Best Sales Lift 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Best Sales Lift は、YouTube 広告を活用して、
オンライン・オフライン問わず
売上拡大というビジネス目標達成に貢献した
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売上への影響を示す数値的結果
（例：売上前年対比、達成した売上金額・個数、成長率、
マーケットシェア、購入者数、ROI、ROAS など）

※オンライン上で計測ができる直接的なコンバージョンに限らず、YouTube での施策がオフラインでの売り上げに明確に貢献したケースも含みます。
※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、明示的に売上に貢献したということが分かる数値的結果（売上前年対比や成長率など）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

Best Sales Lift 部門
代表審査員
アサヒビール株式会社
マーケティング本部長
梶浦 瑞穂

3 方良し

審査基準としては 1. 視聴者、2. クリエイター、3. 企業（広告主）という
3 つの構成要素全てがハッピーになっている事が重要だと考えています。

本部門の審査においては「売上・利益」という
ビジネス目標を達成することが重要なのは言うまでもありません。
その上で、そのクリエイティブが視聴者にとっては楽しく有意義な時間の
提供であること、そしてクリエイターがその製作と出稿を通じて
ベネフィットを得ている事も大切です。

広告出稿に関わる「3 方」の皆が幸せになるような、
クリエイティブアイディアを期待します。