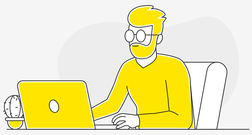
mercado ads

Guia de Implementação de Tracking de Terceros

Permita que fornecedores terceirizados verifiquem e auditem a entrega de suas campanhas DSP.



O que é o Tracking de terceros?

É uma ferramenta que permite que um provedor externo audite a entrega das suas campanhas. Sua função é confirmar que as impressões foram válidas, visíveis e exibidas em ambientes apropriados (Brand Safety), proporcionando maior transparência e confiança no investimento publicitário.

Essa camada de medição adicional complementa os relatórios do Mercado Ads DSP e ajuda as equipes de marketing e agências a padronizar métricas com seus fornecedores globais de auditoria.

Parceiro Suportado
O Mercado Ads DSP aceita DoubleVerify e Integral Ad Science (IAS).

DV DoubleVerify IAS

Para que serve esta ferramenta?

A verificação de terceiros ajuda a garantir a qualidade, a transparência e a segurança na entrega das suas campanhas. Alguns benefícios são:

- **Transparência independente:** verificação complementar aos relatórios do Mercado Ads.
- **Confiança:** permite garantir que as impressões correspondam a tráfego real e ambientes adequados.
- **Padronização global:** facilita que marcas internacionais mantenham políticas de auditoria consistentes em todos os seus mercados.
- **Melhor tomada de decisões:** dados validados externamente ajudam a otimizar estratégias e justificar investimentos.

Como é o tracking e como ele é implementado?

Criativos de tipo de imagem

É uma tag JavaScript, semelhante a este exemplo:

```
<script src="https://third-party.adverificator.com/cdn?parameters=etc&tagid=12346" type="text/javascript"> </script>
```

Criativos de tipo de vídeo

É uma tag 1x1, semelhante a este exemplo:

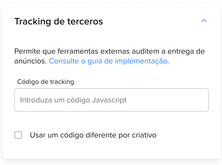
```
<img src="https://third-party.adverificator.com/cdn/img.jpg?tagid=123456&cp=20202020&id=456123" alt="" width="1" height="1" />
```

Como implementar:

Para configurá-lo, basta copiar e colar o código fornecido pelo seu provedor de verificação no campo Código de tracking, dentro do formulário de criação do criativo

Para simplificar a implementação, você deve colar o código completo, mas usaremos apenas o URL de verificação incluído nele.

Portanto, na prévia do criativo, você verá apenas a URL e não o script completo. Se precisar de atualizar o código, terá de voltar a colar o código inteiro e nós trataremos de remover as partes do código de que não precisamos.



Recomendações:

- Certifique-se de que o código venha diretamente do seu fornecedor de tracking.
- Não altere o conteúdo da tag antes de colá-la.
- Ao copiar o código, certifique-se de selecionar apenas o texto dentro da célula. Copiar a célula completa pode adicionar aspas extras ("") que afetem o funcionamento do código.
- Verifique se todos os criativos da campanha ou line item têm o rastreador implementado para evitar discrepâncias nos relatórios.
- Após as primeiras 48h da campanha ativa, recomendamos verificar se os relatórios do parceiro compatível também estão gerando métricas.

Métricas disponíveis

Estas são as métricas e ferramentas que estarão disponíveis dependendo do formato e tipo de tag implementada.

Característica	Display (Site-Served JS)	Vídeo (Pixel 1x1)
Impressão	Disponível	Disponível
Fraude e Tráfego Inválido	Disponível	Disponível
Visibilidade	Disponível	Não disponível
segurança da marca.	Disponível	Disponível

*A etiqueta de bloqueio não está disponível.

Guia de resolução de problemas

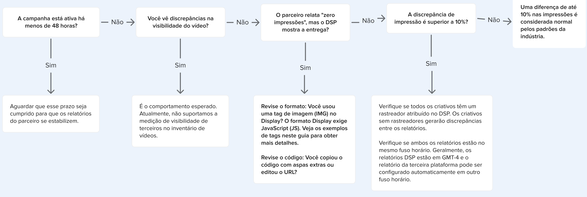
Resumo (Leitura em 30 segundos)

Se os números do seu parceiro não coincidirem com o DSP do Mercado Ads ou os rastreadores não reportarem dados, verifique estes pontos críticos:

- **Discrepância:** até 10% de diferença entre os relatórios é normal. Acima disso, siga os próximos passos deste guia.
- **O formato importa:** use JavaScript para Display e Pixel 1x1 para Vídeo. Veja a seção "Como é o tracking e como ele é implementado?" deste guia para exemplos de tags.
- **Implementação:** cole o código completo sem editar; o sistema extrairá a URL de verificação automaticamente.
- **Tempo de espera:** as métricas externas podem levar até 48 horas para aparecer no relatório e na plataforma do parceiro.
- **Métricas indisponíveis:** atualmente, não oferecemos medição de visibilidade por terceiros no inventário de vídeo.
- **Tags de bloqueio:** esta funcionalidade não está disponível atualmente.



Árvore de Decisão (Diagnóstico rápido)



Problemas frequentes e como resolvê-los (FAQ)

Por que vejo apenas uma URL na prévia se colei um script completo?
É normal. O Mercado Ads DSP extrai apenas a URL de verificação do código que você cola. Isso simplifica a implementação e reduz erros manuais de edição.

Posso usar "Blocking Tags" para evitar que meu anúncio seja exibido em sites inseguros?
Não. Atualmente, o Mercado Ads DSP oferece apenas rastreadores de medição post-bid. Não há influência na decisão de lance (pre-bid) nem bloqueio em tempo real.

Como devo copiar a tag da plataforma do meu fornecedor (ex.: DV)?
Selecione apenas o texto dentro da célula ou seu relatório/planilha. Evite copiar a célula inteira da Excel ou Google Sheets, pois isso pode adicionar aspas extras ("") que invalidam o código.

Discrepâncias esperadas

Existem diferentes métricas que fazem parte natural do ecossistema publicitário:

- **Limites de discrepância:** pelos padrões do setor, é normal uma diferença de impressões de até 10% entre o Mercado Ads e o parceiro.
- **Filtros de tráfego inválido (IVT):** o parceiro externo pode ter critérios de filtragem de bots mais ou menos rigorosos que o DSP, gerando variações naturais.
- **Fusos horários:** certifique-se de que o relatório do seu parceiro esteja configurado em GMT-4 ou no horário local da sua conta para alinhá-lo ao DSP.

Tabela de Causa Raiz

Sintoma	Causa provável	Como verificar	Como reparar
Zero impressões de parceiros	Formato de tag incorreto (ex.: usar 1x1 em Display)	Verifique no DSP se o código da tag colada começa com <script (Display) ou <img (Vídeo).	Solicite o formato correto ao seu fornecedor (JS para Display).
Alta discrepância (>10%)	Implementação parcial	Verifique se foram adicionados novos criativos à campanha que não tenham o rastreador configurado.	Garanta que 100% dos criativos tenham sua tag.
Erro ao salvar criativo	Caracteres extras ou aspas	Verifique no DSP se o código tem aspas duplas no início e no final "".	Cole o código como "texto simples".
Queda na entrega após edição	Re-auditoria de criativos	Verifique o estado do criativo no DSP.	As alterações no rastreador acionam uma nova moderação (pode levar até 48h).

*A etiqueta de bloqueio não está disponível.

Lista de verificação de encaminhamento para suporte

Se o problema persistir após seguir os passos anteriores, prepare estas informações para o seu Account Manager:

- **IDs de identificação:** ID da conta, campanha, line item e criativos afetados.
- **Tag original:** o código completo fornecido pelo parceiro (DoubleVerify/IAS).
- **Relatório do parceiro:** exportação em Excel/CSV com dimensões de dia, placement e domínio.
- **Configuração do relatório:** confirmar que o fuso horário do relatório é UTC-4.
- **Capturas de tela:** configuração na plataforma do fornecedor e do erro (se houver) no DSP.

O Mercado Livre não gera esses códigos. A verificação e as suas métricas são geridas diretamente a partir da plataforma do fornecedor.

Tem dúvidas com o nosso guia de ajuda?

Entre em contato com o seu consultor do Mercado Livre se tiver alguma dúvida. A sua opinião ajuda-nos a crescer!

