

GUÍA SENCILLA SOBRE INVENTORY PARTNER DOMAIN

La función Inventory Partner Domain ayuda a los editores al simplificar la gestión del archivo ads.txt.

En lugar de enumerar manualmente a cada vendedor autorizado, los editores solo necesitan agregar una línea por Demand Partner, quienes gestionan su propia lista de vendedores, lo que reduce el trabajo para el Publisher, acelera las actualizaciones y garantiza transacciones publicitarias más fluidas.

Para los Demand Partners, es importante soportar esta función, ya que aumenta la eficiencia y flexibilidad.

1 ¿Qué es el Inventory Partner Domain?

El Inventory Partner Domain simplifica este proceso. En lugar de enumerar cada vendedor individual, los editores solo necesitan hacer referencia a **un dominio único por Demand Partner**, donde ellos gestionan su propia lista de vendedores autorizados.

2 ¿Cómo funciona?

Los editores agregan una línea como esta en su archivo ads.txt:
inventorypartnerdomain = tappx.com

Esta línea le indica al sistema que verifique el dominio de Tappx para obtener la lista de vendedores autorizados a vender el espacio publicitario del editor. Tappx (o cualquier socio de demanda) gestiona su lista de vendedores, lo que ahorra a los editores la necesidad de actualizar manualmente el archivo ads.txt para cada nuevo vendedor.

3 ¿Por qué es importante para los Demand Partners?

La función Inventory Partner Domain como Demand Partner es esencial por:

- Eficiencia:** Hace que la industria sea más eficiente al reducir el tiempo y esfuerzo necesarios para implementar nuevos socios.
- Flexibilidad:** Añade flexibilidad a la gestión de los archivos ads.txt, permitiendo actualizaciones más rápidas y con menos errores.
- Cumplimiento:** A medida que más Publishers adoptan este estándar, los Demand Partners deben cumplirlo para asegurar transacciones publicitarias sin problemas.
- Personalización:** Facilita la personalización de la lista de socios publicitarios para cada editor, permitiendo que cada uno decida qué vendedores se incluyen o excluyen del listado.
- Transparencia:** Proporciona a los editores la capacidad de verificar el contenido de cada línea del **Inventory Partner Domain** en su archivo ads.txt, garantizando que las condiciones acordadas con el socio se cumplan y que no se introduzcan líneas sin su consentimiento.

Ejemplo

Sin el Inventory Partner Domain, si un editor trabaja con 3 empresas publicitarias, cada una con 20 vendedores, tendría que listar manualmente a los 60 vendedores. Ahora, solo necesita listar las 3 empresas publicitarias de esta manera:

inventorypartnerdomain = tappx.com
inventorypartnerdomain = company2.com
inventorypartnerdomain = company3.com

CADA EMPRESA GESTIONA SU PROPIA LISTA DE VENDEDORES, LO QUE AHORRA TIEMPO Y REDUCE ERRORES PARA EL PUBLISHER.

4 ¿Por qué es esencial para los Publishers?

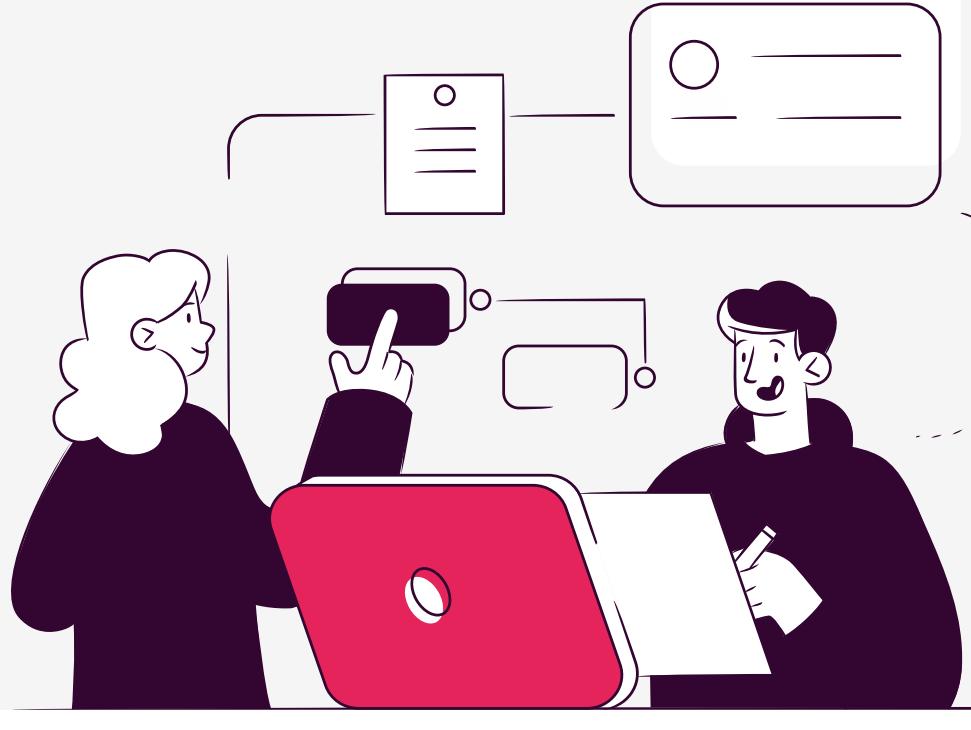
Para los Publishers, implementar el Inventory Partner Domain es crucial porque:

- Reducción de esfuerzo:** Reduce significativamente el trabajo necesario para mantener actualizados los archivos ads.txt, ya que los publishers solo necesitan gestionar una línea por Demand Partner en lugar de mantener una lista extensa.
- Mejora en la gestión:** El proceso de gestión de ads.txt se vuelve mucho más sencillo, permitiendo actualizaciones más rápidas sin preocuparse por cada pequeño cambio.

5 ¿Qué no es el Inventory Partner Domain?

Es importante utilizar el Inventory Partner Domain solo para su propósito previsto:

- No es para identificar al propietario del inventario: Para esto, se debe usar el parámetro "ownerdomain".
- No es para identificar un socio que gestione exclusivamente el inventario: Para esto, se debe usar el parámetro "managerdomain".



¿Por qué lo introdujo el IAB?

El IAB (Interactive Advertising Bureau) introdujo el Inventory Partner Domain para simplificar el proceso de gestión de los archivos ads.txt. Esta función ayuda a reducir la complejidad de gestionar listas extensas, haciendo que la industria sea más eficiente y reduciendo el riesgo de errores.