

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

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
日本コカ・コーラ株式会社
最高マーケティング責任者
和佐 高志

ブランドや商品と生活者が実際に対峙する店頭やオンラインストアでの体験の前に、生活者の頭の中のショッピングカートに自社の商品・ブランドを入れてもらうことは非常に重要です。

この Zero Moment Of Truth の段階で、
いかに戦略的にブランドの顧客の目に止まり、
記憶に残すことができたのか。
興味を持って自ら調べて検討したり、
ブランドや商品を「好き」になってもらえたか。
生活者のインサイトを的確に捉えた上で、
YouTube の特性を活かした挑戦的な施策であったか。
という点に着目して評価をします。