

LinkedIn Audience Network

Nuestras iniciativas de calidad y seguridad de la marca

LinkedIn Audience Network te permite llegar a una mayor cantidad de personas con tu Sponsored Content y optimizar el presupuesto de tu campaña con más facilidad en el feed de noticias de LinkedIn y en sitios de publicidad de alta calidad fuera de LinkedIn. LinkedIn y los socios con quienes intercambia publicidad toman diversas medidas para garantizar que tu contenido aparezca en lugares seguros para la marca dentro de Audience Network.



LinkedIn promueve la calidad y la seguridad de la marca de los anunciantes a través de las siguientes medidas:

- Para todos los anuncios difundidos a través de Audience Network, solo te facturamos los clics en los anuncios.
- Te permitimos controlar la difusión de tus anuncios: puedes bloquear la difusión a través de categorías específicas de sistemas de publicidad del IAB y evitar que se difundan en aplicaciones móviles y en dominios de aplicaciones donde no quieres que aparezca tu contenido.
- En colaboración con nuestros socios de intercambio publicitario, seleccionamos cuidadosamente los sistemas de publicidad de Audience Network para que el contenido de nuestros clientes se difunda en entornos seguros para sus marcas. Evaluamos a los sistemas de publicidad asociados para garantizar que cumplan con nuestras pautas de publicidad y podemos excluirlos de la red en cualquier momento si no lo hacen.
- Supervisamos nuestra red para detectar tráfico de bots u otro tipo de actividad fraudulenta, y excluimos los sistemas de publicidad infractores.



Los socios con quienes realizamos intercambio publicitario también promueven la seguridad y la calidad de la marca a través de las siguientes medidas:

- Colaboran permanentemente con LinkedIn para mejorar la calidad del inventario de anuncios nativos disponibles.
- Ofrecen integración con proveedores de visibilidad y de seguridad de marca. La mayor parte del inventario de las redes de nuestros socios se considera visible para los proveedores externos, incluidos (entre otros) Moat e Integral Ad Science.
- Mantienen sus propias listas de bloqueo de sistemas de publicidad para garantizar que el inventario de anuncios nativos tenga un mayor nivel de calidad.