

Best Sales Lift 部門定義 & 審査指針

部門の定義

オンライン・オフライン問わず、
大きく売りに貢献したキャンペーン

生活者の行動様式の変化とともに、購買行動自体やそれに影響を与えるコミュニケーションも変化しています。
ビジネス目標やマーケティング課題に合わせたオーディエンス&クリエイティブ戦略により、フルファネルで結果を出せるのが YouTube の特徴の一つです。

Best Sales Lift では、YouTube 広告を活用して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。

※エントリーに際しては、YouTube 広告への投資に対する具体的な売り上げ実績（金額や成長率、ROI、ROAS など）を明記いただく必要があります。
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。

審査指針



Best Sales Lift 部門
代表審査員
株式会社資生堂
チーフクリエイティブオフィサー
山本 尚美

コンテンツ単体ではなく、
キャンペーンの仕組みやプロセス、コンテキストに
イノベーションがあり、
生活者の心を動かす、記憶に残す
アイデア、クリエイティブを見つけ出す。
ビジネスの売り上げ拡大に
大きく、そして継続的な貢献にとどまらず、
本質的なブランド（商品やサービス、企業）の
見えない価値の向上に多大な影響を与えた
クリエイティビティに注目して評価する。