejt>). Лена является директором нашей компании и product owner-ом Admixer.Publisher, Admixer.Network (CPO). Также она отвечает за отдел продаж. Лена очень весомый носитель знаний. Учись у Лены:
3. Ярик Холод (<https://www.facebook.com/erik.kholod>). Ярик - наш эксперт в программатик (Head of Programmatic) и product owner Admixer Ad Exchange. Когда-то он был один в своем отделе, загибался от количества работы. Теперь у Ярика, наконец-то, есть команда, с которой он тоже постоянно делится знаниями. Прислушивайся, что он рассказывает, это очень интересно!
4. Вова Закревский (<https://www.facebook.com/v.zakrevskyy>). Вова - наш самый первый и самый ключевой разработчик всех наших продуктов (CTO). Вова собрал себе крутейшую команду разработчиков. Для Вовы нет ничего невозможного!:)

Раздел II. Кого мы ищем: хороший человек - это не профессия, однако

(Наши ценности, Опыт vs потенциал, IQ и EQ, Как мы определяем, кого приглашать на работу?)

Клиентоориентированность — наше все)



Ценности Admixer Technologies

Мы уже упоминали о цели. Конечно, работать ради денег — норм, но это точно не то, что позволяет хорошо жить. Виктор Франкл говорил, что от отсутствия цели в жизни человека развивается пограничное состояние. То же самое происходит с компаниями. Они просто-напросто умирают. Мы не стали ждать такого исхода:)

Итак, вернемся к цели. Вот она:

Создать продукты, которые могли бы упростить процессы управления цифровой рекламой для всех сторон.

За ней сразу ценности (они как киты, на которых держится наша вселенная):

1.Уважение

2.Ответственность

3.Честность

4.Вовлеченность

5.Открытость

6.Обучаемость

7.Гибкость

8.Клиентоориентированность

Перечисленные ценности могут сначала показаться слишком простыми, или слишком пафосными, а также вовсе не особенными. Так и есть, мы не претендовали на уникальность ценностей или требований к сотрудникам. Прежде всего важно, чтобы все мы просто следовали им. И мы очень рады, если они уже есть у тебя.

Нам важно, чтобы твои жизненные принципы не противоречили твоей работе. И наоборот. Твоя жизнь и работа в Admixer должны существовать в гармонии и балансе. Вряд ли кандидат, моральные принципы которого существенно расходятся с нашим подходами к работе, сможет стать частью коллектива.

Если будут сомнения, правильно ли поступаешь, просто вернись к ним и посмотри — не противоречат ли твои действия им, и если нет — просто делай.



Хороший человек — это не профессия, однако...

В нашей компании очень высоко ценятся личностные характеристики каждого сотрудника. Мне трудно себе представить в нашем коллективе заносчивого суперопытного профессионала или идущую по костям карьеристку. Тяжело назвать и перечислить критерии, которым должен соответствовать хороший человек. Однако, я с уверенностью могу сказать, что Admixer на светлой стороне, и если тебе с нами по пути, то добро пожаловать;)

Опыт vs потенциал

Мир стремительно развивается, совершенствуются современные технологии, появляются абсолютно новые направления, интегрируются, казалось бы, кардинально разные сферы, старые профессии исчезают, модифицируются и преобразовываются в неизвестные новые специальности. В этом круговороте событий и процессов легко потеряться и застрять на месте.

Если раньше целые поколения могли заниматься одним и тем же семейным ремеслом, то сегодня один человек за всю свою жизнь может освоить и поменять несколько профессий. Способность постоянно обновлять свои знания, быть открытым к новому, а главное — не бояться его, является очень важной, даже неотъемлемой чертой успешного человека.

Мы очень приветствуем горизонтальный рост наших ребят. И нужно помнить, что знаний, полученных вчера, сегодня тебе уже недостаточно. А послезавтра ты и вовсе станешь безнадежно устаревшим.

IQ и EQ

Трудно измерить, да и объяснить, что такое потенциал человека. Также не существует единых критериев, по которым можно отличить умного и мудрого человека. Не всегда эрудиция идет в комбинации с успешностью (вспомни любого кроссвордиста, который попался на вашем пути — Одесса, пляж, панама, жилетка на голое тело, сгоревшее пузо и несколько выпусков газетных кроссвордов...представил, да?). И правда, не всегда ум равен успеху.

Наверное тебе известна аббревиатура IQ, которая употребляется для обозначения уровня интеллекта. IQ (intelligence quotient) — коэффициент умственного развития, измеряют с помощью различных тестов, анкет или специальных опросников. С помощью данного теста оценивают умственные способности, которые связаны с генетическими особенностями и потенциалом коры головного мозга, а также с воспитанием и обучением в определенные периоды развития.

Однако данного коэффициента для проведения каких-либо параллелей или построения теорий оказалось мало. Не так давно психологи вывели еще один показатель, равноценный IQ — EQ (emotional quotient) — эмоциональный коэффициент.

EQ определяет способность человека понимать и владеть своими эмоциями, позитивно мыслить, создавать, действовать. К EQ также относятся склонность индивидуума понимать чувства и эмоции других людей, умение налаживать эмоциональные контакты в социуме. Люди с высоким EQ способны не только владеть теоретической информацией, но и активно использовать ее на практике. Коэффициент EQ является своего рода критерием зрелости или показателем гармоничности личности.

Нельзя сказать, что какой-то из коэффициентов существенно важнее. Самые лучшие результаты показывает комбинация высокого уровня двух этих показателей.

В Admixer не будут смотреть на твой красный диплом и/или золотую медаль — нам очень важны твои знания, но не менее важна способность ими пользоваться и активно действовать. Старайся, чтобы слова “думай и делай” в твоей жизни всегда сочетались в правильной связке.

Клиентоориентированность — наше все

В нашей секретной лаборатории уже работают над определением гена клиентоориентированности человека, но пока поиск все еще идет, нам приходится оценивать это более простыми методами.

Существует много определений термина “клиентоориентированность”, но мы видим его таким:

Клиентоориентированность — это постоянная деятельность организации, которая направлена не на реализацию услуг, а на удовлетворение потребности клиента. У нас нет цели “закрыть” клиента, у нас нет цели написать статью на 100500 символов, у нас нет цели получить хороший отзыв, наша цель — удовлетворить потребность человека, который доверился нам. В разумных пределах, конечно)) Самым главным в клиентоориентированности является желание помочь и решить вопрос или проблему клиента.

Для того, чтобы удовлетворить потребность, ее нужно услышать и понять, а это — еще одна очень важная и обширная тема. Об этом мы еще поговорим, но уже не тут.



Раздел III. Как освоиться на новом месте

(Мои первые 2 месяца, Как меня оценивают, А если у меня не получается? Личное и рабочее время, Рабочее пространство, Team Leads, Если я допустил ошибку? Как я буду расти? Корпоративы и тимбилдинги, Выплата 2П и т.д. и т.д. и т.д. Командировки, Обеды)



В виду накопленного опыта, мы пришли к выводу, что стандартная длительность испытательного срока составляет 2 месяца. Почему именно 2? Это оптимальный промежуток времени, когда человек наконец может хоть немного адаптироваться, вникнуть в специфику работы. Разобраться, что у нас есть, зачем это нужно, как это работает, кто чем занимается, как кого зовут, в конце концов.

В некоторых случаях, в личных обсуждениях, длительность испытательного может быть сокращена до 1-го месяца, а иногда наоборот – увеличена до 3-х месяцев. Все это зависит от вовлеченности человека и, в первую очередь, от его стремления и желаний продолжать работать с нами. Испытательный срок – это хороший повод привыкнуть к твоей новой компании и возможности компании привыкнуть к тебе:)

Первые 2 месяца не будут для тебя супер-нагруженными, не переживай. Нагрузки будут умеренными, ведь тебе еще нужно учиться. Сейчас ты закладываешь свой фундамент для будущих успехов. Поэтому не ленись, не стесняйся, задавай вопросы, даже если ты считаешь, что это глупые вопросы. Поверь, лучше выглядеть глупо сейчас, чем через полгода серьезно накосячить. Никогда не настанет момента, когда ты с гордо поднятой головой сможешь утвердительно заявить, что ты все знаешь.

Помни, мир динамичный, информация всегда прибывает, учиться нужно будет всегда, иначе потеряешь хватку!

В первые месяцы работы оговори со своим руководителем свои показатели, по которым тебя будут оценивать. Не забивай на это. Эти показатели помогут тебе понимать впредь, как ты растешь. К чему стремиться, как тебя будут оценивать и что тебе нужно сделать, чтоб завтра быть уже на голову выше.

Помни, твоя эффективность влияет на твое повышение!

Может быть и такое, что твоя зона ответственности и роль, которая ее покрывает – нова в компании, т.е. никто подобным раньше в компании не занимался. Что это значит? Значит, что показатели для твоей роли не определялись ранее. Тебе нужно будет вместе с HR и с твоим руководителем выделить время и продумать, как вы будете мерять качество проделанной работы. Не оттягивай этот процесс на долго, ведь может случиться и такое, что когда ты поймешь, что делаешь свою работу хорошо и захочешь пересмотра зарплаты, например, у тебя не будет предметных аргументов, почему ты считаешь, что заслуживаешь большего.

Помни, все что можно померять – меряем, пробуем, экспериментируем, все что показывает время лишним – отрезаем.

А что, если у меня не получится? Получится! Ты только начни делать. Не ошибается только тот, кто ничего не делает. Мы понимаем, что ошибки – это тоже опыт. И, часто, гораздо показательней, чем удачи. Делись своими ошибками, не бойся. Помоги твоим коллегам избегать этих ошибок. Постарайся впредь не тупить и не допускать их снова. Главное – не пытайся скрыть, ведь все тайное рано или поздно станет явным. А спустя время, незначительная ошибка может вырасти в ооогромную проблему. Не допускай этого. Твоя команда всегда рядом. Тебе помогут, что бы не произошло, только будь искренним.

Если тебе будет что-то непонятно, ты всегда можешь обратиться:
А) к HR-у (никогда не откажет в любом виде помощи!);
Б) к тим лиду (поможет со всем, что связано непосредственно с работой);
В) коллеги (тут очень дружелюбная атмосфера. Привыкай:)

Еще хочется добавить немного про личное и рабочее.

У нас есть условный диапазон, когда все собираются в офисе: с 10:00 до 19:00. Это не значит, что ты обязан сидеть в офисе «от звонка до звонка». Если тебе комфортно приходить на 9:00 – велкам. Соответственно, твой рабочий день будет окончен в 18:00. Если нужно прийти на 11:00 – окей, главное – помни: у тебя есть 8-ми часовой рабочий день, у тебя есть задачи, которые тебе нужно выполнить (иначе они упадут на плечи твоей команды и нагрузка на них увеличатся, а это – не честно).

Если ты заболел:

в компании есть правило, что если ты болеешь больше 2 недель, то нужна будет

Если тебе по каким-либо причинам нужно сегодня поработать дома, или прийти попозже, или ты плохо себя чувствуешь – сообщи тому, от кого твоя работа может зависеть, хеду или HR (если что, HR всегда на подстраховке, обращайся!).

Помни, что работа удаленно – это все же исключение, а не правило, и в офисе проходит много коммуникации. В общем, тут все по-человечески, главное – общайся!

Еще хочется добавить, что у тебя есть твое рабочее место. Но это абсолютно не значит, что ты обязан приковано в нем сидеть! Ты абсолютно мобилен! Хочешь – валяйся на диване, хочешь – падай на кресло-мешок, хочешь – стой за барной стойкой, хоть вверх тормашками, лишь бы тебе было удобно:)



Вообще, хочется сказать, что мы в Admixer Technologies всегда шли к максимальному улучшению процесса и комфорта работы, и всячески трудились над тем, что все называют “корпоративная культура”: мы избегаем бюрократии и иерархии, насколько это возможно: homelike офис, нет дресс-кода, да и общение между всеми всегда было неформальным, насколько это могло быть.

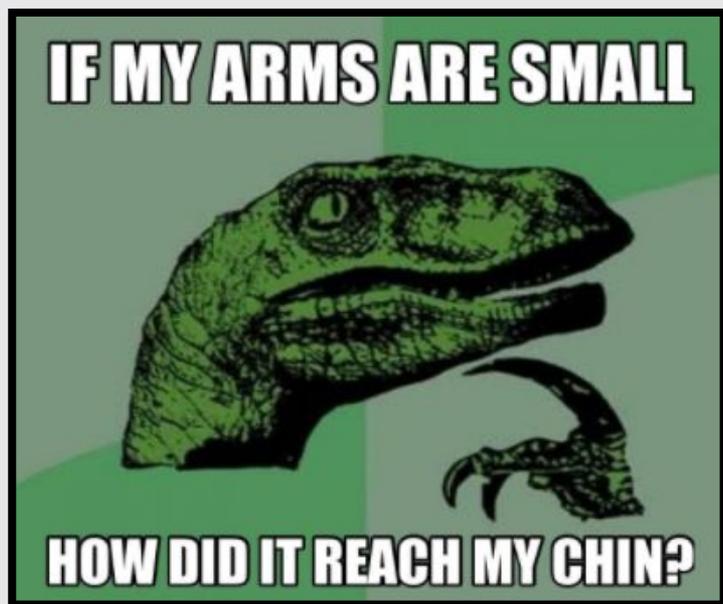
Ежемесячно (в конце месяца), мы, обычно, собираемся все-все вместе и подводим итоги месяца. Ребята из разных отделов делятся успехами и определяют цели на новый месяц. Все это сделано для того, чтоб ты был в курсе всех важных событий компании. Как мы растем, чего мы достигаем, куда мы движемся.

Частенько мы просто собираемся в конце дня по поводу чьего-то Дня рождения или же просто, чтобы отдохнуть, пообщаться, поиграть в разные игры, поорать в караоке (к счастью, охране все равно наше пение:!) Как говорит один человек: “Кто хорошо работает — тот хорошо отдыхает”.

Let's Party!

Время идет. Ты растешь. Ты это чувствуешь, ты видишь, как улучшаются твои показатели. Конечно, не без проблем. Но положительная динамика есть и это видно. Что будет дальше?

Каждые полгода HR проводит опрос с каждым: что нравится, что не нравится, что получается, как успехи, какие проблемы, какие пожелания и замечания. Можешь говорить вот абсолютно все, что хотелось сказать, но ты все никак не находил повода. Можешь задавать любые вопросы, которые давно хотел спросить, но забывали или не знал у кого спросить. Это время откровенности. Не бойся, все, что может спровоцировать конфликт, или если ты попросишь держать в тайне, сохранится в тайне.



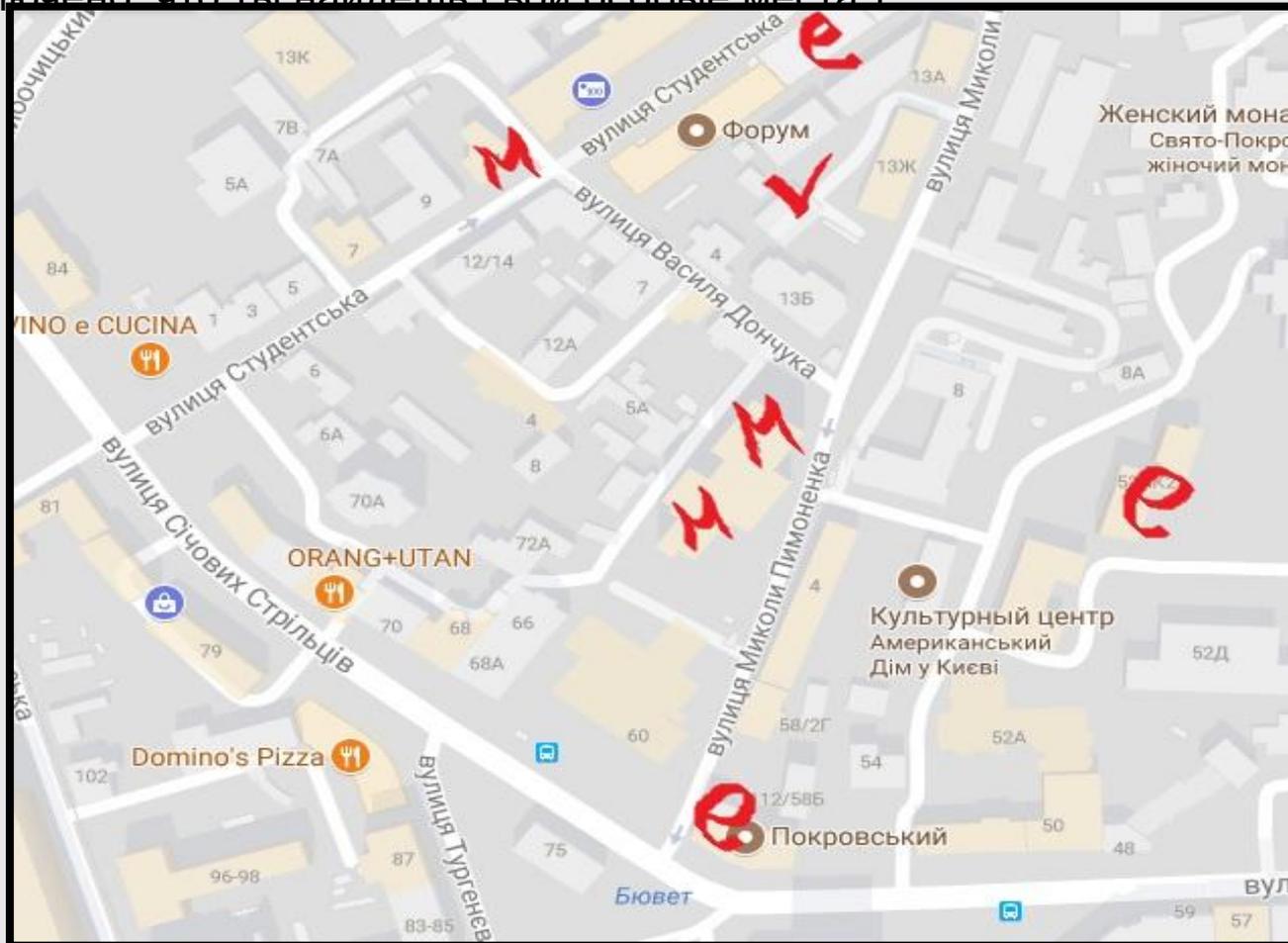
Если ты не берешь с собой обед в офис, вот тебе подсказка, где можно перекусить:

v - наш корпус

e - заведения с обедами

m - магазины поблизости

Не исключено, что ты найдешь свои особые места :)



Раздел IV. База Знаний и где ее искать

(Будет ли у меня наставник? Что такое База Знаний? Если нужной информации в Базе Знаний нет? Восполнение пробелов в знаниях)

Как ты уже читал ранее, тебя обязательно представят хеду твоего отдела. Он - твой непосредственный руководитель и наставник. В некоторых случаях, он не будет напрямую тебя обучать, за тобой закрепят сотрудника с максимально релевантным для тебя опытом, чтоб в процессе адаптации он помогал тебе с тонкостями и делился знаниями. Но это не исключает того, что задавать вопросы и просить о помощи ты можешь буквально у любого, кто тебе понадобится. Руку помощи протянет каждый!

Более того, мы находимся в перманентном состоянии формирования Базы Знаний: это и презентации, и текстовые документы и обучающие видео. Презентация, которую ты вот сейчас читаешь, тоже является частью Базы Знаний, ссылки, которые в ней есть – тоже ее неотъемлемая часть. Базу Знаний невозможно единолично и единоразово сформировать. В ее составлении участвует каждый. Да-да, ты тоже будешь помогать ее формировать со временем. В ней копится весь наш опыт, который мы получили за все эти года. База Знаний ускоряет процесс адаптации и обучения нового сотрудника, помогает «старичкам» освежать знания.

База Знаний – с нее все начинается, поэтому она так важна!

Но что делать, если нужной информации в БЗ нет? Это хороший повод для тебя начать помогать формировать ее. Наверняка уже кто-то сталкивался с подобной ситуацией, которая сложилась у тебя. Поспрашивай у коллег. Если нет - сделай конспект на эту тему, или презенташку, ну или маленькую пометку. Передай этот документ HR.

Также у HR ты можешь узнать о новых предстоящих лекциях или записать тему лекции, которой тебе не хватает или ты хотел бы послушать для большего понимания вещей.

Раздел V. Что тебе еще может понадобиться

Этот раздел будет постоянно дополняться (с твоими усилиями, в том числе). Сюда будут добавляться ссылки с полезной для тебя информацией. Вот часть, для начала:

About programmatic advertising:

Netpeak: Russian

<https://netpeak.net/ru/blog/kak-rabotaet-programmatic/>

Cossa: Russian

<http://www.cossa.ru/152/108991/>

Martech: English

<https://martechtoday.com/martech-landscape-what-is-programmatic-ad-buying-157453>

Glossary of programmatic terms in Russian:

<https://www.slideshare.net/Auditorium/programmatic-42749053>

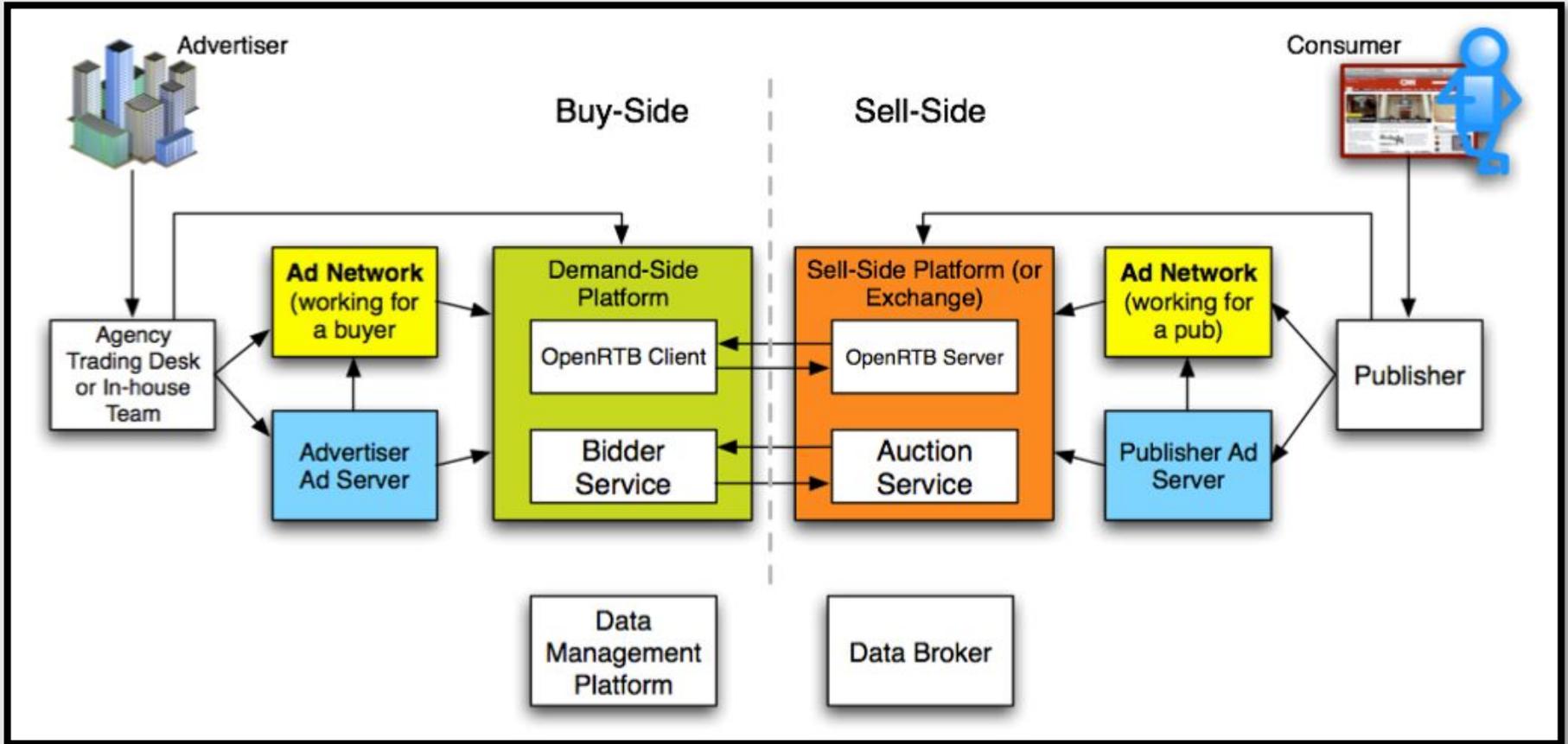
Glossaries from our partners in English:

<https://wiki.appnexus.com/display/industry/Online+Advertising+and+Ad+Tech+Glossary>

<https://www.sovrn.com/hub/learn/glossary-of-digital-advertising-terms/>

<https://docs.openx.com/Content/glossary/glossary.html>

RTB ECOSYSTEM



Detailed RTB-wiki in Russian: <http://rtb-media.ru/wiki/>

Key RTB definitions from Digiday in English: What is RTB:
<https://digiday.com/media/what-is-real-time-bidding/>

What is Ad Exchange:
<https://digiday.com/media/what-is-an-ad-exchange/>

What is SSP:
<https://digiday.com/media/wtf-supply-side-platform/>

What is DSP:
<https://digiday.com/media/wtf-demand-side-platform/>

Introduction to RTB from AdPushup:
<https://www.adpushup.com/blog/the-ultimate-guide-to-real-time-bidding/>

Introduction to Header Bidding from AdPushup:
Start guide: <https://www.adpushup.com/blog/a-simpler-guide-to-header-bidding-technology/>
How the transition from Waterfall model to HB happened:
<https://www.adpushup.com/blog/header-bidding-vs-waterfall/>

Difference between HB and RTB:
<https://www.adpushup.com/blog/header-bidding-vs-rtb-whats-the-difference/>

Differences between PMP, RTB & Programmatic Direct:
<https://www.sovrn.com/hub/learn/rtb-pmps-programmatic-direct/>

Key specialized media:

<https://www.iab.com>

<http://digiday.com/>

<http://www.mediapost.com/>

<http://adexchanger.com/>

<http://www.emarketer.com/>

<http://www.clickz.com/>

<https://www.exchangewire.com/>

<http://mobilemarketer.com/>

<http://adage.com/>

Если тебе у тебя остались вопросы, тебе есть что добавить, у тебя есть пожелания, предложения или возражения – говори HR-у. Если у тебя есть/появились предложение, как можно улучшить, подкорректировать или изменить эту презентацию – говори HR.

Ну а пока приступай к знакомству с твоими новыми коллегами и

*Welcome
aboard!*