YouTube Works

YouTube Works Awards Indonesia 2021
Panduan Pengisian

1. Penghargaan YouTube Works

Selama dekade terakhir, marketers telah mendefinisikan ulang cara mereka berkomunikasi dengan konsumen. Dari kisah yang menghangatkan hati hingga kisah yang menginspirasi dan beragam cerita yang ada di antaranya, kami telah melihat betapa menakjubkannya konten digital dapat diceritakan.

YouTube Works Awards adalah penghargaan periklanan untuk memilih dan mengapresiasi brand dan hasil karya untuk kampanye paling inovatif dan efektif menggunakan platform media YouTube.

Memenangkan Penghargaan YouTube Works akan diakui secara internasional untuk *best practice* dalam YouTube marketing di seluruh dunia, di luar brand dan Indonesia. Untuk setiap kategori, konten Studi Kasus yang dibuat tidak hanya mencakup konten entri penghargaan tetapi juga analisis faktor keberhasilan kampanye, yang dapat digunakan sebagai materi promosi untuk YouTube dan brand.

2. Jadwal pelaksanaan

Jadwal pelaksaan YouTube Works Awards 2021 adalah sebagai berikut:

Entri dimulai : 12 April 2021
Entri ditutup : 31 Mei 2021
Proses penjurian : Pada bulan Juni - Juli 2021
Awarding show : September 2021

* Jadwal di atas dapat berubah sewaktu-waktu dan akan diberitahukan sebelumnya jika jadwal berubah.
* Batas waktu pengiriman dapat diperpanjang tergantung pada status pengiriman.

3. Kualifikasi dan peraturan entri

Penghargaan YouTube Works 2021 gratis untuk diikuti, apa pun industri atau bidangnya, dan semua tim pemasaran, media, dan agensi kreatif yang menggunakan YouTube dipersilakan. Semua entri yang memenuhi kualifikasi dan peraturan di bawah ini akan diberi skor yang sama.

1) Kelayakan untuk Mengikuti Kontes

Kampanye yang sudah berjalan di YouTube mulai 1 Januari 2019 hingga 31 Mei 2021 (sebagian atau seluruhnya)

2) Peraturan dalam kontes

- Tidak mengandung atau menggunakan konten, materi, atau elemen apa pun yang ilegal atau melanggar atau bertentangan dengan hukum dan peraturan yang berlaku.
- Penghinaan, penghinaan, ancaman, pencemaran nama baik, tuduhan, fitnah, atau konten lain yang tidak pantas, seksual, cabul, cabul, atau diskriminatif yang dianggap Google dan Kantar bertentangan dengan semangat kontes dapat mengakibatkan diskualifikasi.
- Tidak boleh berisi konten, materi, atau elemen apa pun yang melanggar hak pihak ketiga.
- Ini harus ditulis oleh peserta.

4. Kategori penghargaan

Kategori entri untuk Penghargaan YouTube Works 2021 tercantum di bawah ini. Pilih salah satu kategori di bawah ini yang paling mewakili entri yang Anda kirimkan. Panel juri akan menilai entri yang dikirimkan dalam semua kategori yang tercantum di bawah ini. Selain itu, juri dapat menambahkan kategori untuk penghargaan khusus dan akan memilih Grand Prix dari semua entri. Jika ada lebih dari satu kategori yang ingin Anda kirimkan, Anda dapat memilih beberapa entri, dan tidak perlu mengirimkan entri duplikat untuk setiap kategori. Untuk penjelasan rinci tentang kategori dan contoh indeks kinerja utama (KPI) untuk setiap kategori yang akan dicatat dalam proses peninjauan, lihat yang berikut ini.

Kategori Penghargaan YouTube Works 2021 & KPI

Category	Marketing KPI examples	Media KPI example
Grand Prix Kampanye terbaik yang paling efektif memanfaatkan YouTube untuk mencapai performa bisnis terbaik merek di antara para pemenang menurut kategori. Pengajuan yang menang harus menunjukkan keunggulan di seluruh proses, mulai dari mengidentifikasi wawasan konsumen yang kritis dan membangun ide-ide kreatif, hingga melaksanakan kampanye melalui pembelian media yang efektif dan	• Awareness • Conversion • Brand Association • ROI	• Reach • Views • Viewthrough Rate -% Organic Views • Sales Impact/ ROI / Brand Lift Scores

pengiriman pesan yang kuat di semua aset dan format. Hasilnya harus diukur secara efektif melacak kesuksesan. Kami mencari kiriman dengan kinerja menyeluruh di semua aspek yang benar-benar dapat membuat tanda di pasar.		
Best YouTube Innovation Penghargaan ini untuk kampanye yang dilakukan di YouTube dan secara strategis dan inovatif sehingga menciptakan dampak yang optimal bagi brand	• Awareness • Conversion • Brand Association • ROI	• Reach (Views) • ViewthroughRate • % Organic • Views • Brand Lift Scores • New Formats, New Orchestration, Use of Unique Audience Targeting
Best Collaboration: Brand & YouTube Creators Penghargaan bagi strategi dan kreatif terbaik dengan kolaborasi antara merek dan Pembuat Konten YouTube yang pada akhirnya mendorong buzz sosial yang luar biasa dan menciptakan asosiasi brand yang positif. Baik kampanye organik dan berbayar memenuhi syarat untuk penghargaan ini.	• Awareness • Conversion • Brand Association • ROI	• Reach (Views) • Viewthrough Rate • % Organic • Views • Engagement Rate - %age/ no of seconds of creative ads watched • Engagement metrics (Comments, Shares, Likes)
Best Media Orchestration Penghargaan ini diberikan kepada kampanye yang paling menunjukkan perencanaan media yang brilian dan mendorong hasil bisnis dengan memetakan profil calon audiens, dan mencocokkannya dengan penempatan media strategis dan pembelian efektif	• Awareness • Conversion (Example: site visit, membership registration, purchase conversion, test drive or consultation	• Cost Per Action, Cost Per Lead, Cost Per Install, • Viewthrough Rate

yang membuat setiap iklan yang dibelanjakan benar-benar berharga.	application and participation in promotion, app • Brand Association • ROI/ROA • download, in-app action, etc.)	
The Unskippable Penghargaan ini diberikan kepada iklan dengan intro 5 detik paling menarik yang mencegah penonton mengklik tombol "lewati".	• Awareness • Conversion • Brand Associations	• VTR • Views
Best Storytelling Penghargaan untuk pahlawan dari dunia kreatif yang mendorong kampanye untuk sukses dengan seni mendongeng. Penghargaan ini bertujuan untuk mengakui karya berdurasi panjang (lebih dari 30 detik) yang menunjukkan pemahaman yang tajam dari penonton, dan kemampuan untuk menghidupkan cerita melalui copywriting yang luar biasa, arahan kreatif, dan produksi yang sempurna. Dengan demikian, karya kreatif harus membangkitkan dampak emosional yang dalam pada audiens dan memperkuat asosiasi merek yang positif dan hasil kampanye..	• Awareness • Conversion • Brand Associations • ROI	• Reach • Views • Viewthrough Rate • % Organic Views • VTR
Best Creative Personalization Penghargaan bagi kampanye yang paling memanfaatkan kekuatan data - wawasan dan eksekusi kreatif yang brilian untuk menayangkan iklan digital kontekstual atau dipersonalisasi yang mendorong dampak terukur untuk Merek	• Awareness • Conversion • Brand Association • ROI	• Clickthrough rate (CTR) • Cost-per-view (CPV) • Viewthrough Rate • % Organic Views • Reach

Best Creative Effectiveness Penghargaan bagi kampanye yang paling baik dalam mendemonstrasikan eksekusi kreatif yang brilian pada platform digital yang menghasilkan dampak yang terukur. (yaitu bagaimana penceritaan yang kreatif dan keefektifan kreatif mendorong hasil bisnis yang nyata.)	• Awareness • Conversion • Brand Association • ROI	• Clickthrough rate (CTR) • Cost-per-view (CPV) • Viewthrough Rate • % Organic Views • Reach
Force for Good Penghargaan bagi kampanye yang paling menunjukkan dampak nyata pada gerakan sosial yang lebih berarti dari pada intinya.	• Awareness • Conversion (Charity Registrations, Donations, etc.) • Brand Association	• Clickthrough rate (CTR) • Cost-per-view (CPV) • Viewthrough Rate • % Organic Views • Reach

Semua studi kasus yang diajukan harus menyediakan setidaknya 1 brand KPI dan 1 Media KPI agar memenuhi syarat untuk penjurian.

5. Petunjuk dalam pengisian formulir

Saat mengisi formulir aplikasi, silakan lihat panduan untuk setiap kategori yang ingin Anda kirimkan dan jelaskan secara rinci konten yang diperlukan untuk setiap pertanyaan. Untuk membuat proses penyaringan lebih adil dan obyektif, disarankan agar informasi tentang kampanye disediakan sebanyak dan sekaya mungkin.

1) Yang perlu diperhatikan saat mengisi formulir aplikasi

- Jika ada lebih dari satu kategori untuk diserahkan, beberapa pilihan dimungkinkan. Meskipun beberapa kategori dipilih, aplikasi entri hanya diselesaikan satu kali.
- Semua isi formulir aplikasi harus berdasarkan fakta. Jika ditemukan bahwa informasi palsu disertakan dalam formulir aplikasi, Anda akan didiskualifikasi.

- Untuk memfasilitasi proses penyaringan, saat mengisi formulir aplikasi, harap ikuti jumlah karakter dan ejaan minimum / maksimum yang diperlukan untuk setiap pertanyaan.

2) Cara mengisi formulir aplikasi

- Harap sertakan setidaknya satu KPI untuk kategori yang ingin Anda kirimkan. Semakin baik hubungan antara kampanye dan kategori entri menjadi jelas melalui kinerja KPI.
- Jelaskan hubungan kausal organik antara item individual, seperti tujuan kampanye, KPI, ide kreatif, strategi kampanye, fitur utama YouTube yang digunakan dalam kampanye, dan hasil kampanye.
- Saat menjelaskan kinerja kampanye, harap sertakan angka yang objektif dan spesifik. Misalnya, angka tertentu yang menunjukkan perubahan dalam metrik merek sebelum dan sesudah kampanye dapat sangat membantu juri untuk memahami kinerja kampanye.

> Contoh: Pencapaian kinerja konversi target dan dioperasikan dengan BPA yang efisien.
> Ini mencatat lebih dari 10.000 peserta acara, yang merupakan 166% dari jumlah target konversi. CPA mencapai 63% kampanye terendah hingga saat ini.

- Jika memungkinkan, sebutkan juga sumber data yang ditunjukkan pada formulir entri. Sumber yang jelas dan penjelasan rinci tentang data yang mendukung kinerja kampanye meningkatkan kredibilitas aplikasi.

6. Panduan pengiriman materi kreatif dan tambahan

1) Pengiriman materi iklan (wajib)

Saat mengikuti kontes ini, Anda harus mengirimkan video kreatif dari kampanye. Materi iklan kreatif dikirimkan dalam bentuk tautan YouTube, dan tidak ada batasan jumlah tautan YouTube yang dapat dikirimkan, tetapi jika beberapa tautan dikirimkan, materi iklan yang harus ditinjau secara intensif selama proses penjurian harus disebutkan di aplikasi pengajuan. Jika tidak ditentukan dalam formulir aplikasi, Sekretariat Kantar akan secara acak memilih dan menilai materi iklan utama kampanye.

2) Kirimkan data tambahan (opsional)

Selain materi kreatif kampanye, peserta pameran dapat mengajukan file materi referensi tambahan untuk diberikan kepada juri. Untuk bahan tambahan, silakan gunakan tautan Google Drive untuk mengirimkan slide PowerPoint hingga 5 halaman dalam format file PDF. Kegagalan untuk mematuhi format dan ukuran file tidak akan diterima sebagai materi tambahan.

Saat mengirimkan data tambahan, harap periksa hak akses Google Drive Anda terlebih dahulu. Jika Sekretariat Kantar tidak dapat mengakses file materi saat mereview aplikasi, materi tersebut akan dikeluarkan dari proses review tanpa menghubungi kami.

7. Panduan untuk proses penyaringan

1) Tahap screening

Pre-document screening Semua entri ditinjau terlebih dahulu oleh Sekretariat Kantar untuk formulir entri dan kepatuhan dengan peraturan entri.
Screening awal Panel juri yang terdiri dari pakar industri mengevaluasi entri yang lulus tinjauan dokumen pertama dan memilih entri akhir untuk penjurian.
Final screening Grand Jury mewakili pakar industri berdiskusi secara mendalam untuk memilih pemenang akhir berdasarkan kategori

* Entri penyaringan akhir dapat ditinjau lebih lanjut melalui data internal YouTube.
* Untuk memastikan keadilan dan objektivitas dalam proses review, Sekretariat Kantar mengalokasikan kiriman untuk dinilai dengan mempertimbangkan kepentingan antara masing-masing juri dan setiap pengajuan. Kami akan memandu Anda untuk menarik diri dari penilaian entri individu yang konflik atau konflik itu.

2) Penghargaan

Dalam penjurian akhir, pemenang setiap kategori dipilih berdasarkan skor juri, dan penghargaan Grand Prix diberikan kepada karya terbaik di antara para pemenang. Selain itu, juri bisa menambah kategori untuk penghargaan khusus.

Grand Prix

Penghargaan ini diberikan kepada karya terbaik yang kami yakini telah menggunakan YouTube secara paling efektif untuk mencapai hasil bisnis merek yang terbaik. Diberikan untuk karya yang kreatif, inovatif dan yang terpenting, membuktikan hasil bisnis berdasarkan data yang akurat.

3) Kriteria Penjurian

Juri mengevaluasi entri sesuai dengan kriteria berikut.

Evaluasi Kreatif	- **Apakah maksud dan ide perencanaan Anda diekspresikan dengan baik dalam materi iklan?** - **Apakah format kreatif tercermin dengan baik dalam karakteristik media YouTube?**
Evaluasi Media	- **Seberapa strategis Anda menggunakan YouTube sebagai media untuk mencapai tujuan merek Anda secara efektif?**
Evaluasi kinerja kampanye	**Seberapa baik Anda menggunakan YouTube dalam kampanye untuk mencapai kinerja aktual terhadap sasaran Anda? (Apakah Anda telah menggunakan YouTube secara efektif untuk membantu YouTube mencapai perannya dalam kampanye?)**
Evaluasi kinerja bisnis	- **Menurut Anda, bagaimana kinerja kampanye memiliki pengaruh yang signifikan pada sasaran bisnis merek? (Perubahan posisi merek dalam kategori, dll.)** - **Gunakan data yang diindeks penjualan internal Merek atau skor peningkatan merek**

8. Kirimkan formulir aplikasi

Pengiriman YouTube Works 2021 dapat dilakukan secara online. Jika Anda ingin berpartisipasi, silakan akses situs web YouTube Works yt.be/works/id , tinjau syarat dan ketentuannya, dan isi formulir aplikasi.

Untuk pertanyaan lebih lanjut, silakan hubungi ytworks-Indonesia@google.com

Terima kasih atas partisipasi Anda dan mengirimkan karya terbaik Anda pada Indonesia YouTube Works Awards 2021.