

KOL 就是我们通常所说意见领袖，这些人往往某些行业专业人士，也是我们常说的微博红人或者网红，他们往往拥有大量粉丝，往往能在行业里一呼百应。

粉丝与KOL之间的变现鸿沟

对于KOL的粉丝，需求也多种多样，比如有的粉丝希望能和KOL一起玩游戏，还有的希望能共进晚餐，或者购买KOL推荐的商品，总之，他们希望更多的形式与他们钟爱的KOL互动。

但大多KOL的商业化并不顺利，头部的KOL往往只能为大牌厂商服务，有的KOL虽然拥有大量粉丝，却没有技术能力开发应用程序。

例如，Jason Calacanis 是硅谷一个有名的企业家，他在Youtube上有大量粉丝，而且已经树立了不错的品牌。但现在他已经不再继续更新内容，因为他发现，如果想通过视频赚钱，要花3-8万美元。

即便那些和厂商合作的头部KOL，商业化也并不如意。

当年 YouTube 上最大的时尚博主 Michelle Phan 在做化妆视频时，无意之中也顺带帮某化妆品牌做了推广，结果看到视频的粉丝直接把该化妆品买到断货。激动的粉丝给该化妆品牌带来了巨大的收益，但 Michelle Phan 自己却只收到少的可怜的广告分成。

从头部KOL到普通意见领袖都遭遇了一个相当现实的问题，可观的粉丝数量并没有带来可观的收入。自己领域的专业水准，与电脑技术的短板形成鲜明的对比，也成了无法取得收入的短板，KOL一族迫切需要能帮他们打理技术问题的靠谱平台。

一句话，粉丝与KOL之间的沟通和交互并不顺畅。

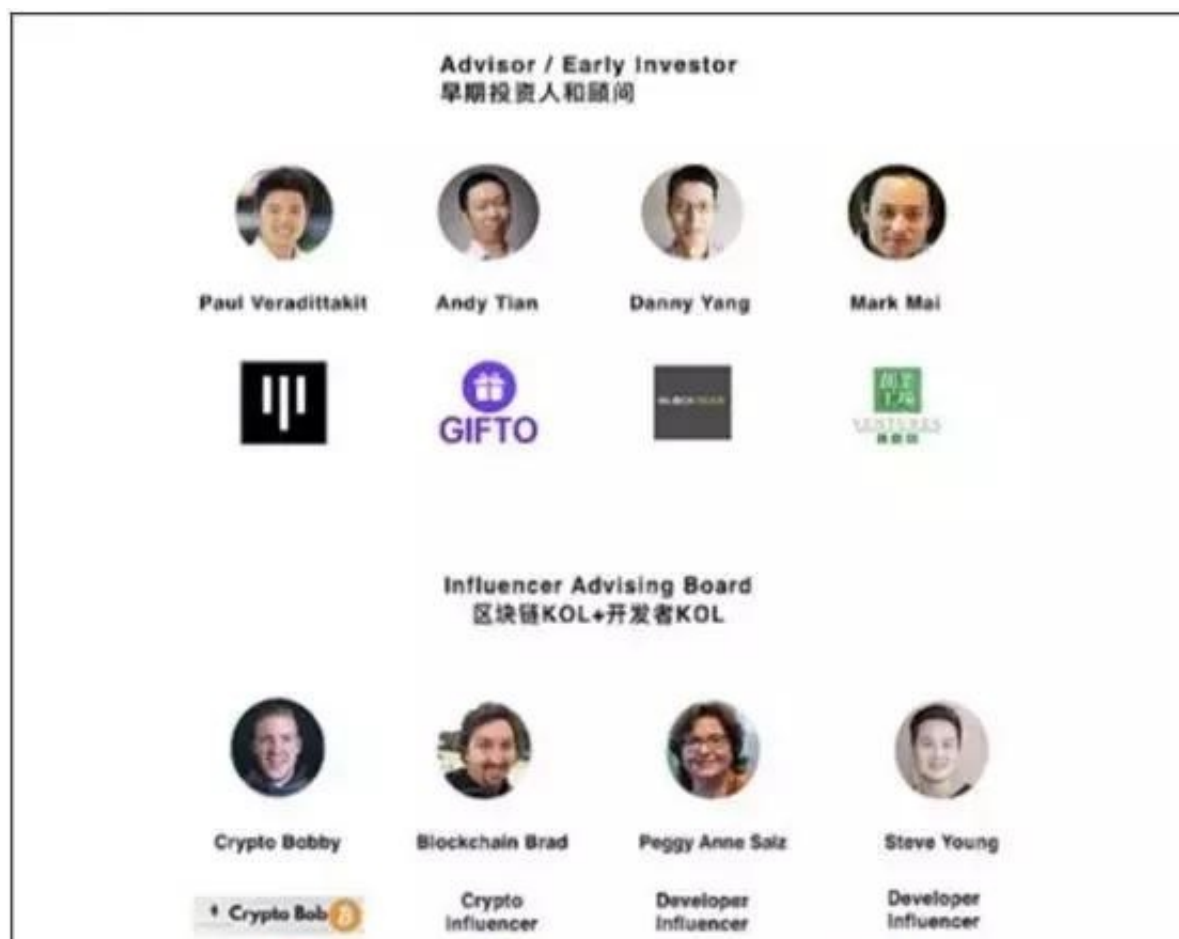
通过对KOL进行内部调查，得到的答案惊人地一致：每个 KOL 都希望拥有一个自己的商店。然而，由于缺少资源，只有很少的 KOL 能够拥有自己的商店，而且他们无法鉴别出正确的产品、物流、设计以及技术。

一家名为BOOSTO，基于区块链技术的平台正在帮他们扫除障碍。

BOOSTO平台的核心是KOL商店

BOOSTO解决了什么问题？用专业的话描述就是：它为创建分布式应用程序提供了一个协议层，类似于一个完整的生态系统。

用通俗的话描述，BOOSTO建立了一个连接KOL、开发者、社交平台和品牌企业的平台，在这个平台上，程序员可以根据KOL的不同需求定制开发DApp（去中心化APP）；BOOSTO 允许开发人员/公司轻松地开发 DApp，直接与 KOL 本人、社交媒体平台、品牌打交道，并直接与消费者、服务、公司等进行互动。



项目CEO，Heidi Yu是个连续创业者，西雅图大学 MBA，2014 年底创立Boostinsider，2017底年成立BOOST Labs，致力于开发基于区块链的KOL商店。看来是精通KOL商业模式，对项目落地有非常大的作用。有意思地是，她在硅谷创业圈也是小小“KOL”（Influencer）。

首席技术官Chen Wang是美国沃尔玛大数据实验室 (WalmartLab)首席工程师，美国微软高级工程师，区块链工程师。上海交大计算机科学硕士，University of North Carolina at Chapel Hill 计算机科学硕士。10年工作经验。技术大牛，精通区块链和计算机，有助于项目的开发。

产品负责人Rock Zhang，毕业于斯坦福大学商学院，曾任360以及Anchorfree资深产品经理和海外商务负责人，13年工作经验。

市场运营负责人Adam Charles，前Adways美国地区负责人、社群经理、运营负责人；前Adways美国地区负责人，曾在6个月内从0开始增长游戏社群至250,000人。

Reza Bakhshandeh，token系统构架师/区块链高级工程师，人工智能/大数据专家。Shiraz大学软件工程本科、人工智能硕士。专利US9489401B1拥有者，14年工作经验。我们之前也说到，整个BOOSTO的token系统比较复杂，可能会有多种token，并且还要互相交换，价值还会变化。有了这位token系统专家，可以有力地帮助其落地。

BOOSTO项目进展

BOOSTO目前拥有区块链媒体CryptoInfluence.io上面有几百个区块链KOL的实时排名，以及区块链的实时黑名单。这个媒体还包含各大正规区块链会议和项目。社区通过BST(token)进行投票和交流，目前在建设中。