

谷歌雅虎微软三巨头联手打击点击欺诈 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/63/2021_2022__E8_B0_B7_E6_AD_8C_E9_9B_85_E8_c40_63076.htm 在成为数起集团诉讼的被告和受到广告客户的批评后，各大搜索引擎本周三公布了与二家行业组织合作量化“点击欺诈”的计划。当托管广告的网站或竞争对手故意点击在线广告时，就构成了“点击欺诈”。交互式广告署（IAB）和非盈利的媒体测评委员会表示，它们将与谷歌、雅虎、微软、Ask.com、LookSmart 等搜索引擎联合成立“点击计量工作组”。该机构的任务是建立有关什么是有效点击、什么是无效点击的指导原则，这将有助于业界测量“点击欺诈”问题到底有多严重。销售打击“点击欺诈”服务的第三方厂商声称“点击欺诈”的比例高达30%，但谷歌或雅虎则认为这一比例是相当低的。IAB表示，该指导原则将为搜索引擎、在线广告网络、第三方广告服务器，以及其它从点击广告业务中获取收入的公司提供业界驱动的审计和认证建议。IAB的首席执行官斯图亚特没有披露制订指导原则的时间表，但表示“点击计量工作组”将在本月底举行第一次会议。他说，我们制订测量标语广告或显示广告收视率（impression）的指导原则用了14个月的时间。谷歌的产品经理苏曼表示，我们一直在努力提高有关无效点击的透明度，我们对加入业界相关计划感到高兴。雅虎Clickthrough Protection部门的高级主管约翰在一份声明中说，新组建的机构将确保任何规模的广告客户都可以获得尽可能高的有关无效点击的透明度，他指出，这些指导原则将成为在测量和打击“点击欺诈”方面改变“游戏规则”的一

个步骤。在起诉谷歌的案件中的原告方律师布赖恩说，在听到成立新机构的消息时，他表示“谨慎的乐观”。他说，显然，这是一个必须得到解决的重大问题。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com