

Best Direct Conversion 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Best Direct Conversion は、
YouTube 広告を活用して、
生活者の意思決定を後押することで行動を促すことに成功し、
ビジネス目標を達成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アクションが分かる数値的結果
(例：ウェブサイト訪問、登録・購入などの直接的なコンバージョン、
ソーシャルシェア (シェア・いいね・コメント)、など)
これらの結果の裏付け数値として、
CPC、CTR、EVC、CPA、CPI、ROAS、ROI などをご提出ください。

※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、明示的にアクション獲得に貢献したということが分かる数値的結果 (サイト訪問数、登録や購入、CPC、CTR、EVC、CPA、CPI 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 Direct Conversion 部門
代表審査員
株式会社ビズリーチ
執行役員 CSMO
枝廣 憲

様々なメディアが存在し、
情報が溢れかえる現代における
新たな動画広告活用事例としての有用性や先進性を
重要視したいと思います。

- 単純な事業 KPI 指標や ROI/ROAS 指標だけでなく
- どのような問題にアプローチするために、どんな課題を設定したのか
 - 他のメディアとの比較優位や掛け合わせた上での KPI
 - ならでの工夫や努力
 - 定量面だけでは測りきれない定性評価や社会的インパクトを審査方針の対象とさせていただきたいと思っています。