

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

評価基準

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
株式会社 博報堂
クリエイティブディレクター
石下 佳奈子

一度見たら忘れられないような、
あざやかなアイデアや視点があるもの。

そのブランドの財産を、
強化あるいは進化させているもの。

生み出す人たちの、
とてつもない熱量があるもの。

できるだけ多くの「いいところ」を見つけたい。
そんな思いで、審査員の皆さんと議論したいと思います。