

Best Sales Lift 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Best Sales Lift は、YouTube 広告を活用して、
オンライン・オフライン問わず
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

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)

- ※オンライン上で計測ができる直接的なコンバージョンに限らず、YouTube での施策がオフラインでの売りに明確に貢献したケースも含まれます。
- ※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 Sales Lift 部門
代表審査員
株式会社セブン-イレブン・ジャパン
総括マネジャー
杉浦 克樹

生活者の興味関心、購買シーンが多様化した今、
生活者ひとりひとりのインサイトに真に寄り添った広告こそが、
最終的な目標である売上にも大きく貢献する。
そんなことを、日々の業務を通じて痛切に感じています。
一度使ってもらって終わり、買ってもらって終わり、ではなく、
長期にわたって使い続けてくれる、買い続けてくれる。
そんな素晴らしい関係を顧客と築くには、
核心をついた形でインサイトを切り取るしかありません。

生活者インサイトへの深い理解、それを的確に捉えて実際に
店頭やデジタルで購買を促したアイデア、
そして結果としてのビジネス成果に着目し審査させて頂きます。