

Creative Effectiveness 部門定義 & 審査指針

部門の定義

Creative Effectiveness は、YouTube 広告を活用して、
多様化する生活者インサイトを的確にとらえ、
視聴者の共感や議論を生み出すことによって
ビジネス目標を達成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、動画広告の再生回数のみならず、
視聴者の共感や議論を生み出したり、
広く拡散され話題になったことが分かる数値的結果
(例: YouTube での高評価・コメント数、ソーシャルシェア
(シェア・いいね・コメント)、
二次創作、外部メディアでのトレンドランキング、
その他ランキングなど)

※エントリーに際しては、クリエイティブ開発において工夫したポイント、その結果としてどのように
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
に話題になったということが分かる数値的結果(コメント数、シェア数、トレンドランキングなど)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



Creative Effectiveness 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
小島 翔太

ビジネス成果を知らない状態で見てもシンプルに面白く、
そしてビジネス成果を見て納得したり
もう一度驚かされるような、
クリエイティビティ溢れる広告を評価したいと思います。

YouTube という唯一無二の動画サービスだからこそ
生まれる多様なアイデアを楽しみにしています。