Breakthrough Advertiser 部門定義 & 審査指針

部門の定義

**Breakthrough Advertiser は、
蓄積された実績がない中でも果敢に挑戦し、
2023 年に戦略的に YouTube 広告の活用を開始して、優れた
ビジネス目標を達成した企業、ブランドおよび団体を表彰します**

評価基準

**YouTube 広告を本格的に利用することになった理由と、
キャンペーンで達成した、マーケティング目標への貢献が分かる数値的結果
これらの結果を裏付ける数値として、実際に貢献した
マーケティング目標の内容（認知指標、売上貢献、ダイレクト
アクション、ソーシャルシェアなど）について、
数値的結果を提出してください。**

※審査対象となるキャンペーン例
・例①：YouTube 広告を 2023 年に初めて実施した
・例②：同一企業内ですでに YouTube 広告の活用実績があったが、
当該ブランドでは 2023 年から本格的に取り組んだ
・例③：過去に YouTube 広告の出稿実績があっても、YouTube 広告を戦略的に活用したキャンペーンを 2023 年に初めて実施した
※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、明示的にマーケティング目的を達成した数値的結果（認知指標、売上貢献など）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

**Breakthrough Advertiser 部門
代表審査員**
三井住友カード株式会社
専務執行役員 マーケティング本部長
佐々木 丈也

**企業やブランドが「Challenge」するに至った背景に、
どんな情熱的な理由や使命感があったのか**

**「Challenge」により、
ターゲットにどんな Positive な変化をもたらしたのか**

**「Challenge」により、
企業やブランドにどんな Positive な変化をもたらしたのか**

そんな果敢な「Challenge」作品に出会いたいと思います！