YouTube Works

Best Target Reach 部門定義 & 審査指針

部門の定義

ブランドの顧客へ効率的かつ効果的にリーチして マーケティング目的を達成したキャンペーン

多様化する生活者の行動様式に合わせて、
いかに顧客と接点を持ちブランドメッセージを伝えていくかが
キャンペーン成功の重要な要素になってきています。

Best Target Reach では、YouTube を戦略的に活用してメッセージを伝えたいオーディエンスに的確に届けることに成功し、効果的かつ効率的なアプローチによりビジネスでも結果を残したキャンペーンを表彰します。

※エントリーに際しては、下記のような方法によって、具体的にどのような顧客層へのリーチを最大化し、マーケティング目標を達成したのかを明記いただく必要があります。
例1. Reach Planner などのシミュレーションツールや TrueView リーチ広告、バンパー広告などの、リーチ獲得に有効な広告フォーマットを活用してブランドの顧客層（属性や興味関心など、できるだけ具体的に記載ください）へのリーチを最大化した
例2. Google のインサイトファインダーを利用して自社の顧客層を設定したり、YouTube の幅広いオーディエンスセグメントを利用して適切なターゲット層へのリーチを最大化した

審査指針



Best Target Reach 部門
代表審査員
日本マクドナルド株式会社
上席執行役員　CMO
ズナイデン 房子

沢山の SNS でのメッセージや動画等、
無限の情報が溢れるなかで、

①如何に多くの人々の印象に、そして心に残って
②ブランドと人々の心の絆を築けたり、
態度変容のきっかけになれたりしたか

という点に着目して評価をさせて頂きます。

2021 | CONFIDENTIAL AND PROPRIETARY