

Best Offline Sales Lift 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Best Offline Sales Lift は、
YouTube 広告を活用して、オフライン（店頭）での
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)

※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 Offline Sales Lift 部門
代表審査員
日清食品ホールディングス株式会社
執行役員 宣伝部長
米山 慎一郎

広告の目的、シンプルに突き詰めると「売る」ことなのだと思います。

態度変容を促す...そんなキレイごとではなく、
「人のココロを動かすのか」、という直感を大事に、
そして、その広告に、試したくなる、買いたくなる、
緻密な設計が盛り込まれているのか、という裏の顔を覗くべく
じっくりしっかり作品の審査にあたらせていただきたいと思います。

新しい手法、新しい見せ方、、、
私自身にも新しい発見があることを楽しみにしています。