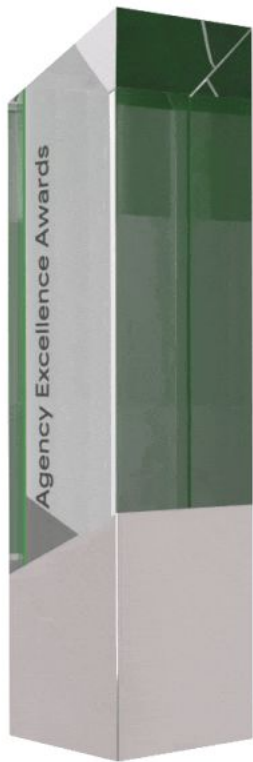




応募



ハンドブック

AGENCY
EXCELLENCE
AWARDS
2024

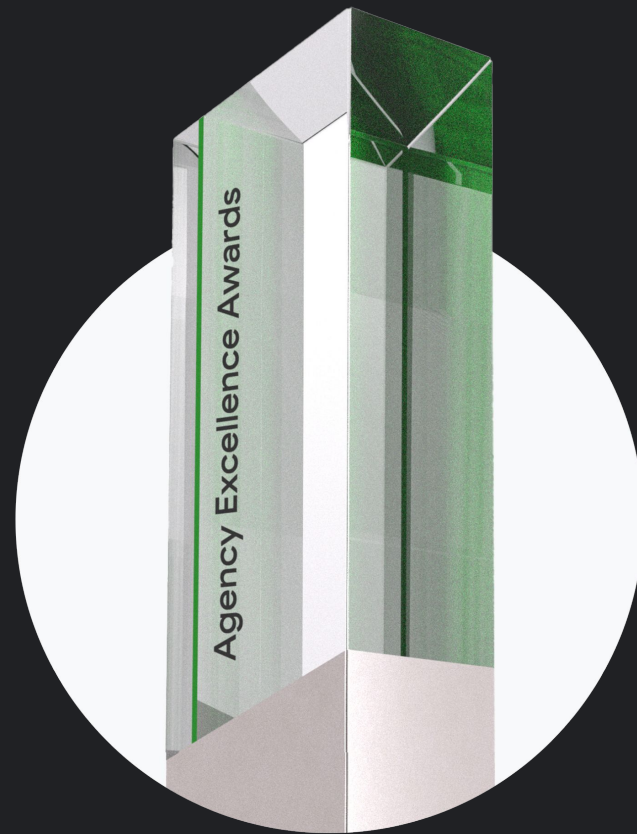
日本

目次

- 01. 概要
- 02. 応募の流れ
- 03. 応募フォームへの効果的な入力方法
- 04. よくある質問

01

概要



主なスケジュール

6 月

4



応募開始

応募受付は 2024 年 6 月
4 日からです。

7 月

12



応募期限

2024 年 7 月 12 日までに
ご応募ください。

9 月

2024



ファイナリスト発表

ファイナリストにはご連絡を
差し上げるとともに、
ウェブサイトでも発表します。

Q4

2024



受賞者発表

受賞者が発表されます。

Google の広告 ソリューションを 活用して達成した 優れた実績を表彰



このハンドブックでは、**2024 Agency Excellence Awards** に関する全般的な情報をご案内します。
各部門や応募手続きなどに関する情報をすべてご確認いただけます。

部門

2024 Agency Excellence Awards は、Google の広告ソリューションを活用して優れた成果を上げた世界中の代理店を表彰するものです。皆様の成功事例とクライアントにもたらした成果が認められ、業界において価値ある評価を得られるチャンスです。

表彰プログラムの部門には、「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」(旧「ブランド認知度」)、「グローバル成長」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「メディア統合」、「オンライン販売」、「検索の革新」、「優れた職場環境」があります。



アプリ成長



クリエイティブ活用



グローバル成長



見込み顧客の発掘



測定ソリューション



メディア統合



オンライン販売



検索の革新



優れた職場環境

応募のメリット

受賞すると、右に示すような各種特典を獲得できます。



アワード

受賞者とファイナリストは表彰され、クライアントと強固なパートナーシップを構築した功績を称えてトロフィーが授与されます。



事例紹介での特集

Google は各受賞者からの情報に基づき、クライアントに対する受賞者の優れた取り組みを特集した事例紹介を作成します。



継続的なピックアップ

本年を通じて、別のマーケティングの機会で貴社をご紹介させていただく可能性もあります。

2024 年のアワード 評価基準

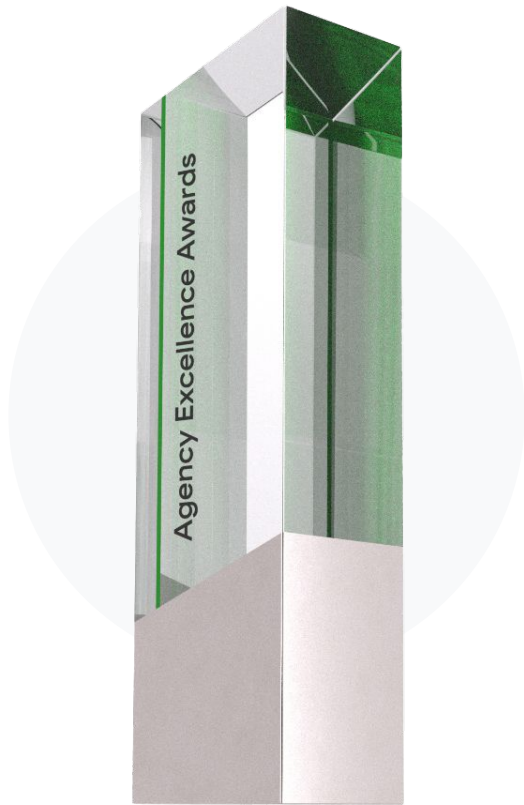
応募代理店の評価は、Google の分析担当者が以下を念頭に置いて定義したパフォーマンス指標に基づいて行われます。

成果全般 – 戦略的かつ拡張可能な方法でクライアントのビジネス成果をどの程度推進したか。

Google の AI を活用した広告ソリューション – Google の AI ソリューションを使用して、キャンペーンの最適化と成長の促進をどの程度推進したか。

プロダクトの重視 – Google の広告ソリューションを使用してクライアントの成長を広範囲で促進した際の有効性。

キャンペーンの測定 – 効果的なプライバシー実装の測定基準に沿って、一貫したパフォーマンスと戦略的な成長をどの程度推進したか。



各部門に対する新しいアプローチの影響

今年の参加者の評価は、Google のエキスパート分析システム内のパフォーマンス指標に基づいて行われます。

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門については、各参加者のアカウントを審査してパフォーマンスの数値と成功指標を確認し、ベンチマークを設定します。パフォーマンスが上位の参加者はファイナリストとして発表されます。

「検索の革新」と「メディア統合」の各部門については、Google 社内の責任者と専門家から構成される審査委員会と連携し、すべての応募内容を審査します。上位の参加者はファイナリストとして発表されます。

「グローバル成長」部門については、各参加者のアカウントを審査してパフォーマンスの数値を確認し、ベンチマークを設定します。そのうえで、パフォーマンスが上位の代理店の成功指標とそのクライアントの事例紹介に基づいてファイナリストを決定します。

「優れた職場環境」部門については、独立した第三者機関として Accenture と提携し、すべての応募内容を審査します。同社の幅広い専門知識と業界に関する知識を活かし、バランスの取れた評価を行います。

2024 Agency Excellence Awards の種類

ファイナリスト

ファイナリストは **2024 年 9 月**に発表されます。

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」のファイナリストに選ばれた代理店は、ファイナリストの発表後に事例紹介を提出していただく必要があります。

少なくとも 1 つの部門でファイナリストに選ばれた代理店は、簡単なフォームに必要事項を記入して、2～3 週間以内に提出していただく必要があります。提出された情報は、表彰プログラムで紹介するためのものであり、評価プロセスで使用されることはありません。事例紹介で取り上げられているクライアントはすべて、承諾書を提出する必要があります。

[事例紹介の作成方法](#)と[クライアントの承諾書の提出方法](#)の詳細をご確認ください。

受賞者

受賞者は **2024 年の第 4 四半期**に発表され、受賞者にはメールで通知します。それ以降は、必要な手続きについて受賞者に適宜ご連絡します。

ブレイクスルーエクセレンス賞

他の部門と同じ [評価基準](#)に基づいて、各部門での改善率が最も大きかった代理店を選出します。このアワードは各部門で 1 社に授与されます。

[評価基準について詳しくはこちら](#)

ブレイクスルーエクセレンス賞

ブレイクスルーエクセレンス賞は、
各部門での改善率が最も大きかった代理店に授与されます。
このアワードは各部門で1社に授与されます。



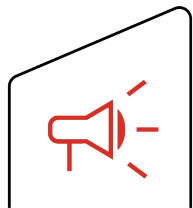
アプリ成長

ユーザーがアプリに費やす時間が増加するなか、成功を収めることができるのは、ブランドと顧客の間に直接的な関係を構築する新たな機会を手に入れたマーケティング担当者です。アプリはユーザーに独自の価値を提供して、購入体験を向上できます。

Web to App Connect などのツールを使用することで、すでにアプリをインストールしている顧客が広告をクリックした後に、その顧客に対して最も関連性の高いアプリ内コンテンツを表示できます。

クライアントのモバイルアプリのダウンロード数を増やし、
広告費用対効果を高め、ビジネスを拡大させるために、
Google の広告ソリューションをどのように活用していますか？

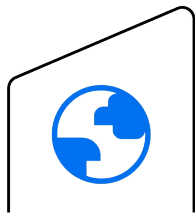
01. 概要



クリエイティブ活用

現代の顧客にとって、購入に至るまでの経路は直線的なものではなくなっているため、ブランドはさまざまなタッチポイントでユーザーにアプローチする必要があります。複数のプレースメントと複数のバージョンのクリエイティブアセットを用意することで、ブランドの認知度を高め、収益を増やすことができます。現在 Google の主要パートナーは、幅広いチャンネルやフォーマットを組み合わせ、対象を絞った関連性の高いコンテンツ（特に動画コンテンツ）を作成し、認知度を向上させています。

デマンドジェネレーションキャンペーンと動画リーチキャンペーンを戦略的に実施して重要なタイミングでターゲットオーディエンスにリーチするために、どのような方法をとっていますか？



グローバル成長

世界はコネクテッドエコノミーとなり、より多くの企業がネット上でグローバルリーチを拡大しています。ブランド各社は、AI の活用やキャンペーン指標の強化など、新しい戦略やツールを活用して世界規模の目標実現に取り組んでいます。国外のクライアントと戦略的および戦術的なレベルで仕事をする際には、多くの課題があります。

クライアントによる新規市場への進出と持続可能なグローバル成長を支援するために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

01. 概要



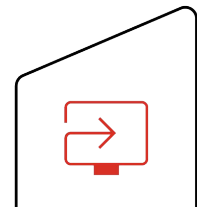
見込み顧客の 発掘

他者との関わり方はこの数年間で急速に進化しており、顧客と企業の日々の関わり方もその例外ではありません。このように絶え間なく進化する現実を背景に、見込み顧客の発掘に取り組むマーケティング担当者は、これまで以上にオンラインでの顧客とのつながりを重視しています。

リアルタイムでパフォーマンスを最適化し、割り当てた予算からより多くのコンバージョンと価値を得たいと考えている企業は、P-MAX と部分一致を利用することで、以前は考慮していなかった可能性のある検索語句やオーディエンスから新しい機会を発見して、広告の成果を高めることができます。

クライアントによる質の高い見込み顧客の発掘と、新たなビジネスチャンスの大規模な創出を支援するために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

01. 概要



メディア 統合

コネクテッドテレビ (CTV) の登場により視聴エクスペリエンスが変革を遂げた結果、地上波Vの視聴率が次第に低下し、デジタルストリーミングプラットフォームに移行する流れが強まっています。代理店は、ビジネスとブランドを前進させるために、オーディエンスターゲティングを導入して、ストーリーテリングを進化させ、テクノロジーと創造性を統合する新たな方法を見出さなければなりません。この流れをマーケティング戦略に組み込むことができる代理店は、ネット接続が当たり前となった、デジタル化が進む世界において成功を収めることができます。

世界レベルの動画キャンペーンを実施し、認知度を高め、消費者の行動を促すために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

重要なタイミングでターゲットオーディエンスにリーチするために、動画アセットとキャンペーンをどのように活用しましたか？

01. 概要



測定ソリューション

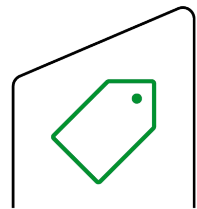
ユーザーが複数のデバイスを切り替え、特定のブランドに対するロイヤリティが低下して広告を表示しにくくなっている状況では、ユーザーとの強いつながりを維持することが大きな競争優位性になります。

持続可能な測定ソリューションとオーディエンスソリューションを採用することで、ユーザーの同意を得て収集した高品質なファーストパーティデータによりユーザーとの関係を強化し、信頼を得ることができます。また、今すぐに投資すれば、ビジネスのパフォーマンスを長期的に向上させるための、データソリューションと測定ソリューションの強固な土台を築くことができます。

モバイルへの移行後、ビジネスにもたらされた最大の変化と機会はいずれもAIですが、AIを活用するにはデータと専門知識が必要です。

この機会を活かすには、測定およびオーディエンス戦略を適切に策定する必要があります。ファーストパーティデータと測定の強固な基盤を構築するために、持続可能でプライバシー最優先のソリューションをどのように実装していますか？

01. 概要

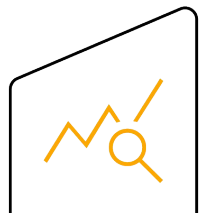


オンライン 販売

ユーザーは検索、動画、ウェブサイト、その他のプラットフォームをシームレスに移動しているため、購入に至るまでの経路は直線的なものではなくなっています。こうした変化から、ブランドが重要なタイミングで買い物客にリーチするためにGoogle の広告ソリューションを活用できる機会が増加しています。

リアルタイムでパフォーマンスを最適化し、e コマース キャンペーンでより多くの成功を収めたいと考えている企業は、P-MAX などのソリューションと部分一致を利用することで、キャンペーンの目標に基づく新しい機会を発見して、広告の成果を高めることができます。

オンライン販売を促進し、クライアントが重要なタイミングで最も重要な顧客にリーチできるように、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？



検索の革新

現代のユーザーはデバイス間を頻繁に移動し、特定のブランドに対するロイヤリティが低下しているため、その購入プロセス全体でユーザーにリーチし、行動喚起につながるようなデジタル マーケティングソリューションを実装することが不可欠です。需要の取り込み、コンバージョンの促進、リーチの最大化など、目的が何であっても、検索広告60、キャンペーンマネージャー 360、価値に基づく入札などのソリューションにより顧客エンゲージメントを促進し、重要なタイミングでより関連性の高いエクスペリエンスを提供できます。

検索プロセス全体でユーザーとつながる方法を把握している代理店が理想的です。検索中の顧客にアプローチするために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

01. 概要



優れた 職場環境

デジタルメディアバイヤーなどのより戦術的なマーケティング担当者、マーケティングディレクター、CMO など、あらゆる規模の企業のあらゆるレベルの担当者が、企業風土を介して影響力を発揮できます。この部門は、最高水準の企業風土、革新性、リーダーシップを通じて、貴社がビジネスとクライアントの成果の大幅な向上をどのように促しているかに基づいて評価されます。

主要な企業理念を掲げ、以下の3つの主要なビジネス領域で活用している代理店が理想的です。

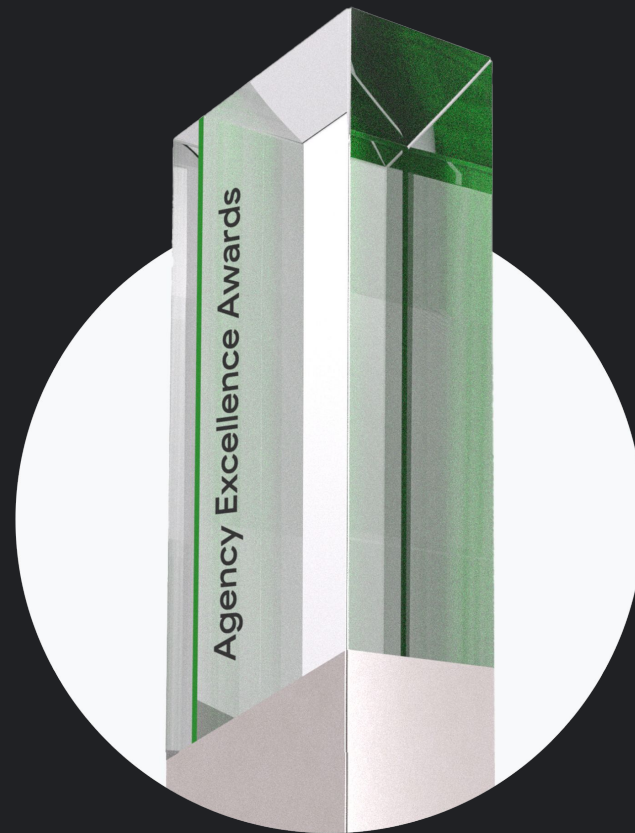
人材: ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョンの企業風土を創造して推進できる人材を育成していますか？

革新性: 貴社の革新性と成長の戦略に対して、リーダーシップはどのような影響を及ぼしていますか？

クライアントの成功 貴社とクライアントに関して、企業風土はどのようにその成長を促進し、新たな機会をもたらしていますか？

02

応募の流れ



02. 応募の流れ

応募方法

「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」の各部門

応募できるのは、有効なGoogle 広告クライアントセンターID (MCC ID)を保有する、現在セールスサポートを受けている代理店です。

クライアントセンターID

このID は一意の識別子として使用され、お申し込み手続きを開始するために必要です。

クライアントセンターIDを確認するには、Google 広告アカウントにログインして右上にあるヘルプアイコンを選択し、メニューの下部にある[お客様ID](#)を選択します。

01. クライアントセンターIDを使用して登録します。
02. [Agency Excellence Awards ウェブサイト](#)にアクセスし、クライアントセンターIDを使用してアカウントにログインします。
03. [利用規約](#)を読み、同意します。
04. 企業情報と連絡先情報を入力します。
地域、マーケット、会社名、会社のロゴ、仕事用メールアドレスを入力してください。
05. 応募する部門を選び、質問に答えます。
06. クライアントの事例紹介に関する質問と承諾書を提出します*。
最も成功したと思うクライアントの成功事例を選択してください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

* クライアントの成功事例とクライアントの承諾書は、「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」のすべての部門で必要です。
07. 入力した情報と回答を確認します。
すべての連絡先情報と回答をよく確認し、記入漏れがないか確かめたうえで応募フォームを送信してください。応募フォームの内容は2024年7月12日まで編集できます。
08. 応募フォームを送信します。

02. 応募の流れ

応募方法

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、
「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、
「オンライン販売」の各部門

応募できるのは、有効なGoogle 広告クライアント
センターID (MCC ID)を保有する、現在セールス
サポートを受けている代理店です。

クライアントセンターID

このID は一意の識別子として使用され、お申し込み手続き
を開始するために必要です。

クライアントセンターIDを確認するには、Google 広告ア
カウントにログインして右上にあるヘルプア
イコンを選択し、メニューの下部にある[お客様ID]を選択
します。

01. クライアント センター ID を使用して登録します。
02. [Agency Excellence Awards ウェブサイト](#)にアクセスし、クライアント センター ID を
使用してアカウントにログインします。
03. [利用規約](#)を読み、同意します。
04. 企業情報と連絡先情報を入力します。
地域、マーケット、会社名、会社のロゴ、仕事用メールアドレスを入力してください。
05. 応募する部門を選び、質問に答えます。
06. 入力した情報と回答を確認します。
すべての連絡先情報と回答をよく確認し、記入漏れがないか確かめたうえで応募フォームを送信
してください。応募フォームの内容は 2024 年 7 月 12 日まで編集できます。
07. 応募フォームを送信します。
08. ファイナリストに選ばれた場合 ...

クライアントの事例紹介に関する質問と承諾書を提出します *。
最も成功したと思うクライアントの事例を選びます。戦略、手法、ツール、指標に焦点を
当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

* クライアントの事例紹介と承諾書は、「アプリ成長」「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、
「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門のすべてのファイナリストが提出する必要があります。

02. 応募の流れ

応募方法

「優れた職場環境」部門

応募できるのは、有効なGoogle 広告クライアントセンターID(MCC ID)を保有する、現在セールスサポートを受けている代理店です。

クライアントセンターID

このID は一意の識別子として使用され、お申し込み手続きを開始するために必要です。

クライアントセンターIDを確認するには、Google 広告アカウントにログインして右上にあるヘルプアイコンを選択し、メニューの下部にある[お客様ID]を選択します。

01. クライアントセンターIDを使用して登録します。
02. [Agency Excellence Awards ウェブサイト](#)にアクセスし、クライアントセンターIDを使用してアカウントにログインします。
03. [利用規約](#)を読み、同意します。
04. 企業情報と連絡先情報を入力します。
地域、マーケット、会社名、会社のロゴ、仕事用メールアドレスを入力してください。
05. 応募する部門を選び、質問に答えます。
06. 入力した情報と回答を確認します。
すべての連絡先情報と回答をよく確認し、記入漏れがないか確かめたうえで応募フォームを送信してください。応募フォームの内容は2024年7月12日まで変更できます。
07. 応募フォームを送信します。

02. 応募の流れ



プロセスは部門によって異なります

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門のプロセス



フェーズ 1

06/04

応募受付期間の開始

07/12

応募受付期間の終了

2024 年 6 月 4 日

応募受付期間の開始

Google 広告クライアントセンターID、代理店の詳細情報、代理店の代表者、簡潔な紹介文、応募するアワードの部門をお知らせください。

2024 年 7 月 12 日

応募受付期間の終了

期限を過ぎた応募フォームは受け付けの対象外となりますのでご注意ください。審査は、前述した評価の原則に基づいて開始されます。

審査の仕組みについては[こちら](#)をご覧ください。

2024 年 9 月

ファイナリストの選出

表彰プロセスで先に進むことが決定した代理店にご連絡します。「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」のファイナリストに選ばれた代理店は、ファイナリストの発表後に事例紹介を提出していただく必要があります。



フェーズ 2

2024 年 9 月

ファイナリストの発表

2024 年 9 月

ファイナリスト発表

少なくとも1つの部門でファイナリストに選ばれた代理店は、事例紹介に関するいくつかの質問への回答を2〜3週間以内に提出していただく必要があります。

提出された情報は、表彰プログラムで紹介するためのものであり、評価プロセスで使用されることはありません。

事例紹介で取り上げられているクライアントはすべて、承諾書を提出する必要があります。

審査の仕組みについては[こちら](#)をご覧ください。

事例紹介の作成方法とクライアントの承諾書の提出方法の詳細をご確認ください。

02. 応募の流れ

 プロセスは部門によって異なります

「優れた職場環境」部門のプロセス

2024 年 6 月 4 日

応募受付期間の開始

クライアントセンターID、代理店の詳細情報、代理店の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答してください。

注: 事例紹介とクライアントの承諾書は「優れた職場環境」部門では不要で、審査は部門別の質問に基づいて行われます。

2024 年 7 月 12 日

応募受付期間の終了

期限を過ぎた応募フォームは受け付けの対象外となりますのでご注意ください。「優れた職場環境」への応募はAccenture が審査し、表彰プログラムの次のフェーズに進む応募者を決定します。

2024 年 9 月

ファイナリストの選出

少なくとも1つの部門でファイナリストに選ばれた代理店は、簡単なフォームに必要事項を記入して、2〜3週間以内に提出していただく必要があります。提出された情報は、表彰プログラムで紹介するためのものであり、評価プロセスで使用されることはありません。

審査の仕組みについては [こちら](#)をご覧ください。

02. 応募の流れ

 プロセスは部門によって異なります

「グローバル成長」部門のプロセス

2024 年 6 月 4 日

応募受付期間の開始

クライアントセンターID(応募確認に使用します)、代理店の詳細情報、代理店の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答し、事例紹介と対応する承諾書を準備してください。

2024 年 7 月 12 日

応募受付期間の終了

期限を過ぎた応募フォームは受け付けの対象外となりますのでご注意ください。

審査の仕組みについては、[こちら](#)をご覧ください。

2024 年 9 月

ファイナリスト発表

少なくとも1つの部門でファイナリストに選ばれた代理店は、簡単なフォームに必要事項を記入して、2〜3週間以内に提出していただく必要があります。提出された情報は、表彰プログラムで紹介するためのものであり、評価プロセスで使用されることはありません。

審査の仕組みについては、[こちら](#)をご覧ください。

事例紹介の作成方法とクライアントの承諾書の提出方法の詳細をご確認ください。

02. 応募の流れ



プロセスは部門によって異なります

「メディア統合」と「検索の革新」の各部門のプロセス

2024 年 6 月 4 日

応募受付期間の開始

クライアントセンターID、代理店の詳細情報、代理店の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答し、事例紹介と対応する承諾書を準備してください。

注: 「メディア統合」と「検索の革新」の各部門への応募は、部門別の質問と事例紹介のみに基づいて評価されます。

2024 年 7 月 12 日

応募受付期間の終了

期限を過ぎた応募フォームは受け付けの対象外となりますのでご注意ください。Google の責任者と専門家が応募内容を審査し、表彰プログラムの次のフェーズに進む応募者を決定します。

審査の仕組みについては [こちら](#) をご覧ください。

2024 年 9 月

ファイナリスト発表

少なくとも1つの部門でファイナリストに選ばれた代理店は、簡単なフォームに必要事項を記入して、2〜3 週間以内に提出していただく必要があります。提出された情報は、表彰プログラムで紹介するためのものであり、評価プロセスで使用されることはありません。

審査の仕組みについては [こちら](#) をご覧ください。

事例紹介の作成方法とクライアントの承諾書の提出方法の詳細をご確認ください。

02. 応募の流れ

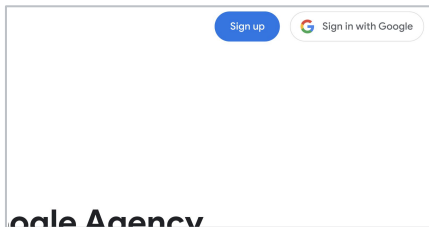
部門を入力する

具体的な応募方法

ログインする

[Agency Excellence Awards ウェブサイト](#)にアクセスし、ページ上部の [登録] を選択して登録するか、[Google でログイン] を選択します。

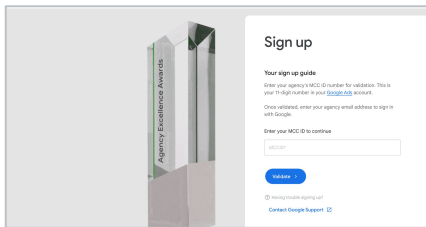
- クライアント センター ID は一意の識別子として使用され、応募の際に必要となります。



アカウントを設定する

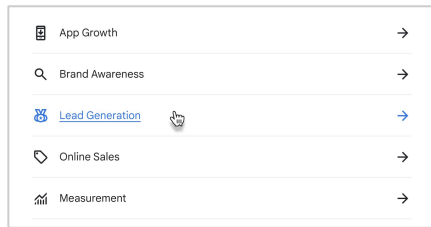
クライアント センター ID を入力します。

- クライアント センター ID を入力して企業名を確認します。
- Google プロフィールを使用してログインします。



応募する部門を選択します。その後、応募する各部門に関する質問に回答するよう求められます。

応募内容は**提出期限の 2024 年 7 月 12 日まで**編集できます。



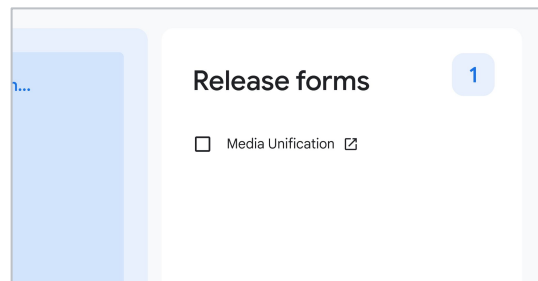
02. 応募の流れ

具体的な応募方法

事例紹介承諾書を提出する*

応募とファイナリストとしてのステータスの有効性を証明するために、事例紹介で取り上げているクライアントから、応募ごとに承諾書への署名を取り付ける必要があります。

クライアントの事例紹介と承諾書は、「優れた職場環境」部門では不要です。

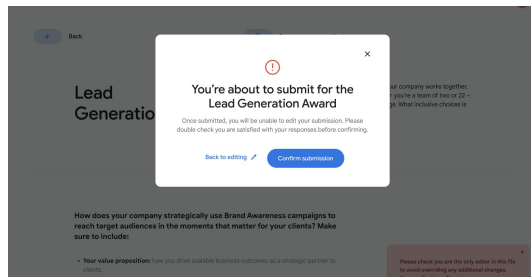


* この手順は、「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」の各部門へのすべての応募者と、「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門でノミネートされたファイナリストに必要です。

登録内容を確認する

応募フォームを送信する前に、すべての応募内容と企業プロフィールの情報が正しく入力されているか確認してください。

応募内容は提出期限の 2024 年 7 月 12 日まで編集できます。



02. 応募の流れ

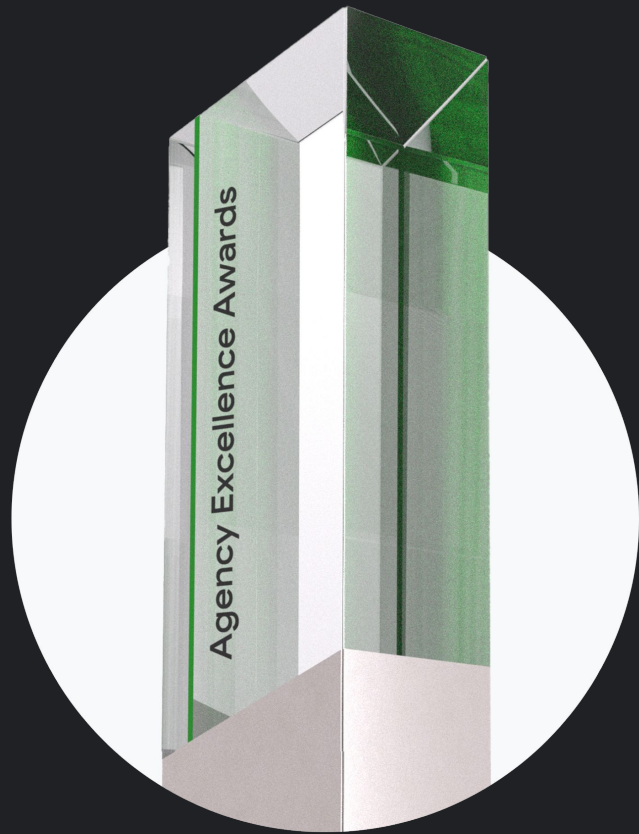
チェックリスト

- ☐ 表彰プログラムの各部門を確認します。
- ☐ Google 担当者のサポートを受けながら、貴社に適した部門を選択します。
- ☐ 応募フォームへの入力、および表彰プログラムへの応募を行う専任のチームを社内に立ち上げます。
 - オンラインでの応募手続きを管理するチームリーダーを指名します。
 - 応募を承認する社内の責任者を決定します。
- ☐ 代理店プロフィールを設定し、コントリビューターを追加します。
- ☐ 選択した部門に関連する質問に答えます。
 - 応募フォームへの効果的な入力方法についてはこちらをご確認ください。
- ☐ クライアントの事例紹介に関する質問に答えます。
 - 事例紹介を希望するクライアントを選びます。また、承諾書へのクライアントの署名が必要です。

*この手順は、「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」の各部門へのすべての応募者に必要です。「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門のファイナリストとしてノミネートされた場合、事例紹介を提出するよう求められます。「優れた職場環境」部門では事例紹介は不要です。
- ☐ 事例紹介承諾書をクライアントと共有します。
 - 応募手続きの途中で提供される承諾書を添付しないと、応募が無効となります。
- ☐ 応募内容を確認します。
 - すべての連絡先情報と回答をよく確認し、記入漏れがないか確かめたうえで応募フォームを送信してください。
 - 応募内容は提出期限の2024 年 7 月 12 日まで編集できます。

03

応募フォーム への効果的な 入力方法



03. 応募フォームへの効果的な入力方法

応募フォームへの効果的な入力方法



審査員は多数の応募に目を通しますので、目にとまりやすいように内容をよく練ってください。



貴社独自の取り組みをアピールするのに適したストーリーを記載してください。その際、他のビジネスと異なる点を強調するようにしてください。



CEO や創業者など、複数の関係者の視点を盛り込んだり、クライアントからのコメントを求めて添えたりすると効果的です。



必要な準備を行い、手続きについて確認したら、データと指標を使って、クライアントのために達成した成果を具体的に示してください。

役に立つヒント

- 序論(目標)、本論(アプローチ)、結論(成果)に分け、わかりやすくストーリーを組み立てます。
- 応募フォームへは複数人で協力して入力すると、異なる視点で豊かなストーリーを展開することができます。
- 目標に関連するすべての指標を含めるとともに、KPI とベンチマークを明記します。
- 応募内容を練り上げる時間を設けるため、早めに作業に取り掛かります。

注意事項

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門については、ファイナリストの発表後に事例紹介が必要となります。

「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」の各部門については、応募時にクライアントの事例紹介の提出が必要になります。

クライアントの事例紹介と承諾書は、「優れた職場環境」部門では不要です。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



グローバル成長 部門別の質問

01.

クライアントの国外でのビジネスの成果を、どのように戦略的かつ拡張可能な方法で推進しているかを説明してください。

- クライアントのグローバル戦略的パートナーとして**価値提案**について説明します。
- どのような**戦略的取り組み**または**能力**(あるいはその両方)を活かして、クライアントのグローバル成長とサステナビリティの向上につながっていますか？

02.

特定の市場向けのグローバル成長戦略についてクライアントと合意した後、最も効果的だと思われる Google 広告サービスをどのように決めていますか？

- 国外での成長の促進に関して Google の広告ソリューションの効果を評価するためにどのような**基準**を使用していますか？
- グローバル成長という目標を推進する 3 つの **Google 広告ソリューション**を取り上げます。

03.

キャンペーンのパフォーマンスを改善し、海外市場におけるクライアントのビジネス拡大を支援するために、Google の AI ソリューションまたは自社の AI ソリューションをどのように活用していますか？

- グローバル成長を最適化するために AI ソリューションまたは他の手法を導入しましたか？ 1 つ以上の手法を挙げて、それがどのように役立ったかを説明してください。
- 国外キャンペーンの成功を測定するためにどのような**指標**を使用していますか？ 上位 3 つを挙げてください。
- 短期ソリューションと長期ソリューションの成功指標における主な違いを説明してください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



グローバル成長 事例紹介に関する質問

01.

クライアントの成長を促し事業の継続性を確保するために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション**と、それらのソリューションが国外での成長の促進に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** クライアントによる国外での事業拡大を支援するために AI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？ クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それに対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立つベストプラクティスやツールはありますか？
- **掲載結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPIと掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。

- **影響** 貴社に対する評価は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください。
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



メディア統合 部門別の質問



コネクテッドテレビ キャンペーン
を通じて、ブランドと
視聴者の交流をどのように
支援しましたか？



Google の AI ソリューションま
たは ML アプリケーションを活
用して、顧客の成功を
どのように促進しましたか？



クリエイティブ キャンペーンで、革
新性の境界をどのように押し広げ
ましたか？

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



メディア統合 事例紹介に関する質問

01.

認知度を高め、ユーザーの行動を促す世界レベルの動画キャンペーンを実施するために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション**と、それらのソリューションがブランド認知度の向上と動画キャンペーンの規模の拡大に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** クリエイティブの制作とストーリーテリングの限界を押し広げるために AI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それにどう対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立ったベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーン KPI と掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** 貴社に対する評価は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



検索の革新 部門別の質問



検索広告 360、価値に基づく入札、P-MAX などのソリューションについて、どのようにして複数の顧客の導入を支援し、高度なユースケースを推進しましたか？



Google の AI ソリューションまたは ML アプリケーションを活用して、顧客の成功をどのように促進しましたか？



Google マーケティング プラットフォームと Google の広告検索ソリューションで、どのようにしてクライアントのデジタル成熟度を高めましたか？

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



検索の革新 事例紹介に関する質問

01.

検索中の顧客にアプローチするために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？ 次の情報をお知らせください。

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** 検索の革新を促進する点で、どの程度効果的であるかを評価するためにどのような基準を使用していますか？
- **Google の AI ソリューション** ブランド認知度キャンペーンを最適化するためにGoogle のテクノロジーまたは独自のテクノロジーを採用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定し、クライアントにとってキャンペーンが効果的に実施されていることを短期的および長期的に確認するために、どのような指標を使用していますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それに対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立ったベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPI と掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果はクライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社の社員、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法



優れた職場環境 部門別の質問

01.

人材: ダイバーシティ、エクイティ、インクルージョンの企業風土を創造して推進できる人材を育成していますか？

- 各個人がスキルを伸ばしたり成長の機会を活かしたりできるように、どのような戦略またはプログラムを導入していますか？
- その戦略またはプログラムは、人材にどのような影響を与えましたか？

02.

革新性: 貴社で採用している革新性と成長の戦略に対して、リーダーシップはどのような影響を及ぼしていますか？

- 革新性の企業文化を醸成するための、貴社の基本原則について説明してください。
- 進化する広告エコシステムの中でこのような革新的な企業文化を維持するために、どのような取り組みを行いましたか？

03.

クライアントの成功: 貴社の企業文化は貴社自身とクライアントに対して、どのように革新性を促進し、新たな機会の創出に影響を及ぼしていますか？

- これらの原理をどのように実践に移しましたか？これらの原理が貴社およびクライアントのビジネスにどのような影響を与えたかについて、可能な範囲で教えてください。
- ポートフォリオ全体の成長と広範なカスタマーサクセスを推進するために、どのような施策を実施しましたか？

* クライアントの事例紹介と承諾書は、「優れた職場環境」部門では不要です。

ファイナリストとしての事例紹介の書き方

次のいずれかの部門でファイナリストにノミネートされた場合は、事例紹介を作成するための情報が必要です。



アプリ成長



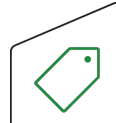
クリエイティブ活用



見込み顧客の発掘



測定ソリューション



オンライン販売

ファイナリストにノミネートされた場合は、該当する各部門の事例紹介を作成する必要があります。

この事例紹介は、将来のプロモーションで使用されます。

事例紹介は受賞者の決定に使用されます。事例紹介と承諾書を提出しなかった場合、部門の受賞者の審査対象とは見なされません。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法

👁️ 「アプリ成長」部門のファイナリストのみ



アプリ成長 事例紹介に関する質問

01.

クライアントのモバイルアプリのダウンロード数を増やし、広告費用対効果を高め、ビジネスを拡大させるために、Google の広告ソリューションをどのように活用していますか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューションと**、それらのソリューションがアプリ成長の促進に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** クライアントのアプリキャンペーンの成功を促進するために、AI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それに対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立ったベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPIと掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法

👁️ 「クリエイティブ活用」部門のファイナリストのみ



クリエイティブ活用 事例紹介に関する質問

01.

重要なタイミングでターゲット オーディエンスにリーチするために、動画アセットとキャンペーンをどのように活用しましたか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション**と、それらのソリューションが拡張可能な動画キャンペーンの提供に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** 複数のデバイスやプラットフォーム、主要なフォーマット（縦向き動画など）全体にクリエイティブの対象範囲を広げていくために、AI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それに対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle 広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立つベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPI と掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法

👁️ 「見込み顧客の発掘」部門のファイナリストのみ



見込み顧客の発掘 事例紹介に関する質問

01.

クライアントによる質の高い見込み顧客の発掘と、新たなビジネスチャンスの大規模な創出を支援するために、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューションと**、それらのソリューションが見込み顧客の発掘に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** クライアントによる新しい需要の取り込みと見込み顧客の発掘を支援するためにAI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それに対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立つベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPIと掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法

👁️ 「測定ソリューション」部門のファイナリストのみ



測定ソリューション 事例紹介に関する質問

01.

ファーストパーティ データと測定の強固な基盤を構築するために、持続可能でプライバシー最優先のソリューションをどのように実装していますか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle 広告サービス**と、それらのソリューションが持続可能な測定に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** クライアントによる持続可能な測定フレームワークの構築を支援するためにAI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？また、クライアントが何を求めている、それにどう対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **掲載結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPI と掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

03. 応募フォームへの効果的な入力方法

👁️ 「オンライン販売」部門のファイナリストのみ



オンライン販売 事例紹介に関する質問

01.

オンライン販売を促進し、クライアントが重要なタイミングで最も重要なユーザーにリーチできるように、Google の広告ソリューションをどのように活用しましたか？

- **価値提案** クライアントの戦略的パートナーとして、拡張可能なビジネス成果をどのように推進していますか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション**と、それらのソリューションがオンライン販売の促進に関してどの程度効果的であるかを評価する基準はどのようなものですか？
- **Google の AI ソリューション** オンラインキャンペーンおよびコマースキャンペーン全体でクライアントの成功率を高めるために、AI ツールをどのように活用していますか？
- **測定戦略** 成果を測定するためにどのような指標を使用していますか？クライアントにとってキャンペーンが短期的、長期的に必ず効果的に実施されるように、どのようなことを行っていますか？

02.

最も成功したと思うクライアントの成功事例を教えてください。戦略、手法、ツール、指標に焦点を当て、事例を簡潔に紹介しましょう。

- **ビジネスの課題** 目標は何でしたか？クライアントが何を求めている、それにどう対処すべきかを、この課題からどのように判断しましたか？
- **活用しているGoogle の広告ソリューション** どのようなツールを組み合わせ使用しましたか？どのようなキャンペーン目標を設定しましたか？
- **最適化** クリエイティブ戦略はどのようなものでしたか？それを判断するのに役立ったベストプラクティスやツールはありますか？
- **結果** これらの指標に照らして、貴社のキャンペーンKPI と掲載結果はどうでしたか？これらの掲載結果は、クライアントのビジネスにどのような影響を与えましたか？重要な学びがあれば教えてください。
- **承諾書** ブランドの事例紹介を作成する場合は、常にクライアントのプロセスに従うことが重要です。

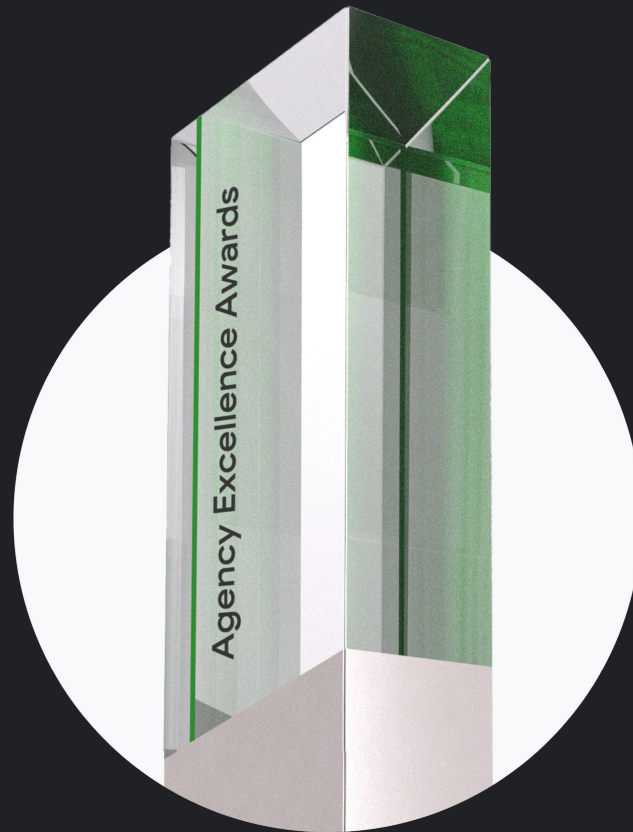
03.

貴社の成功例を教えてください。ファイナリストに選ばれることは、貴社にとってどのような意味がありますか？

- **影響** この成果は、貴社のチーム、クライアント、業務にどのような影響をもたらしていますか？
- **社内の声** 社内のシニアマネジメントの声を1件紹介してください
- **詳細** チームメンバーの名前と役職などの詳細を含めてください。

04

よくある質問



04. よくある質問

よくある質問

2024 Agency Excellence Awards の応募期間を教えてください。

2024 年 6 月 4 日から 2024 年 7 月 12 日まで応募できます。

Agency Excellence Awards の部門を教えてください。

Agency Excellence Awards の部門には、「アプリ成長」、「クリエイティブのカバレッジ」(旧「ブランド認知度」)、「グローバル成長」、「見込み顧客の発掘」、「メディア統合」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」、「検索の革新」、「優れた職場環境」があります。

応募できる部門はいくつまでですか？

全 9 部門にご応募いただけます。ただし、複数の市場や地域で活動している場合でも、表彰プログラム コンテストにご応募いただけるのは、クライアント センター ID が有効な地域だけです。

詳しくは[利用規約](#)をご覧ください。

表彰プログラムに応募するための前提条件を教えてください。

表彰プログラムに応募できるのは、有効なクライアント センター ID を保有した、セールス サポートを受けている代理店です。詳しくは[利用規約](#)をご覧ください。

質問がある場合は、どこに問い合わせればよいですか？

ご不明点がございましたら agencyexcellenceawards@withgoogle.com 宛てにご連絡ください。その際、メールの件名に「Agency Excellence Awards」と記載してください。担当チームがご質問に回答いたしますので、しばらくお待ちください。

04. よくある質問

よくある質問

Agency Excellence Awards に応募するにはどうすればよいですか？

「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門

- Google 広告クライアント センター ID、代理店の詳細情報、代理店の代表者、簡潔な回答文、応募する部門をお知らせください。

「グローバル成長」部門

- Google 広告クライアント センター ID (応募確認に使用します)、会社の詳細情報、会社の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答し、事例紹介と対応する承諾書を準備してください。

「メディア統合」と「検索の革新」の各部門

- Google 広告クライアント センター ID、代理店の詳細情報、代理店の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答し、事例紹介と対応する承諾書を準備してください。

注: 「メディア統合」と「検索の革新」の各部門への応募は、部門別の質問と事例紹介に基づいて評価されます。

「優れた職場環境」部門

Google 広告クライアント センター ID、会社の詳細情報、会社の代表者をお知らせください。また、部門別の質問に回答してください。

注: 「優れた職場環境」部門への応募は、部門別の質問に基づいて評価されます。

事例紹介で取り上げる事例の対象期間はいつですか？

事例紹介の審査対象は、2023 年 7 月 1 日から 2024 年 7 月 3 日までの事例です。

04. よくある質問

よくある質問

クライアントの事例紹介について教えてください。

クライアントの事例紹介は、特定の分野における貴社の専門知識と取り組みを示すことができるものです。応募時点で事例紹介が必要なのは、「グローバル成長」、「メディア統合」、「検索の革新」の各部門です。

ファイナリストの発表後に事例紹介の提出が必要なのは、「アプリ成長」、「クリエイティブ活用」、「見込み顧客の発掘」、「測定ソリューション」、「オンライン販売」の各部門です。

応募プロセスの際に、選択したクライアントの事例紹介に固有の質問に回答していただきます。1 件の事例紹介で取り上げるクライアントは 1 社のみとします。

応募の有効性を証明するには、事例で取り上げているクライアントが、応募ごとに事例紹介の承諾書に署名している必要があります。この承諾書をご提出いただく必要があります。

事例紹介承諾書の提出方法を教えてください。

応募手続きの際に入手できる事例紹介承諾書に DocuSign を通じて電子署名していただく必要があります。

応募の補足資料として、追加資料を提出することはできますか？

追加資料は送信しないでください。 審査の対象は応募に関する質問への回答と事例紹介のみです。

ファイナリストはいつ発表されますか？

各部門のファイナリストには 2024 年 9 月にメールで通知します。

受賞者はいつ発表されますか？

受賞者は 2024 年の第 4 四半期初めに発表されます。



Agency Excellence Awards

Google

AGENCY
EXCELLENCE
AWARDS
2024