Action Driver 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Action Driver は、YouTube 広告を活用して、
生活者の意思決定を後押しすることで行動を促すことに成功し、
ビジネス目標を達成したキャンペーンを表彰します

評価基準

キャンペーンで達成したアクションが分かる数値的結果
（例：ウェブサイト訪問、登録・購入や来店などの直接的なコンバージョン、ソーシャルシェア（シェア・いいね・コメント）、など）
これらの結果の裏付け数値として、
CPC、CTR、EVC、CPA、CPI、ROAS、ROI などを
ご提出ください。

※ エントリーに際しては、上記のような数値を用いて、具体的にどのような結果を出し、マーケティング目標達成に貢献したのかを明記いただく必要があります。
※ ファイナリストおよび受賞作品に選出された場合は、選出理由を公開する必要があるため、明示的にアクション獲得に貢献したということが分かる数値的結果（サイト訪問数、登録や購入、CPC、CTR、EVC、CPA、CPI など）を公開させて頂く予定です。予めご了承ください。

審査指針

Action Driver 部門
代表審査員
Uber Eats Japan 合同会社
代表 ゼネラル・マネージャー
中川 晋太郎

広告の最終的な目的は、商品やサービスを購入し、
できるだけ頻度高く購入・使用し続けてもらうこと。

情報が溢れ、コミュニケーションチャネルが複雑化するにつれて、
効率的にこの最終目的に至るのは、
より困難になっていると実感しています。

具体的にどのような行動を促したか
その行動を促すのがどれだけ困難か
どれだけのビジネス・社会へのインパクトがあったか
どれだけ効率良く広告を行動につなげられたか
に着目して審査させて頂きます。楽しみにしています！