Best Brand Lift 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Best Brand Lift は、
YouTube 広告を活用して、ブランドや
商品の認知・比較検討・検索数や
好意度などのブランドリフトに貢献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ブランドリフトを示す数値的結果
（例：ブランド・商品認知、比較検討、購入意向、検索数、
コーポレートイメージの向上など）
これらの結果の裏付け数値をどのように得られたかを明示してください。
例① YouTube の提供するツールや調査を使用して得られた数値的結果
例② 自社、広告会社または調査会社のリサーチを通して得られた
リフトに関する数値的結果

※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。
※選出理由を公開する必要があるため、明示的にブランドリフトに貢献したということが分かる数値的結果（認知度、検索数、好意度などの向上）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

Best Brand Lift 部門
代表審査員
KDDI 株式会社
コミュニケーションデザイン部 部長
合澤 智子

効果的なブランディング広告によって、
ブランド（商品やサービス / 企業）の認知度拡大や
将来的な売上の向上、
企業の持続的な成長につながるなど、
さまざまな影響を与えることができます。

✓ 生活者のココロを動かし、記憶に残すことができたか。
✓ 事前に生活者の行動を理解・想定し、寄り添えているか。
✓ YouTubeの特性を活かせているか。

という点に注目して、クリエイティブとターゲティングの両面で
評価させていただきます。