
圣胡安 — 跨社群会议：深入探究新 gTLD 注册管理运行机构
大西洋标准时间 2018 年 3 月 12 日星期一 — 13:30 至 15:00
ICANN61 | 波多黎各圣胡安

库尔特·普里茨
(KURT PRITZ):

我是库尔特·普里茨。我原本想作为发言人来谈论那件事，但我是主持人，所以我想我要先展示那个视频以引起大家的注意，让你们坐在自己的座位上，看一会广告。

大家都知道，我与 ICANN 合作九年了，到目前为止在注册管理运行机构那边也工作五年了。因此，我看到了双方的发展。我认为，注册管理运行机构方面与其他所有方面之间对于运营商的动机以及成功定义的看法存在惊人的差异。在与这些人和其他人共事的过程中，我了解到成功的定义有很多，管理下的域名也并不是其中一个。

因此，在今天的专家组中，我们有各种各样的注册管理机构，能够很好地代表行业的一部分。我们有一系列行业协会，如全国药房理事会协会和美国银行业协会，这些协会已经存在很长时间了，之后 DNS 随之提供了一种工具，以一种新的方式帮助他们联系自己的会员。我们也有一些全新的组织，就像 .BERLIN 所说的，我是一个组织，去了柏林政府，说我想代表你，帮助你在 DNS 上代表你自己。我们有一些引领未来的品牌，我认为这是一个不可避免的转变，从目前的域名转变为各自品牌的新域名。在某种程度上，有些人像 .DESIGN 或 .ART 一样，非常想与创意社群搭上关系。所以，有很多不同的商业

注：本文是一份由音频文件转录而成的 Word/文本文档。虽然转录内容大部分准确无误，但有时可能因无法听清段落内容和纠正语法错误而导致转录不完整或不准确。本文档旨在帮助理解原始音频文件，不应视为权威性的会议记录。

模型。每个人都有自己的激情和对成功的定义，这就是我们在这里要谈论的。可能我的流行文化参考不应该是乔妮·米切尔 (Joni Mitchell) 的。也许它应该是，我去过山顶，我看到了另一面。

所以我想找出谈论这件事的最佳方式，并使之成为一种对话，而不仅仅是一系列演示。在真正的 ICANN 风格中，我们不仅要对话，而且我们还有大约 150 张幻灯片。所以你们会看到很多点击操作。但我认为我们希望采用这种域名注册管理机构的风格。当你开始时你的想法是什么？你对成功的定义是什么，你决定去做这件事的临界点是什么，之后又是怎样开始做的。然后第二组问题不得不提到之后发生了什么？你感到惊讶吗？有哪些好的惊喜和不好的惊喜？哪些你以为简单的部分可能更难，或相反的情况。最后，我们将讨论一些成果和领悟。你们可以看到这些问题有重叠的地方。所以我们将通过它“催眠”。但我很高兴今天在这里看到大家。我想介绍一下 NABP 全国药房理事会协会的吉·莱文 (Gg Levine)。她负责监督 .PHARMACY 的注册管理机构运营情况，这是 NABP 的一项举措。这是一个独立的国际公正协会，协助其成员和成员董事会及司法管辖区保护公众健康。你会说比我更好一些，吉。除了注册管理机构之外，她还是研究网上诈骗和类似欺诈行为的关键贡献者，这对于 .PHARMACY 来说是一个很重要的目的和理由。吉？

吉·莱文：

谢谢库尔特。正如你提到的，NABP 的使命是保护公众健康。当我们知道 ICANN 新 gTLD 的新注册窗口时，我们认识到这是一个推进该使命的机会。在成为 .PHARMACY 的注册管理运行机构时，我们想到的是创建一个安全的在线空间，在这里消费者可以确信他们从网上获得药物、服务和信息是合法且安全的。

药房的合法做法受到严格监管，以保护患者健康。但是上网时，你会发现数万个非法操作、销售不合格产品、欺诈、伪劣、假冒药物的网站，从而引发全球公共卫生威胁。执法机构已经表示，互联网是假冒药物接触消费者的最常见渠道，世界卫生组织估计每年有 100,000 至 100 万人死于使用假药。

通过将 .PHARMACY gTLD 作为经验证的 TLD 运营，NABP 创造了一个安全的环境。通过经验证的 TLD 是指，为了使用 .PHARMACY 域名，注册人首先必须证明他们具有分销处方药或提供行业特定的信息和服务的适当资格。他们还必须证明他们符合自身及其客户所在司法管辖区的所有适用药房法律。一旦他们证明符合注册管理机构标准，就会给他们颁发 .PHARMACY 域名使用证书，同时作为不可伪造的认可标志。与可以剪切并粘贴到网站上的标志和徽标不同，当你在域名中看到 .PHARMACY 时，就知道这是货真价实的。值得注意的是，.PHARMACY TLD 在运营的三年中没有出现过滥用事件。

库尔特·普里茨： 谢谢吉。稍后会提供一些比较有意思的统计数据。但我想吉刚刚说了，TLD 认知项目将会拯救生命。我觉得那样很好。

下一个是麦特·埃姆布莱希亚 (Matt Embrescia)。我把麦特和他的家人已经当成了我的朋友。他是 Second Gen 的总裁兼首席执行官，这是一个埃姆布莱希亚家族投资公司，与有才华的管理人员广泛合作。它们拥有多家分公司。大家可以从麦特那儿听到更多信息，他们还是一家摩托车制造商。他们与客户公司合作，建立了长期的价值，麦特将为大家提供一些更为详细的背后信息。

麦特·埃姆布莱希亚： 谢谢库尔特。我的公司成立于 50 多年前，原先是一家广播公司。在这段时间内，我们在全美拥有并经营了超过 50 个不同的电视台和广播电台。此外，我们获得了像克利夫兰印第安人队、费城老鹰队和克利夫兰骑士队这样的大联盟体育队的转播权，这确实创造了我们认为是在许可和战略合作伙伴关系方面的专业知识。

1996 年，我们开始注意到我们这个行业的转变，尤其是万维网开始在消费者中占据突出地位并引人注目，这是消费者寻找通常从广播电台和电视台获得的信息的另一种出路。1996 年，FCC 制定了《电信法》，该项法规实际上放宽了对广播资产的所有权限制，这真正引发了一波合并浪潮。到 2000 年，我们已经放弃了很多广播资产，开始寻找新的机会。我们进入了摩托

车制造行业，但一次有一位名叫雷·法瑟特 (Ray Fassett) 的人，你们中的很多人可能都认识他，他向我们介绍了有关 ICANN 和 TLD 的事情。随着我们开始调查这个机会，我们意识到我们的广播背景与许可之间存在很多类似之处，我们可以通过向 ICANN 提议启动新 TLD 的方式，与像 FCC 这样的监管机构合作。

因此，在 2004 年，当宣布 sTLD 轮次时，我们申请了 .JOBS，这是一个赞助类 TLD 轮次，它允许我们针对 .JOBS 与称为人力资源管理协会的非营利协会合作，作为我们的赞助商。我们还与 VeriSign 合作成为 TLD 的后端注册管理运行机构，从此我们一直与他们保持着合作关系。

这引发了我们与特定社群和特定行业合作的想法，在 2004 年轮次之后，我们知道了会有后续轮次，这促使我们寻找可以与之合作开发针对该行业的 TLD 的其他合作伙伴。那时，我们与全国房地产经纪人协会和加拿大房地产协会合作开发房地产垂直行业，我们还与克利夫兰诊所等其他组织合作申请了 .MED。在这一天结束时，我们在 2012 年轮次中申请了八个新顶级域，现在我们是一家总共拥有五个顶级域的注册管理运行机构，即 .JOBS、.REALTOR、.CAREER 和 .MED 和 .REALESTATE。稍后我会讨论更多有关 .REALTOR 信息。

库尔特·普里茨：

谢谢麦特。昨天晚上我们出去喝酒进行了一些团队建设工作，当我们谈到这件事时，我吓了一跳，吉的组织成立于 1904 年，其中一个使命就是打击药店滥用行为。麦特的组织成立于 15 年前。很多这样的组织都在为自己的使命和目标而努力，提出了 DNS 以及针对他们的问题、议题，或者如何取得进步的很好的解决方案。所以，我们现在要转变为创建公司的人，以便利用这个机会。大家都知道，德克 (Dirk) 是城市顶级域 .BERLIN 和 .HAMBURG 的创始人和首席执行官。他也是上一次新 gTLD 轮次的发起人之一。该轮次启动于 2000 年，并在 2005 年再次启动。他们目前还是地理顶级域协会的副主席，该协会旨在主张顶级域的利益。德克？

德克·克里谢诺夫斯基
(DIRK KRISCHENOWSKI)：

谢谢库尔特。在我有幸加入互联网和 ICANN 社群之前，我是一名生物化学家并在制药行业工作了 15 年。这使我的工作完全转变了，就是这个遥控笔。没错。

[笑声]

申请像 .BERLIN 和 .HAMBURG 这样的顶级域的想法是从 21 世纪初过于拥挤的 .DE 和 .COM 域名空间中诞生的，那时我们拥有 1 亿个 .COM 和超过 1000 万个 .DE 域名，很难找到一家拥有短域名的公司。因此，我们在 2005 年开始找 ICANN 举办公共论坛，并要求 ICANN 董事会开放一个轮次，允许申请新顶级

域名，我们的一个论点是这将补充 ccTLD，因为我们有拥有 20,000 名居民的小型 ccTLD，为什么不能在名称域名拥挤时让城市拥有顶级域名和自己的域名空间呢？

我们的提议获得了一些反应，而且我们遇到的第一个人是文特·瑟夫 (Vint Cerf)，他告诉我的联合创始人，他不觉得这个主意很好。因此，我们进行了讨论，问题是城市顶级域名或新顶级域名是会打破根源，还是会导致互联网的分化？还是说真的有这样的需求？所有的问题目前都没有得到证实，我们必须在未来展示。

库尔特·普里茨： 德克，那只是你的看法，对吗？DNS 对这个人做了些什么？

德克·克里谢诺夫斯基： 是啊，头发很短。文特是一个高个子，但亚历山大 (Alexander) 和我更高。基本上，我们想通过 .BERLIN 为所有柏林人创建一个公益事业。我不知道后面的幻灯片是什么内容，但这个项目是一个重新联合柏林的项目。柏林现在还在为联合东西部而斗争。我们认为城市 TLD 是一个对所有城市都有益的事情。我们将这个想法与创建一个新公园、一个新的中央公园、一个数字化公园相提并论，这样一个开放和安全的空间是多样化和包容的。公园的想法让我们四处奔波。我们还借用了肯尼迪的话，我们没有问柏林它能为你做些什么，而是问你自己能为柏林做些什么。这是我们的动机之一。

因此，柏林市的第一个反应是向我们发出了禁令。所以你需要停下来。否则，这对你来说很昂贵。他们还发出了第二则禁令。我们没有对此作出反应。而是与社群沟通，很快在一年内就进行了大众融资。当时还没有这个词，但是我们在社群内进行了大众融资，找到了超过 100 个注意到该项目的利益相关方、股东和赞助商，这也是柏林政府向认可这件事迈出的的一大步。在两年后的 2008 年，德国议会终于同意了，我们希望为联邦州和城市提供地理顶级域名。这是向批准迈出的又一大步。

下一张幻灯片。但是我们不得不等待很长很长时间，直到 2014 年才启动。我稍后将对此进行评论，并且我们在保罗·图米 (Paul Twomey)、罗德·贝克斯托姆 (Rod Beckstrom)、法迪·切哈德 (Fadi Chehadé) 的带来下幸存下来，现在我们有马跃然 (Goran Marby)，所以这是我们的等待时间，我们会在那里坐很长时间。好的。谢谢。

库尔特·普里茨：

我认为那几乎是 ICANN 模型的一个缩影，德克独自一人前往柏林市被拒绝了，然后联合整个社群的力量来支持它并取得成功。这是一个传奇故事。克雷格·瓦兹 (Craig Schwartz) 是我的朋友和前同事。他是新 gTLD 项目的第一位理事，离开 ICANN，成为了 fTLD 注册管理机构服务的总经理，该机构在他的帮助下于 2011 年成立。fTLD 运营着经验证的 .BANK

和 .INSURANCE TLD。正如我说的，在那之前，他是 gTLD 注册管理机构的首席联络人，拉斯 (Russ)，他是你的前任。就像我说的，为 gTLD 项目的发展提供了五年支持。克雷格，你想开头吗？

克雷格·施瓦兹：

谢谢库尔特。很高兴在这里看到如此多友好和熟悉的面孔。我们的故事与吉和 .PHARMACY 的故事有点像。她说的大多数事情都适用于我们。就大思路而言，回想起来，这张幻灯片可能有点偏离，它应该是对一个大想法的反应。我的意思是说，ICANN 的主要想法是释放所有这些新 TLD，金融服务行业的第一个响应是停下来，请不要这样做。这对消费者以及银行和保险公司来说都很可怕。但很快就会有这样的理解，首先我们的申请是为了保障和保护这些域名，但是也有很多创新机会，想要在这个空间中创造出一些不存在的的新东西。像 .PHARMACY 一样，我们作为经验证的顶级域运营着，我们在此确保所有注册人在注册时和在注册过程中均符合我们的资格要求。我们也有很多安全要求，很快会介绍。

我认为有一个普遍共识是，金融服务公司及其客户在网上遭到滥用的针对性很高，这就是为什么创建这个门控社群可能对行业和其中一部分社群有利的原因。

当然非常担心这些 TLD 落入不法之徒手中，并且滥用的泛滥会持续下去，再次促使我们申请这些域名。我们非常重视创

新，我们可以做些什么改变。所以这一切都是为了服务和保护银行业和保险业。

就像德克对 .BERLIN 所做的一样，我们开始聚集我们行业的利益相关方，无论是在美国还是在海外，包括全球保险协会联合会、国际银行业联合会。

我们将这些团体以及大量投资者组织起来，在 2012 年为我们向 ICANN 的申请提供支持。

我们没有像德克那样为他的 .BERLIN 等待那么长时间。但我们确实在 2012 年才做到。由于还有其他申请人，我们花费了数年的时间才完成申请和争用解决流程。但最后，我们获得了批准并启动了我们的 TLD。

真正使我们的 .BANK 和 .INSURANCE 与其他任何 TLD 不同的是验证元素和安全要求。当你将所有这些打包在一起时，如果你在这个行业运营，.BANK 和 .INSURANCE 可以作为你的在线信任标签。这是对贵公司身份的明确认证。特别是，我们总是会从银行家们那里听到，.BANK 帮助他们向他们的客户讲述了安全的故事。大家看到 .BANK，就知道可以信任以 .BANK 结尾的网站。或者说，对于那些因为网络钓鱼而不再使用电子邮件与他们的客户沟通的银行，他们现在开始重新回到这个空间，并使用电子邮件作为沟通工具，因为他们对其很有信心，如果它不以 .BANK 结尾，就不应该打开电子邮件，这表明它不是我们发出的。

作为对我们的注册人和注册服务机构都有诸多安全要求的 TLD，它是缓解网站和电子邮件网络威胁风险的一个因素。对于一些注册人而言，仅仅是为了获得比他们在某些传统 TLD 中获得的更好的域名。因此，在很多情况下，它启用了更相关且令人难忘的域名，至少在 .BANK 中，域名更短。它还为他们提供了一个机制，在竞争激烈的市场中增强自己的品牌并其他产品区分开来，不仅因收购和兼并而持续大量合并，而且使全球大多数银行的利润率持续缩减。

所以品牌塑造有很多价值它全部包含在安全中。这对我们的银行家和保险公司来说真的很有用。

库尔特·普里茨：

谢谢克雷格。有一天我坐在我的办公室里，保罗·图米走进来说“库尔特”，我没法模仿他的语气。如果模仿的话，你们应该听不懂。

他说“库尔特，整个新 gTLD 项目将由 .BANK 的拥有者作出判断。”

而其实，当我们制定社群标准时，我们会继续测试 .BANK 是否符合社群资格。但这个问题从未得到解决。

新 gTLD 项目取得的巨大成功之一是 FTLD 为 ABA 和保险业而运营。这是该项目的成功。

我们将开始转到第二组问题，我们在这里谈论启动，但之后又发生了一些事情。NeuStar 的杰森·罗伊尔 (Jason Loyer) 将带领我们完成这个任务。他是 NeuStar 的注册管理机构客户合作高级总监。他和他的客户经理团队支持着 NeuStar 托管的注册管理机构客户组织，其中包括近 300 个 TLD，涉及银行和通用 TLD。

我们已经讨论过这个问题了。但必须说 NeuStar 从 .BIZ 这个相当不错的品牌开始获得了很大的成功，转变成了现在的样子。

所以，我们很有兴趣听听这个故事。谢谢杰森。

杰森·罗伊尔：

谢谢库尔特。大家好。今天，我将带大家了解从 .BIZ 转变为 .NEUSTAR 背后的一些驱动因素，并谈谈我们做了什么、什么时候做的、如何做的以及在我们做的时候发生了什么。

在这里大家可以看到一些关键驱动因素，这些因素是我们转变背后的原因。但是对我们来说第一关键的是：帮助我们的客户轻松找到我们的内容。

这对我们来说非常重要，让我们的客户能够以非常简便的方式上网并访问我们的内容。我们一直在思考进行这种转变。这个转变花了我们大约 4 年的时间。我不是在这里告诉大家这很容易。这并不容易。

我们知道我们必须赢得上面的认可。为了做到这一点，我们不得不继续在内部和外面向我们的利益相关方开展教育活动，以使工作进行下去。

在得到我们的首席执行官丽莎·胡克 (Lisa Hook) 的认可后，我们知道可以开始运转起来了。我们本来希望成为第一个进行这种转变的机构，但事实上我们并没有获得多少帮助。因为，当我们找丽莎谈论这件事时，我们能够指出一些已经实现飞跃的全球知名品牌。正是达成了这种共识才让我们正常运行这个项目并确保成功。

所以，是的，我们从 `neustar.biz` 转变为 `home.neustar`，但是实际上对于我们来说在两种情况下都能很好地实现。

我们的网站变得有点陈旧，我们期待网站更新。我们所能做的就是将向 `.NEUSTAR` 的转变与完整的自上而下的在线内容分析结合起来，从而分析我们在互联网上的所有内容。结果非常好，因为我们能够同时做到这两件事。

而且在分析中，我们发现了在 NeuStar 管理的核心产品线。不是每个人都知道这一点。但我们不仅仅是一个注册管理机构。我们有五条核心产品线。当我们查看所有数据时，我们发现每个独特的产品线都有自己特定的内容。

并非所有这些都完全相互关联。

所以我们所做的是不仅创造了 [home.neustar](#)，而且还为每个核心产品线创建了微型网站。大家可以在 [security.neustar](#) 中看到。我们收集了所建立的数据，并以 SEO 友好的方式为特定的微型网站创建了非常具体的安全特定内容。

所有的网站都有相同的观感，并且都融入到了这个新的 .NUESTAR 生态系统中。

所以，随着我们继续分析，我们发现了其他一些也非常有趣的事情。在我们分析客户与我们的网站进行互动的方式时，我们发现客户难以找到我们发布在那里的一些内容。

于是我们想出了这个直接导航的概念。随着我们继续进行这项分析，我们发现我们有必要创建一些词条。我们创建了大约 600 个词条，通过这种方式，我们的客户可以直接访问他们想要的内容，而无需在网站中多次点击才能查看新闻或“联系我们”页面等等。

在这里给大家举个例子。我们创建了 [news.neustar](#)。这是一个重新分区，可带你准确进入新闻部分。而且我们还创建了大约 600 多个。

我们做的另一件事是，我们发现当我们的客户访问我们的网站时，导航不方便。当他们到达那里时，不一定知道自己在寻找什么。但他们知道他们想了解 NeuStar 或了解关于 NeuStar 的一些事情。

于是我们想出了创建我们自己的搜索引擎这个概念。我相信很多人都有这种情况。网站顶部有一个小小的搜索框，没有人点击过，从来没有任何流量。

我们创建了新的 `search.neustar`。我们所做的是创建了一个品牌化的搜索体验。所以，当你访问 `search.neustar` 并点击你想要点击的任何搜索时，你会获得看起来很熟悉的搜索结果，就像你已经习惯的任何其他搜索体验一样。这里的区别在于它是特定于 NeuStar 的结果。没有竞争信息。也没有广告需要整理。

而且你知道自己处于一个安全的空间中，你只能得到特定于 NeuStar 的结果。这个搜索引擎会扫描所有 NeuStar 的网站。

我们认为我们之前所做的一些非常有趣、非常酷的事情是我们早些时候谈到的内部和外部教育活动的一部分。

我们实际上采取了措施转移到我们的品牌 URL 缩短器。由于这个无意义的字符串对任何人都没有任何意义，我们转而使用了 `i.neustar`。使用简单，易于记忆。我们在所有营销中都使用了这种方式，这是将信息传达出去的一种方式。

我们所做的对我们来说是一个非常重大的变化的事情是，将所有员工的电子邮件地址也转移到我们的品牌 URL。

在这里你们可以看到 `Jason.Loyer@team.neustar`。我们在内部开展了一场活动我们发出了一堆电子邮件，并确保我们的员工

都了解发生了什么。这是一个非常重要的转变，我知道很多人都害怕这样做。但我们做到了。期间我们也遇到了一些小问题。但大体上，它非常成功。我们还保留了我们原来的 Jason.loyer@neustar.biz 电子邮件地址，所以我们是有所准备的。我们也向我们的支持人员提供了他们自己的电子邮件。

我们在这次教育活动中做的另一件事是，把网站放在一起称为 hello.neustar。我们将 hello.neustar 作为内部和外部利益相关方可以访问和了解相关信息的一种途径，不仅可以查看 NeuStar 品牌的变革，还可以了解市场上正在发生的事情。

所以，如果你们访问这个网站，可以很好地简单了解我们的转变以及整个行业正在发生的事情。

库尔特·普里茨：

谢谢杰森。那真的很好。在此之前，我和杰森还有托尼·基尔希 (Tony Kirsch) 谈过。我所理解的他们的主要动机是让客户的生活更美好。它创建的获取信息的方式似乎对实现目标非常有用，加上 600 多个可供输入不同搜索词条。真是太棒了。

我们现在完全可以转到第二组关于启动时发现了什么问题了。因为与此类似，.DESIGN 针对的是创意社群。除了对获得真正想要的 TLD 有所担心之外，之后就是关于启动和接触你的客户和你想要服务的人。

安德鲁 (Andrew) 是 .DESIGN 注册管理机构运营商 Top Level Design 的业务发展总监。安德鲁？

安德鲁·梅里亚姆
(ANDREW MERRIAM):

谢谢库尔特。那么，好的。显然，我要谈启动后的事情，我们在运营中发现了什么以及我们感到惊讶的事情。因为我认为我们不会想到可以调查 Facebook 并说服他们需要 facebook.design。

现在我们有 14 个品牌的例子，我们可以说服其他人。但是出现的第一批成果却是在这些团队内部做出的战略决策。这是对 Facebook 首次启动该网站时的一个很好的引用。

所以，在我花时间跳到这里之前，我想说明的是，我们有 70,000 个在 .DESIGNS 管理的域名。虽然这 14 个品牌都很棒，而且他们使我们和整个行业都很兴奋，但获得更好域名的成千上万的其他个人用户也将通过 .DESIGN 和新 TLD 项目取得成功。我认为不公平的是，社群有这样的预期，即新域名、全球营销活动等等会立即出现使用著名品牌的情况。所以如果这种情况在启动时没有立即发生，就好像没事了。新 TLD 在做什么？大概在九个月前，也许是在这两年，这些情况已初见端倪。airbnb.design 就是第一个。这在硅谷引起了巨大的轰动。大家看看 Facebook、Uber 和 Airbnb，就会发现这些公司都在争用相同设计人才。他们需要相同的 UX 设计师，Dropbox、

微信和 Slack 都在争用相同人才。我们将这些公司运营这些网站的原因分为三种。但我觉得招聘是最强的一个，因为这是一个竞争的市场。

这些招聘网站都相当直白。这里有一些截屏，大家快速看一下。你们的设备都打开了。你们可以跟着我浏览。

它们在角落里都有工作选项卡，或者是加入我们，uber.design 还有一个团队选项卡。这是 booking.design。

Telecom.design 来自于 Deutsche Telecom，这是 T-Mobile 的母公司。他们通过团队成员的视频和个人资料来让团队具有吸引力。Amazon.design 是我们发现的最新的一个网站。他们刚刚开始通过视频建立内容。很明显，角落里也有“与我们一起工作”选项卡。

另一个大推进是内容营销。我想大多数人可能都知道这个词。很多内容都只是为了内容的缘故。他们不一定在推销产品或服务，但他们通常会向目标受众或整个世界传达一些信息，并且只是针对任何品牌的另一个接触点。

所以非常微妙，可能仍然是为了招聘。但 airbnb.design 有一个很棒的网站。与他们交谈时，三分之二的内容来自 Airbnb 之外，艺术家、时装设计师和室内设计师。

Npr.design 显然是 NPR 内部团队的一个博客。我听了 NPR 设计团队一个人的发言。他经常提到，“哦，是的。你可以在我

们的博客 npr.design 上了解更多信息。”他在谈话中提到了十几次。

我认为 kohler.design 是一个更酷的例子。因为在 kohler.design 的任何地方都找不到水槽或水龙头或马桶。只有他们与建筑师和室内设计师谈论的内容。

Medium.design。Slack.design 是一个有趣的例子，因为它跟随着 slack.engineering 的风格，那是 Donuts 的另一个新 TLD。所以 .DESIGN 是来自他们的团队的第二个域名。这显然只是表明他们的团队希望公开向他们的同行表达自己的看法，你可以想象，他们很难将这些内容放在他们的主网站上。

Opentable.design。Origami.design 也很有趣，因为它来自于 Facebook。Facebook 真的是一个魔鬼天才。因为 origami 是一个内部使用的原型设计应用程序，而他们却向公众发布了。你可以想象，当人们在 Facebook 申请设计师的工作时，他们已经熟悉了 Facebook 设计工具，因为他们向公众提供了这个工具，这非常聪明。

Automatic.design，显然是 .BLOG 和 Word Press 背后的公司。

这些品牌做这些事情的最后一个原因是品牌管理。他们的品牌指南和徽标都可公开下载。我想是为了创造 Wix 设计师社群。

Dropbox.design。Atlast.design。Ant 是阿里巴巴背后的公司，隶属于阿里巴巴集团。

etrade.design 可能是最好的例子。它是真正建造起来的。
Wechat.design。

我想重点谈谈为什么会发生这样的事情。因为如果以 Facebook 为例，facebook.design 是该网站最好的域名。

无论是新 TLD，还是传统 TLD，Facebook 的设计团队没有一个比 facebook.design 更好的域名。是的。超级令人兴奋，这是再开心不过的事了。

回头看看我们的 TLD，在新 TLD 中，我们只有通用和合适的 TLD。设计本身就相当酷，因为室内设计师、珠宝设计师和灯光设计师与图形设计师、网站设计师和更多数字化角色类型的社群差不多。

是的。这就是关于我们的介绍。

库尔特·普里茨：

真的很棒。我有两点意见。一个是对于 .ART，我们有几个类似的。举个例子，bofa.art，在我们访问美国银行的网站时，没有发现他们对艺术或艺术品收藏感兴趣。它藏的很深。现在他们有了 bofa.art，可以轻松展示。而且很容易找到。第二个意见是，当我与这些人交谈时，我提供了一些演示，也看了其他人的演示，他们只是点击、点击、点击，就浏览了所有这些例子。点击、点击、点击 — 就采用新 TLD 以及这些实体如何获得它的例子而言，比其他更多。

下一个是马丁·萨顿 (Martin Sutton)。马丁 --

安德鲁·梅里亚姆： 抱歉。我完全压制住了马丁。

我在一本关于品牌如何使用 .DESIGN 的书中总结了 my 演讲。我们在全国范围内对此进行了详细分析，所以我们很乐意将此分发给之后想要的任何人。请来找我吧。

库尔特·普里茨： 好的。你的名字叫什么？

马丁·萨顿是品牌注册管理机构团体的负责人。我对他们的印象是，他们全都忙于运行他们的业务。有幸马丁在这里能代表他们中的一些人。他曾是一名新 gTLD 申请人，为 HSBC 工作。正如我所说的， he 现在是品牌注册管理机构团体的执行董事，这是一个合作性组织协会，旨在支持使用品牌顶级域。所以，马丁将对杰森关于 .NEUSTAR 品牌的发言进行逻辑总结，让我们弄清楚这件事。

马丁·萨顿： 谢谢。正如你提到的，有很多收购了自己的注册管理机构的公司。但是，就核心业务而言，运营注册管理机构通常不是他们的事情。这就是为什么我们在许多像这样的 ICANN 会议上看不到的原因。

如果他们参加会议，有时在沟通政策方面存在限制，以至于无法在公共论坛上发表意见。所以，我来到了这里。

我只想通过几个例子向你们展示我所知道的不同类型的部署。我们有一家总部设在苏格兰的工程公司。它实际上是一个全球性的 B2B 组织。

当新 gTLD 轮次开放时，Weir 抓住了机会，重建了他们的网络形象并启动了他们的 TLD .WEIR。这巩固了他们的网络形象。因此，Weir 能够简化他们的数字空间，为他们的所有产品和服务以及电子邮件通信创建一个统一的接入点，就像我们在 .NEUSTAR 看到的一样。

随着他们的业务发展，随着它的变化以及随着它的成长，他们灵活地轻松适应他们的空间。所以他们对这个空间有很好的控制。

我们还有一个金融服务的例子。现在，有不少银行正在积极使用他们的 TLD，充分利用运营 TLD 所提供的额外安全性和控制力。实质上，他们正在进行端到端的流程。当我们谈到品牌时，从互联网的根源一直到向互联网用户交付产品，他们都在运行这个流程。

因此，这种控制以及我们在药房和银行所听到的一些控制措施意味着，我们在这些很好的领域都没有发现过任何滥用行为。

这里有一个 .BARCLAYS 和 .BARCLAYCARD 的例子。他们的重点是提高用户的体验，并通过在线服务和通信为互联网用户提供更多信心和信任。

因此，通过为在线用户提供有效指导，他们设法将其客户群无缝地重定向到使用新 TLD，获得了强大的用户接受度。他们战胜了所面临的挑战。他们以非常积极的方式做到了，将用户轻松迁移到这些新的在线空间中。

法国银行 BNP Paribas 也是另一个迅速将客户迁移到 mabanque.bnpparibas 的 TLD，而且他们每天的在线银行服务相关的流量很高。

因此，对于互联网用户来说，这些是他们真正了解、看到并且对正在使用它们的品牌有信心的好方法。

对于 Barclays 而言，它更像是一种渐进式整合。当他们推出新产品和服务并改造他们老旧的数字形象时，他们借此机会将其转换为 TLD 空间。但是，在所有情况下，已激活的品牌都有自由和灵活性，可以使用与上下文相关且对互联网用户直观的域名，这显然是在 .NEUSTAR 方面所显示的东西，试图确保导航对用户而言尽可能简单，他们可以查看并找到他们真正想要查找的内容。

尽管这是两种不同的模式，Barclays 侧重于业务对客户，而 Weir 则侧重于业务对业务，有不同的优先事项促使他们启动

并激活其注册管理机构。但重要的是，它们具有相同的方面，都是目的驱动型，而不是收益驱动型。

我们看到了很多很多激活了自己品牌域名的例子。这些只是在 makeway.world 和其他试图追踪品牌域名激活情况的地方收集的例子。

而我只是向大家快速说明一下在过去几个月里我们看到品牌注册管理机构中有很多新的活动。

现在，一般来说，除非你是这些品牌的客户或搜索特定品牌的产品和服务，否则不太可能会遇到这些。所以这就是为什么我们试图确保在这样的社群中，让你们了解有许多活动正在进行的原因，即使你们可能不会真正看到，但这一点很重要。

除此之外还有一个方面，它并不总是可见的。使用 DNS 并不是指一个网站。有电子邮件沟通渠道。有些使用 DNS 的方式是在内部项目和我们很难看到的使用案例中。

总而言之，这真的很有趣，现在我们已经看到了很多激活的情况，品牌正在相互交流各自的经验，制定最佳实践，并分享这些经验，以帮助其他人以适合自己业务和未来战略的方式有效启动。所以这是近期看到的一个很好的方面。

我们从品牌注册管理机构团体看到了这一点。我们会提供有关用例的信息，并分享我们从一些成员那里学到的一些经验教训。

库尔特·普里茨： 谢谢马丁。在将遥控笔交还给吉时，我想说我这边桌子上的人正在等待发言。你们那边的人有点滥用你们的第二轮发言机会了。

吉，发生了什么？

吉·莱文： 我想谈谈 .PHARMACY 自启动以来获得的一些成功。

首先，我们得到了财富 500 强公司的认可。我们已经有八家财富 500 强公司，至少注册了一家。PHARMACY 域名自 2015 年起开始使用。其中包括 Albertsons、CVS、Express-Scripts、Humana、Kroger、Merck、Rite Aid 和 Target。

我们在国内获得了很好的支持，美国有 50% 的持牌药店为 .PHARMACY 网站提供服务。

澄清一下，我的意思是，一个 .PHARMACY 域名，例如 cvs.pharmacy，可能代表数千个 CVS 商店填写处方或接受处方药单。

因此我们拥有的 .PHARMACY 注册人代表着更广泛且数量更多的药店。

虽然我们在美国有很大的吸引力，但我想强调一下，.PHARMACY 是一项全球性举措。我们与其他国家的监管机构合作，确保来自这些国家的注册人有资历和资格。其中包

括英国、澳大利亚、香港、加拿大、爱尔兰和西班牙。我们正在与其他国家的监管机构沟通，以便与他们建立工作关系。

我们还与多家公司合作伙伴合作开展风险缓解工作。例如，Google、Bing、Yahoo!、Twitter，全都使用 .PHARMACY 作为验证其广告商是否合规合法的方式。Visa 还将 .PHARMACY 验证作为符合通过互联网进行信用卡交易的药房商家的要求。

所以，在 12 月，当我们管理的域名超过 500 个时，我们非常兴奋。这可能看起来是一个微不足道的数字，但请注意，我们合作的合格注册人是有限的。还要记住，这 500 个域名代表着数千家药店和其他相关实体。

库尔特·普里茨：

是的，我们有一个晚上交谈的时候，我看到了这张幻灯片，我说：“我不确定我们需要展示这张幻灯片。它看起来不太好，”然后我说，“那么这张幻灯片中的 50% 是什么意思？”然后吉告诉我们，这 500 个注册覆盖了美国 50% 的药房。然后我感觉安德鲁倒吸了一口气。他说：“天哪！我从来没想到这样的事情。”所以，这清楚地说明了管理下的域名如何不是衡量成功的标准。

抱歉。请讲。

吉·莱文：

没关系。

库尔特·普里茨： 你有 30 秒时间。

吉·莱文： 好的。

在 2017 年增长了 92%。而且还在继续增长。

后面几张幻灯片将为大家提供一个正在使用的 .PHARMACY 域名的样本。正如你们可能预料的那样，绝大多数 .PHARMACY 注册用于药房，但我们也有注册人是兽医、消费者维权组织、专科药房、监管机构和医疗机构以及整个药房社群。

因此，最终 NABP 希望看到的是，整个药房行业广泛采用 .PHARMACY 域名作为消费者可信且对其安全的标志。希望药房和相关行业能够认识到 .PHARMACY 是一种在危害患者健康的众多欺诈网站中独树一帜的方式。最后，.PHARMACY 将有助于营造一个更加安全的互联网。

库尔特·普里茨： 那太好了。

麦特，.REALTOR 的情况怎么样？

麦特·埃姆布莱希亚： 谢谢库尔特。

我们在 2014 年 10 月启动了 .REALTOR。 .REALTOR 仅适用于全国房地产经纪人协会和加拿大房地产协会的 15 万左右的会员。每个会员在第一年有资格获得一个免费域名，之后继续使用需要付费。

我们发现我们的启动取得了巨大的成功。在前两周内，我们的域名注册量超过了 80,000 个。围绕 .REALTOR 的启动有很多令人兴奋的事情，但我们那些年学到了很多经验。我们学到的第一件事是，我们非常需要建立一个品牌，将我们自己 .REALTOR 与全国房地产经纪人协会以及我们的一些其他合作伙伴如 Realtor.com 区分开。人们会问我们，成员感到很困惑。他们会说，“你们是 NAR 吗？你们是 Realtor.com 吗？”因此，我们采取的一项措施是，创建我们自己的视觉身份、徽标、品牌，这仍然能使我们将自己与 Realtor 这个价值超过 50 亿美元的百年品牌联系起来；创建与 Realtor 品牌的关联，同时也将自己划分为供房地产经纪人用于发展其业务的在线工具。

显然，我们做的另一件事是，基于这种成功，我们仍然希望继续提高注册成功率，而且由于续约对我们而言十分重要，我们还希望鼓励使用和采用。这里有一些网络和社交媒体活动的例子，我们已经通过这些活动来鼓励人们在 .REALTOR 中获得他们自己的域名。我们给成员发出了物理明信片，因为他们主张使用自己的域名，或已经加入了协会，或通过这种方式提醒他们，他们有资格申请 .REALTOR 域名。

由于我们与全国房地产经纪人协会和加拿大协会的关系，我们有一个包含所有这些成员的数据库，我们还有直接的电子邮件营销活动。这些都是我们过去创建和使用的一些营销活动的例子。

我们在很多方面都取得了成功，因为如果你们看看我们的续约情况，在免费域名上，现在已经接近 70% 了。我们发现对于我们来说，在免费域名上续约能达到如此高的比例是相当成功的。

同样，我们创建了在线教程和资源，供成员们了解我们。房地产经纪人独一无二的一点是，他们都是国家协会的成员，同时也是国家和地方协会的成员。他们几乎总是与办公室挂钩，比如 Century 21 这样的经纪公司。因此，我们专门为这些州和地方协会及办公室创建了工具，我们将办公室称为董事会、协会和公司，他们有时与房地产经纪人有更直接的联系。因此，我们以我们的名义向他们提供了这些工具，作为营销手段。

当然，我们在我们的网站上也有自己的工具，成员可以在网上找到。他们可以更多地了解它。我们还制作了有关如何设置域名、创建电子邮件地址的指南。还提供行业信息。我们认为，让这一批房地产经纪人了解整个域名行业的一般情况并促使整个社群使用这一工具是我们的使命，这不仅仅是为了我们的业务。

我们发现非常成功的另一件事是，许多房地产经纪人在很大程度上会受到同行和行业中其他人正在做的工作的影响。所以，去年我们制定了所谓的发言人项目，在这个项目中，我们找到了有影响力的房地产经纪人，让他们授课并举办有关房地产经纪人如何更好地发展业务的研讨会，而我们为这些有影响力的房地产经纪人提供了培训、支持和激励，作为我们发展业务的一种方式，发展我们的 .REALTOR 业务，我们也看到了很多成功。

库尔特·普里茨： 谢谢麦特。很棒。我认为 --。

麦特·埃姆布莱希亚： 给我一点时间。

库尔特·普里茨： 好的。

麦特·埃姆布莱希亚： 这是我想告诉你们一些感言，我会快点说，这是最终的结果，房地产经纪人找到我们并与我们讨论他们如何才能最好地使用这个。有一位来自加拿大的人说，这对他来说就是最好方式，可以在专业上努力表现自己，或者房地产经纪人如何利用这个

使自己脱颖而出。有另一位房地产经纪人也相信这是未来的浪潮。

那么，我们该何去何从？我们即将开始一段新的旅程，我们将从运营 .REALTOR 域名中学到的经验教训应用于房地产行业开放且不受限制的 TLD。我邀请所有注册服务机构跟我谈合作。我们将采用我们为 .REALTOR 开发的所有工具，并使注册服务机构不仅能够成功注册，还能确保我们的注册服务机构在启动此 TLD 时取得成功。您可以在我们的网站 home.realestate 上找到更多信息，或通过以上信息与我联系。

库尔特·普里茨：

谢谢，麦特。

这对于我们在新域名空间中所具有的一个复杂性来说非常重要，因为这些注册管理机构，如 .PHARMACY、.REALTOR、.BANK，相比 .COM 和 .NET，它们更像 .GOV 和 .MIL。而这些注册管理机构真的有必要直接与客户进行交流，并为他们创建工具，以便他们能够很好地使用域名。这与传统的注册管理机构/注册服务机构/注册人沟通渠道有点冲突，正如麦特所言，注册管理机构和注册服务机构需要调整和学习如何在新环境中合作。

德克，你想告诉我们柏林发生的事情吗？

德克·克里谢诺夫斯基： 是的。经过 9 年对 .BERLIN 的倡导，我们终于通过向公众推出首个城市顶级域名进入了新的领域。就像那个企业的新闻一样，我们面临着一些具有挑战性的惊喜，但也有好的惊喜，我想与大家分享其中一些。

有趣的惊喜是，那些在柏林有柏林域名的公司，他们并没有立即转向新的我们认为迷人的柏林域名。这真是一个惊喜。所有拥有域名的人都不太可能转换。但是我们立即认识到，在柏林，新事物是注册人，而且发现柏林域名非常有吸引力。我们不知道在像柏林这样的城市，每天有多少新事物出现。画廊、公司、活动、个人网站等等。这是我们体验到的真正的胜利。新项目也有一些例子，即将到来的智能城市，国家等等。

之后，在该轮次的前两年还启动了其他城市顶级域名和区域顶级域名，这些域名的销量暴增，但在短时间后，所有人都认识到地理域名中的空间是有限的。有两年获得了很好的接受度，然后我们意识到，本地的地理顶级域名不是 .COM，而是一个全球性域名，所以我们的受众有限。但是我们利用时间并建立了一个符合我们利益和沟通方式的协会，成为地理顶级域名的第一资源。我们是一个非常有趣的团体，经过了激烈的讨论等等。在 ICANN 社群中，这是一件具有约束力的事情，可以与所有其他城市顶级域名进行交换。

因此，更积极的意外，包括柏林人铁路，像他们的柏林域名一样，我们称之为 Berlin-ness。柏林人说最坚持的一件事是，

“我想证明我是柏林人。”我们问了他们这件事，这真的很惊人。我们没有认识到这是获得柏林域名的主要原因，并发现柏林域名很酷，可以说成是柏林化。

还令我们惊喜以及我们今天所依赖的是，柏林域名在公共空间的广告、报纸、建筑物海报上的可见性。每辆警车都有一个柏林域名，意思是“我们一直都在，.BERLIN”，这真是太神奇了。西柏林也有一些例子。我喜欢这些巨型海报，每个人都可以在公共场所看到一个柏林域名，知道在柏林除了 .DE 或 .COM 之外还有别的东西。这里有一些巨型海报。“Like Berlin”（喜欢柏林）是一个发现柏林价值的活动。如今，我们是一个非常成功的顶级域名，拥有 55,000 个域名，营业额和利润都很好，有 9 名员工。我们认为对于地理顶级域名而言真正至关重要的是要出现在公众视线中，以便人们看到你，而且我们觉得，我们正处于突破的边缘，柏林在整个城市中被接受。

因此，我们对未来的展望是柏林将成为柏林人的数字家园和城市的数字身份。可以说是柏林的数字 DNA。

库尔特·普里茨：

非常感谢，德克。我们也发现了那一点。我们不打算将 louvre.fr 转换到 louvre.art，但是很多情况下，他们愿意对展览使用临时域名，如 louvre-renoir.art，因为他们的雷诺阿展览，他们的 URL 很长，有很多斜线，而这样可以简短一些，以便在不丢失域名的情况下投放广告。

克雷格，你要下一个发言吗？

克雷格·施瓦兹：

我们的故事后来与大多数传统域名有点不一样。加入空间时，我很快就学到了一件事，那就是银行家非常不愿意冒险，他们不是很有创新精神，也不喜欢做出改变。因此，改变网络形象和找到网上银行托管位置对他们来说是非常难以逾越的思想差距。

而我们发现，没有人想当第一个，也没人想当最后一个。所以有很多人都在中心等着看周围的人在做什么，或者街上的银行在做什么。

我们还了解到，我们 TLD 的价值相当清楚，但鉴于安全组件看起来有点令人生畏，而且在银行的其他活动路线图中还将其作为优先事项，特别是考虑到监管合规性和网络安全的所有竞争压力，即使 .BANK 和 .INSURANCE 可以成为网络安全和利润分层方法的一部分。

我们最终了解到，大多数银行在更新品牌或启动新网站时正在做出改变。所以我们可以更好地传达信息，思考改变的正确时间。

我认为对我们来说最大的经验是注册人需要指导和帮助。他们需要了解如何做到这一点。使我们的空间特别独特的地方在于，我们通过名字就能认出很多注册人。我们在名字的基础上

开展工作。在我们想要推出新工具或新资源时，非常方便的是，我们建立了一个由银行家组成的工作组，我们说：“嘿，这就是我们的想法。我们希望你们考虑一下这个方面。你们认为这有价值吗？你们认为这浪费时间吗？如果我们做出来，你们会用它吗？在我们投入时间和资源开展工作之前，我们有一个很好的测试平台。

我们最近的一个工具叫做实施中心，有一个用于 .BANK，有一个用于 .INSURANCE，作用是让注册人充分了解我们的六大技术要求、它们的价值是什么、如何进行实施，还提供对在整个流程中可以掌握的资源类型的访问权，并帮助他们了解如何开展工作。让很多注册服务机构引以为荣的是，他们为注册人客户建立了非常出色的支持平台，现在可以帮助他们进行迁移，而不是让银行无所事事并自行解决问题。

在 2017 年 1 月，我们推出了第三方提供商计划，该计划实际上是我们网站上的一个页面，其中写明如果你需要可以帮助你执行合规网络托管的人，我们这里有许多提供商。如果你需要可以帮助你进行安全域名重定向的人，这里也有一些你想与之交谈的人。如果你再次点击某些页面，就会看到我们的很多注册服务机构，即我们的后端提供商 VeriSign，他们直接向注册人提供这些服务，以便他们在一个地方就能找到这些信息以及注册他们域名的实体。这非常有帮助且节约时间。

我们还发现，一个特别强大的激励因素是银行能够看到他们的同行在这个空间里正在做什么。所以我认为这是 2016 年初我们开始发表的成功故事。这只是一个快照，但每一个都有关于 .BANK 的部分，以及有哪些营销考虑事项？遇到了什么技术障碍，学到了什么经验？

虽然我们刚刚在我们的网站上发布了几十个这样的内容，但我们并没有那样做，因为它们的外观和感觉有点相同。实际上现在有数百家银行和保险公司已经进入这个空间。

我们也非常积极地进行有针对性的广告宣传，以提高消费者对 TLD、其安全性和营销利益的认知，同时也为银行家本身提供支持，主要是通过 LinkedIn 和 Facebook。

在衡量成功方面，我们确实认为自己是一家成功的注册管理运行机构。在我们的两个 TLD 中，我们注册了大约 6,000 个域名。我们在过去几年的续约率平均约为 90%。所以我们对此非常满意。

我们的银行家和保险公司总是告诉我们，这给他们的业务和向客户发送信息的方式带来了不同。我们具有非常好的盈利能力，这使我们能够继续为注册人开发新工具和资源。同时还有助于我们开始全球扩张。现在，大约有 85% 的注册人来自美国，15% 来自国际。我们显然希望在国外进行更广泛的推广。

最重要的是，采用和使用量继续增加。我们其实每周都会跟踪新的上线网站。所以我们知道每周 .BANK 和 .INSURANCE 域名注册人推出了哪些服务。

和其他人一样，我将通过接下来的几张幻灯片展示一些银行已经完成的工作。这家位于爱荷华州的银行拥有这个大型广告牌，谈论 .BANK 如何为强大的网络安全提供支持。

我们听到了 Peterson Insurance 谈论这如何帮助他们的品牌，并且不要担心转变的成本。

Broadway Bank 是另一个很好的例子。

StreetSmart Insurance 也是一个很好的例子，说明了如今和在网搜索保险的时代拥有良好的网络形象是多么地重要。

另一家银行。

这是我最喜欢的一个，因为上周我开车去泽西海岸时 — 对不起，是去年 8 月去探望家人时，我在街上开车，看到 Shore Community Bank，他们将这个标有域名的横幅挂在外面。我就想天哪，我必须停下来拍一张照片，因为这是我们的新 TLD。

这里有一些资源。在社交媒体上关注我们。如果有任何问题，请给我打电话。我很乐意之后再谈，只要你愿意。

库尔特·普里茨：

谢谢克雷格。

你提出了一个很好的观点。这是域名注册的一个障碍，无论是在你的受限 TLD 中，还是在 .ART 的开放域名中，人们都对注册域名没有意见，但却发现创建网站令人望而生畏。有些注册服务机构正在适应建站工具和 Wix，即直观的建站工具。但是我认为，如果我们想成为域名的支持者 - 我认为我们都是 - 我们需要了解我们需要帮助潜在的域名注册人从社交媒体转移到域名中。他们需要帮助他们跨越障碍，并提供像你 and 麦特提到的那样的工具。

所以杰森和你们两个人，你们需要带我们回家。所以...

杰森·罗伊尔：

好的。谢谢库尔特。我想谈谈转变后立即获得的一些成果。但我只想回头触碰其中一个对我们很重要的关键领域，即成本缩减。

现在，这些主要特定于域名。我们在 Neustar 任命了新的 CFO，我们想要给她留下深刻印象。所以，鉴于我们的营销团队在降低付费搜索成本方面承受着很大的压力，我们希望这种直接导航的概念能够引导我们做到这一点。

这是一个在 neustar.marketing 上搜索的客户的很好的例子。大家可以看看我们原先获得的第一个结果。但 Conversion Logic 是第一个带广告的，对吗？我们正在将我们的思维转变为这种直接导航的思维方式，并且我们在所有交互中涵盖了这种导航思维。所以我们所有的营销渠道，我们都在使用这个直

接的概念，那个网址，并且在我们所有的外展活动中都使用这些词条。慢慢地，我们希望减少那些搜索成本。

而这里的收获是我们真的希望我们的客户能够访问 anything.neustar。事实上，现在就可以访问 anything.neustar，它会把你带到搜索页面。这样做的目标是为我们的所有数字内容提供自己的身份。

我们很快就会获得一些成果。我还想快速说说我们的计划，可以吗？如果这不是一个非常广泛的计划，那么就不会发生这种情况。而且，再一次强调在内部和外部教育我们的所有关键利益相关方的重要性。

当我们做出这样的改变时，人们并不担心他们会打破互联网，或者他们的电子邮件不能工作，或者在我们的网站中导航会比以前更糟。这真的很关键，如果要冒险尝试，相应地就需要花时间和制定计划。这很重要。

这里有一些衡量标准，我们衡量的一些指标。在整个董事会中，我们看到了一些不错的增长。我们发现的一个关键事项是，用户现在能够更好地在他们访问我们的网站时找到相关内容。当他们访问我们的网站时，他们会停留更长时间。

在我们进行计划阶段时，这一转变的一个重要部分是，我们知道我们想要记录我们的旅程并与世界分享。为此，我们制作了启动指南。大家可以访问 launchguide.neustar 找一份软拷

贝。像安德鲁一样，我应该有可以与你们分享的硬拷贝，但是不见了。非常抱歉。

但是，你们可以查看启动指南，了解更多关于我们的转变、问题等所有内容的信息。这些都比我今天与你们分享的内容更详细。所以，如果你是一个品牌，还处于藩篱之中，而且你不知道何去何从、如何实现目标，请查看该启动指南。这是一个很好的资源。

我们还开始了 Brandsreport，每年两次。同样应该也有硬拷贝。抱歉。但可以在 brandsreport.neustar 上找到。所有东西都在里面。也是每年两次。我们会花时间观察品牌空间中发生的事情并相应地报告。

现在，马丁在今年早些时候谈到过 makeway.world。我们对此非常自豪。我们在 2016 年 12 月又重新启动了这个世界。这不是为了销售 Neustar 或打广告。这是我们为这个行业建立的资源，因为我们相信这个品牌运动。在 makeway.world 上，我们突出展示了品牌空间中的很多正在进行的事情。我们深入挖掘并发现正在发生的事情。主页上有几个例子。

在 makeway.world 中，我们还创建了我们的统计中心。我们喜欢这个，因为任何人在任何时候都可以以此为依据，看看品牌空间到底发生了什么。

正如马丁早些时候说的，对每个人来说，真正发生的事情可能并不明显。但是有运动，对吧？每天有近 600 个授权品牌和大

约 11.5 万个域名的注册量，而且会越来越多。即使你可能看不到它，但它就在那里，而且正在发生。

我想给大家留下一些我们很自豪的东西。这是一个视频合集，有助于解释品牌，.BRAND 的旅程是什么样的，为什么它很重要。

[播放视频]

[音乐]

[掌声]

杰森·罗伊尔： 谢谢大家。

库尔特·普里茨： 很棒的视频。

安德鲁？

安德鲁·梅里亚姆： 我只是想提醒人们意识越来越强。我想很多人，他们一直在谈论如何在各自的垂直市场工作。对于我们来说，我们会参加很多不同类型的设计活动以及分层设计师和网页设计师等等。

我也认为，我们所有的注册管理机构、这个行业中的每个人、ICANN 本身都要非要感谢像 .CLUB 和 .XYZ 这样的多产营销人

员，因为在提高对新 TLD 的认识上，他们比任何人都做得更多。也许这是因为他们确实有通用的扩展名，但我认为它非常不可思议。

当我解释我在新域名工作时等等，我会有很多互动。有人会像 .CLUB 一样。这不是一次两次了。在我身上就发生了超过十次。

本着这种精神，我觉得 uasg.tech 也是一项 ICANN 服务，对吗？我正在看 ICANN 的前排。我认为这很好。这是一项出色的服务。这实际上正是在采用时直接指出的。我真的希望 ICANN 能够采取类似的行动来提高意识，因为当 ICANN 在年复一年的如此多的财务报告中引用了新 TLD 缺乏收入的观点，并作为削减成本或估算等的原因，当我们一直被告知提高意识不是 ICANN 的工作时，感觉这是不公平的。我认为我们确实有共同的利益。我们需要越来越多地谈论如何共同建立意识，而不是让科林 (Colin) 和丹尼尔 (Daniel) 为我们带路。

库尔特·普里茨：

我们确实想对 .CLUB 表示感谢，它就像一个团队，每年投入 100 万美元的一个人 gTLD 认知团队。

安德鲁·梅里亚姆：

他们可能只是与每一个曾经存在的注册服务机构会面，因此他们现在不在这个房间里。

库尔特·普里茨：

Domain Fest 中都是德国人。

但安德鲁，ICANN 是否开展了认知活动，或者说他们所做的是一个政策问题，而不是运营问题。你可以按照自下而上的原则处理这件事。

马丁，你有大约 30 秒时间，我们就要回家了。

马丁·萨顿：

还剩 26 张幻灯片？好的。有点可怕，不对，只有几个了。

未来这是什么样的？我们今天在这里听到了许多关于使用情况、按照这种方式激活的品牌的故事，鼓励其他人了解他们的启动计划并实施这些计划。所以我们可以期待有所发展。

他们想从互联网的根源控制这个空间并利用它，因为他们现在看到别人在这样做。

在大客户群方面，我们看到许多品牌注册管理机构获得授权，这意味着用户采用会更容易，并且可以提高整个互联网群体的普遍认知度。

随着这些组织中的技术人员了解支持其业务和未来战略的注册管理机构本身，我认为会发生什么呢？他们将探索使用 DNS 的不同方式，并以我们以前没见过的方式利用它。

所以未来，当申请轮次开放时，如果有相当比例的品牌、公司和组织希望申请 .BRAND，那么请不要感到惊讶。

作为 BRG，我们在最近的三、四次 ICANN 会议上定期举办了宣传活动。我们欢迎所有人来参加，以便了解正在发生的事情。我们浏览了一些趋势和分析以及一些单独的品牌故事。所以如果你想了解更多，我们在 3 月 15 日早上会举行一次会议。届时将介绍详细情况。请一起来，来找出解决办法并会见一些会员。

最后，就更多可用和新兴的资源而言，品牌注册管理机构团体本身拥有一个包含各种信息和资源的网站，可帮助那些已经部署或即将部署注册管理机构的人，并考虑那些正在思考在将来申请和运行 .BRAND 的人。所以请来看看。谢谢。

库尔特·普里茨：

谢谢马丁。

成功有许多不同的形式。我们通过与这些人以及我见过的所有其他注册管理机构交谈，发现他们确实专注于长期目标，而不是短期收益。

我也总是惊讶于每个人在这个环境中工作如此艰难。有时候，其中很多人我们都认识，因为我们在 ICANN 会议上看到很多相同的面孔。但是，对于很多注册管理机构来说，他们没有钱，或者说更重要的是参加 ICANN 会议的时间。我认识的每个人都在忙于推动他们的业务，试图为他们的客户服务，以便时刻做好准备迎接挑战。

所以我说完了，除非大家还有问题。我们还有一点时间。我知道有一个在线问题，我很乐意解答。

远程参与： 约翰·麦科马克 (John McCormac) 有一个问题：NeuStar 是否考虑过将此方法和关于整合品牌网站、子网站的专业知识推广给其他品牌 TLD 所有者，还是将其作为一种方法论轻松转移？

杰森·罗伊尔： 很好的问题。是的，当我们出去与客户交流时，我们会将我们的例子作为一种指引。所以我想直接回答是肯定的，我们正在积极与我们的客户交流，解释我们的工作方式以及秉持直接导航思维模式的目标。是的，我们会这样做。

艾伦·格林伯格
(ALAN GREENBERG): 我是艾伦·格林伯格。

库尔特·普里茨： 你好，艾伦。

艾伦·格林伯格： 针对吉和其他人的发言。获取域名与实际使用域名的人之间有很大的区别。在你发言的时候我查了一下，查找了

cv.s.pharmacy，它重定向到了 cvs.com，他们根本没有在他们的实际运营网站中使用它。

我只是想知道，这仍然是成功的吗？因为他们正在使用它？或者，我们是否要找到实际使用的人，正如 Neustar 所说的那样，在他们的运营网站中使用它，并且将它变成真正的品牌？

吉·莱文：

问得好，艾伦。谢谢。

是的，那绝对是目标。我们希望在整个董事会看到药房都使用 .PHARMACY 作为其主要域名。我们正朝着这个方向发展，但许多大公司还没有做好准备，将他们的所有营销材料和品牌转换到 .PHARMACY。但他们可以重定向，他们有 .PHARMACY 域名。它张贴在 safe.pharmacy 网站上。你可以通过在搜索窗口中输入这个网址来找到它。但是我们希望看到的是更直接的使用。

库尔特·普里茨：

我认为这当然是成功的，因为这意味着有人在他们的浏览器中输入 .PHARMACY 域名。对于相同的信息有一扇不同的门。更重要的是，这是另一种方式。你点击的是一个可靠的来源。因此，如果他们已经建立了门道并将其放在那里，那么人们就可以点击它，我看到重定向部分只是一小部分。

然后就吉所言，让 CVS 的船转向也是一个长期的事情。所以我想我们很多人都会这么想，我们会在两年内看到 .CVS 和 cvs.pharmacy 准备就绪，这真的需要公司花一些时间来做。

一号。

你好，乔治 (George)。

乔治·萨多夫斯基
(GEORGE SADOWSKY):

嗨，库尔特。

谢谢。乔治·萨多夫斯基。这个问题也指向 Neustar。

我们从第 2 级走到了第 1 级。同时，你叫它什么？网站更新。你不需要同时那样做，即使你已经做了。你可以转发所有内容，将所有内容重定向，然后进行刷新，要么反过来。

杰森·罗伊尔:

对的。

乔治·萨多夫斯基:

你希望有几百万个带有 neustar.bis 的 URL 在网络空间中流动。而且你无法控制所发生的事情。你希望人们在某个时候点击它们，因为他们想要访问你的网站。

有很多方法可以应对这种改变。它们对用户体验有不同的影响。你有什么选择？你决定做什么？它是如何工作的？你是对的吗？

杰森·罗伊尔：

哇哦，很好的问题。

这个观点很好。我们不需要同时进行所有事情。对我们而言只是时间的问题。我们正在处理网站更新，将其作为一个项目。并且知道我们已经有这个品牌的 URL 相当长一段时间了，但我们还没有真正使用它，虽然我们已经宣传了推进品牌运动的重要性，我们知道我们需要做些事情。我认为时间可以部分回答这个问题。

我们也有一个新人来接管我们的整个域名管理。正如我所说的，她和我们的所有高级领导一样，绝对赞同这一点。

我们总结了如何通过分析在网站更新中实施这种改变。我们只是决定这个直接导航概念是一种可行的方式，只是为了简化用户体验。

而且我认为我之前就提出了一些指标。我们在十二月就进行了转移。所以我们现在有几个月的时间来衡量。迄今为止，我们客户的所有反馈都非常积极。就像我说的，我们只是感觉这种方式会起作用。我们实际上对迄今已经证明的成功和指标非常满意。

海伦·麦当劳

(HELEN McDONALD):

大家好，我叫海伦·麦当劳，来自加拿大互联网注册管理机构协会。我对来自 .PHARMACY 之类的组织的人有一个问题。你们想要吸引其他国家的商业团体。但是，你们只是一家运营它的美国协会。

你们如何向其他国家的其他人保证它将成为一个平衡的行政机构，或者你们对 .PHARMACY 网站上做出的决定对每个人都是公平的？当你仍然被称为美国人时，你会如何处理这个问题？谢谢。

吉·莱文:

首先，我想指出 NABP 确实在加拿大的九个省份以及所有美国领土、澳大利亚和其他国家都有准成员。所以我们不纯粹以美国为中心。

但我们所做的是与其他国家的监管机构合作，确保来自这些国家的申请人符合该国所有适用的药房法律，并且他们正按照这些标准开展业务。

这样能否回答你的问题？

克雷格·施瓦兹:

我来说说 .BANK 的情况，因为全球公认机构，即全球保险协会联合会和国际银行业联合会认为，这些以美国为基础的交易是

有其成员或姐妹成员参与其中的，这是一个跨越整个世界的更广泛、更大的社群。由于这些现有的关系，才有信任。

库尔特·普里茨：

那人就是我。我会见了 -- 是斯威夫特吗？反正是欧洲的银行家，他们问了我 .BANK 的情况以及将何去何从。他们听说有人注册了它。我说这是金融服务圆桌会议。他们说，哦，我们认识那些家伙，好吧。

是的，我只想说一些关于这个问题的更多信息，因为在过去几周左右我了解到了许多有关吉的信息。

她正在这里工作，她的工作之一是要制止滥用职权，而最终目标是挽救生命，这是一个非常大的目标。因此，虽然我们想知道是否每次使用 gTLD 时都具有足够的全球性，但他们试图解决这些问题的能力有多大，也许首先在北美，但肯定是在全球范围内。所以我觉得很刺激。

无论如何，谢谢大家留到这么晚，也谢谢大家首先选择参加本次会议。我们都非常感激。感谢大家的辛苦工作。

[掌声]

感谢苏·舒勒 (Sue Shuler) 这几周对我们的耐心。

[会议记录结束]