Моделі MCM — Manage Account і Manage Inventory

Хто керує, де звітність, які теги, як ідуть виплати — порівняння двох типів делегування.

У програмі MCM «батьківський» партнер (parent — Adaptek) керує акаунтом або інвентарем «дочірнього» паблішера (child) з його згоди. Це офіційний механізм Google Ad Manager.

Ключове правило, з якого випливає майже все: **у Manage Inventory рекламний запит обслуговує мережа Adaptek, у Manage Account — мережа паблішера.**

	Manage Account	Manage Inventory
Хто керує	Adaptek — всередині акаунта паблішера	Adaptek — у власному акаунті GAM 360
Звітність	У акаунті паблішера; Adaptek має доступ	У акаунті Adaptek, у розрізі паблішера; паблішер отримує звіти від Adaptek
Доступ	Adaptek бачить усе, крім білінгу; лише один parent	Паблішер не бачить налаштувань Adaptek; до 15 parents
Теги	Власні теги паблішера	Теги Adaptek з child network code та SSAI-інтеграція
Прямі угоди паблішера (DV360 PG/PD)	Так, у своєму GAM	Лише на інвентар, що лишився в мережі паблішера
Виплати	Google платить паблішеру напряму	Adaptek платить паблішеру погоджену частку

> **Примітка:** Паблішер може мати одного parent у Manage Account і кількох у Manage Inventory одночасно, але одна компанія не може вести того самого паблішера за обома типами. Рекомендовану модель визначаємо після спільної юридичної, інвентарної, акаунтної і технічної оцінки — не за замовчуванням.

Коли що обирати

Manage Account — якщо у вас уже є свій GAM і команда ad ops, ви хочете зберегти повний контроль і прямі розрахунки з Google, а від Adaptek потрібні оптимізація, yield і підтримка.

Manage Inventory — якщо власного GAM 360 немає або він безкоштовний з лімітами (напр. 800 тис. відеопоказів на місяць), потрібен швидкий доступ до AdX і PMP, серверна вставка для CTV/OTT, і ви готові довірити налаштування Adaptek.

Комерційні умови

Орієнтовні діапазони — у Виплати, частки та звірка. Точні умови фіксуються в договорі MCM Service Order Agreement з Adap-Tech Solutions OÜ.

Далі: Онбординг паблішера — 8 кроків