

 YouTube Works Awards
Korea

2025 출품 가이드



1. YouTube Works Awards 소개

빠르게 변화하는 디지털 환경 속에서 마케터들은 소비자와의 소통 방식을 재정의해왔습니다. 가슴 따뜻한 이야기에서부터 영감을 불러일으키는 이야기, 그리고 그 사이에 존재하는 무수히 많은 이야기를 통해 우리는 뛰어난 디지털 콘텐츠가 얼마나 놀라운 성과를 가져다주는지를 보아왔습니다.

국내에서 7회차 출품을 시작하는 YouTube Works Awards는 YouTube에서 주관하고 Kantar와의 글로벌 파트너십을 통해 운영되는 글로벌 디지털 광고제입니다. YouTube에서 가장 혁신적이고 효과적인 캠페인을 제작하고 운영한 모든 브랜드와 대행사, 캠페인 제작자들을 선정하고 축하하며, 트로피를 수여합니다. YouTube Works Awards는 전 세계 15개 국 이상에서 개최되며 절반 이상의 국가가 아시아 태평양 지역에 위치하고 있습니다. YouTube Works Awards의 수상작은 대한민국을 넘어 전 세계 YouTube 마케팅 우수 사례로서 국제적인 인정을 받는 것을 의미합니다.

브랜드, 미디어, 크리에이티브를 넘나드는 업계 전문가들로 구성된 심사위원단이 여러분의 작품을 검토하게 됩니다. 예선과 본선 두 차례의 심사를 통해 각 어워드 카테고리에 대한 수상자가 선정되며, 그랑프리는 카테고리별 수상 작품 중 가장 창의적이며 비즈니스적으로 괄목한 성과를 보인 작품에 수여됩니다.

본선 진출 후보작은 8월 중 웹사이트를 통해 공지됩니다. 또한 최종 수상작은 10월 말 진행될 시상식 이후 발표될 예정입니다. 입상작 및 수상작에 대해서는 어워드 출품 시 기재하신 내용을 바탕으로 캠페인의 전략 및 성공 요인에 대한 분석이 포함된 Case Study 콘텐츠가 작성되며, 이는 YouTube 및 브랜드의 대/내외 홍보 자료로 사용될 수 있습니다.

작년에 이어 올해도 수많은 마케팅 및 광고 업계 관계자들의 만남의 장이 될 2025 YouTube Works Awards 시상식을 통해 영예의 최종 수상작들이 소개될 예정입니다. 다양한 프로그램을 통해 YouTube 캠페인과 관련한 다양한 인사이트 또한 공개될 예정으로, 마케터와 제작자 여러분의 작품을 기다립니다.



2. 주요 일정 안내

2025 YouTube Works Awards의 주요 일정은 다음과 같습니다.

- 출품 시작 : 2025년 5월 7일
- 출품 마감 : 2025년 7월 1일
- 예선 심사 : 2025년 7월 중
- 파이널리스트 발표 : 2025년 8월 중
- 최종 심사 : 2025년 9월 중
- 수상작 발표 및 시상식 : 2025년 10월 말

*시상식 장소는 수상 후보 분들께 추후 개별 안내됩니다.



3. 출품 자격 및 규정 안내

2025 YouTube Works Awards 은 업계 및 분야에 상관없이 무료로 출품하실 수 있으며, YouTube를 활용한 모든 마케팅, 미디어, 크리에이티브 에이전시 팀들의 참가를 환영합니다. 여러분이 제작한 최고의 YouTube 캠페인을 전 세계 마케터와 광고인들에게 선보일 기회를 잡아보세요.

1) 출품 자격

- 2024년 7월 1일부터 2025년 6월 30일까지(일부 또는 전체로) YouTube에서 집행된 캠페인

2) 출품 규정

- 불법이거나 법률 및 규정에 위배되거나 이에 반하는 콘텐츠, 자료 또는 요소를 포함하거나 이용하지 않아야 합니다.
- 경멸, 모욕, 위협, 명예 훼손, 비난, 비방, 혹은 부적절, 성적, 불경, 외설적, 차별적인 콘텐츠와 같이 Google 및 Kantar에서 콘테스트 정신에 위배된다고 판단하는 경우에는 실격 처리될 수 있습니다.
- 제3자의 권리를 침해하는 어떠한 콘텐츠, 자료 또는 요소도 포함해서는 안 됩니다.
- 참가자가 직접 작성한 것이어야 합니다.



4. 어워드 카테고리 안내

2025 YouTube Works Awards의 출품 카테고리는 아래와 같습니다. 아래 카테고리 중 여러분이 제출할 출품작을 가장 잘 드러내는 카테고리를 선택해 주십시오. 만약 출품을 원하는 카테고리가 하나 이상일 경우에는 복수 선택을 하셔도 무방하며 카테고리별로 참가 신청서를 중복 제출할 필요는 없습니다. 단, 신설된 Best YouTube Works Partner 특별상의 경우, 별도로 카테고리 선택이 필요하지 않으며 예선 심사를 통과한 모든 출품작은 자동으로 심사 대상이 됩니다.

심사위원단은 아래 나열된 모든 카테고리에 제출된 출품작들을 심사할 것입니다. 또한 심사위원단은 출품작을 다른 카테고리에 재배정할 수 있으며 전체 출품작 중에서 그랑프리를 선정할 것입니다. 카테고리의 상세 설명과 심사 과정에서 주목할 카테고리별 핵심 성과 지표 (KPI; Key Performance Indexes) 예시에 대해서는 아래를 참조해 주십시오.

2025 YouTube Works Awards 카테고리 및 주요 KPI

◆ Effectiveness Brought Best Business Impact

카테고리	브랜드 KPI 예시	미디어 KPI 예시
<p>Best Branding - 신규 론칭</p> <p>신제품 또는 신규 서비스의 브랜드 인지도 증대를 위해 YouTube를 창의적으로 활용한 캠페인을 선정합니다. 새로운 브랜드 메시지 전달을 위해 전략적 아이디어를 효과적으로 표현하고 YouTube를 창의적으로 활용해 소비자에게 브랜드를 각인시킨 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 	<ul style="list-style-type: none"> • 도달 및 CPRP • 조회수 및 조회율 • 검색량 증가



카테고리	브랜드 KPI 예시	미디어 KPI 예시
<p>Best Branding - 브랜드 강화</p> <p>기존 제품 또는 서비스의 브랜드 강화를 위하여 YouTube 를 활용한 캠페인을 선정합니다. 기존 브랜드 메시지를 강화하거나 새로운 브랜드 메시지를 전달하기 위해 인상적인 크리에이티브와 창의적인 YouTube 활용으로 소비자에게 브랜드 이미지를 효과적으로 강화시킨 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 	<ul style="list-style-type: none"> • 도달 및 CPRP • 조회수 및 조회율 • 검색량 증가
<p>Best Engagement & Action</p> <p>소비자의 관심과 참여를 높이고 이를 최종 액션까지 전략적으로 연결했거나, 소비자의 직접적인 행동을 효과적으로 이끌어낸 캠페인을 선정합니다. YouTube의 다양한 솔루션과 기능을 활용해 참여를 유도하고, 제품 및 서비스 구매, 인앱 액션 등의 실제 전환을 일으켜 커머스 성장을 견인한 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 페이지/사이트 방문 • 장바구니 담기 • 전환 • 매출/리드 증대 • 앱 성장 • 앱 다운로드 • 인앱 액션 	<ul style="list-style-type: none"> • 검색량 증가 • 클릭수 및 클릭율 • 채널 구독 • CTR/CTA/CTL • ROI/ROAS
<p>Best Brand Fandom</p> <p>소비자가 브랜드에 대한 긍정적인 이미지와 가치를 갖게 하고, 팬덤과 충성도를 성공적으로 형성한 캠페인을 선정합니다. 이를 위해 YouTube를 브랜드의 공식 채널로 활용하여 소비자와의 지속적인 소통과 상호작용을 통해 브랜드와의 관계를 강화하고, 일관된 메시지를 중장기적으로 전달하며 브랜드 팬덤을 구축한 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 호감도 • 충성도 • 브랜드 이미지 • 추천의향(NPS) 	<ul style="list-style-type: none"> • 채널 구독자 수 • 채널 알림 설정



◆ Creativity Showed Best Storytelling & Brand Experience

카테고리	브랜드 KPI 예시	미디어 KPI 예시
<p>Best Multi-Screen</p> <p>소비자들의 시청 맥락을 고려하여 YouTube의 다양한 플랫폼을 활용하고, 이를 통해 플랫폼 간의 시너지를 이끌어내어 효과적인 성과를 얻은 캠페인을 선정합니다. YouTube(PC/Mobile)와 YouTube Shorts, YouTube Connected TV 등 다양한 플랫폼과 그에 적합한 포맷을 고려하여 진행한 브랜드 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 • 전환 • 매출/리드 증대 • 앱 성장 	<ul style="list-style-type: none"> • 도달률 • 조회수 및 조회율 • 클릭수 및 클릭율 • 검색량 증가 • 전환 • ROI/ROAS
<p>Best Creator Collaboration</p> <p>브랜드의 성과를 달성하기 위해 YouTube 크리에이터와 협업한 캠페인을 선정합니다. 전문 영역을 갖추고 소비자와 신뢰 기반의 관계를 형성한 크리에이터와 전략적으로 협력해, 브랜드 콘텐츠(광고, Sponsored Content 등)를 제작하거나 Partnership Ads 등 솔루션을 활용해 비즈니스 임팩트를 만들어낸 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 • 상호작용 	<ul style="list-style-type: none"> • 조회수 및 조회율 • 클릭수 및 클릭율 • 댓글, 좋아요, 공유
<p>Best AI Pioneer</p> <p>AI를 전략적으로 활용해 마케팅 전략 전 과정과 크리에이티브에서의 혁신을 이끈 캠페인을 선정합니다. 소비자 인사이트 도출부터 아이디어 발굴, 플랫폼 최적화, 타겟 맞춤형 광고 제작, AI 생성 요소(모델, 카피, 이미지 등) 활용까지, 마케팅 전반에 AI를 통합해 브랜드 성과를 창출한 캠페인에 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 • 전환 • 매출/리드 증대 	<ul style="list-style-type: none"> • 도달률 • 검색량 증가 • 전환 • ROI/ROAS
<p>Best Brand Experience</p> <p>타겟 소비자와의 다양한 접점을 연계하여 창의적인 브랜드 경험을 이끈 캠페인을 선정합니다. 특히 소비자 여정의 중심에 있는 YouTube와 그 요소를 활용하여 통합적이고 혁신적인 브랜드 경험을 이끌어내거나, 온·오프라인 채널을 유기적으로 연결하여 깊이 있는 참여를 이끌어낸 캠페인을 시상합니다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 인지도 • 고려도 • 호감도 • 전환 • 상호작용 	<ul style="list-style-type: none"> • 클릭수 및 클릭율 • 전환 • 검색량 증가 • 댓글, 좋아요, 공유 • 채널 구독



◆ Special Awards

카테고리

Best YouTube Works Partner - 미디어 대행사 부문

2025년 YouTube Works의 출품과 수상에 기여하며, 브랜드의 마케팅 성공을 함께 이끌고 업계에 인사이트와 러닝을 확산시킨 미디어 대행사에 시상합니다. YouTube Works Awards의 취지인 상호 성장과 혁신에 기여한 우수한 파트너십을 기립니다.

Best YouTube Works Partner - 크리에이티브 대행사 부문

2025년 YouTube Works의 출품과 수상에 기여하며, 브랜드의 마케팅 성공을 함께 이끌고 업계에 인사이트와 러닝을 확산시킨 크리에이티브 대행사에 시상합니다. YouTube Works Awards의 취지인 상호 성장과 혁신에 기여한 우수한 파트너십을 기립니다.



5. 출품 신청서 작성 안내

출품 신청서를 작성하실 때는 출품하고자 하는 각 카테고리에 대한 상기 가이드를 참고하여 각 문항에서 요구하는 내용을 자세하게 기술해 주십시오. 모든 문항에 완전하고 철저히 답변해 주시기 바랍니다. 필수적으로 심사되는 내용이 불완전하거나 세부 정보가 부족한 출품 신청서는 심사되지 않습니다.

1) 출품 신청서 작성 시 주의사항

- 출품 신청서는 한 번만 제출하시면 됩니다. 출품을 원하는 카테고리를 복수 선택하는 경우에도 출품 신청은 1회만 처리됩니다.
- 동일한 캠페인이 중복 제출된 경우, 최초에 출품된 케이스에 한 해 심사가 이루어집니다.
- 에이전시에서 출품을 진행하시는 경우, 반드시 광고주의 동의가 있어야 합니다.
- 출품 신청서의 모든 내용은 사실에 기초하여 작성되어야 합니다. 출품 신청서에 허위 정보가 기재된 사실이 판명될 경우 실격 처리됩니다.
- 원활한 심사 진행을 위하여, 출품 신청서를 작성하실 때에는 각 문항에서 요구하는 최소/최대 글자 수와 맞춤법을 준수하여 작성해 주십시오.
- 신설된 Best YouTube Works Partner 심사를 위해 출품 신청서에 캠페인의 '미디어 대행사 명' 및 '크리에이티브 대행사/제작사 명'을 명확히 구분하여 필수로 기재해 주셔야 합니다. 각 출품작별로 기재하신 대행사를 기준으로 평가될 예정입니다. 이 부문의 평가 대상은 사전 서류 심사를 통과하여 예선 심사에 진출한 캠페인들을 대상으로 합니다.



2) 출품 신청서 작성 요령

- 궁극적으로, 심사위원단은 여러분의 캠페인이 캠페인 목표에 얼마나 부합하여 성과를 냈는지, 캠페인 기간 동안 YouTube가 어떻게 독창적으로 활용되었는지를 평가하게 될 것입니다. 따라서 관련된 모든 KPI를 포함시키고, 캠페인의 요점을 이해하는 데 방해가 되는 내용을 포함하지 않도록 하십시오.
- 캠페인 및 비즈니스 성과를 설명할 때는 브랜드 KPI, 미디어 KPI 각각에 대한 객관적이고 구체적인 수치를 함께 명시해 주십시오. 가령, 캠페인 전/후 브랜드 지표 변화를 보여주는 구체적인 수치는 심사위원들이 캠페인 성과를 파악하는 데에 큰 도움이 됩니다.
(예시: 2024년 수상작 케이스북)

예시:

- 목표했던 전환 성과를 달성하고, 효율적인 CPA로 운영했다. (X)
- 1만 명 이상의 이벤트 참여자 확보를 기록했으며, 이는 목표 전환수 대비 166% 수치이다. CPA는 지금까지 집행한 캠페인 중 가장 낮은 63%를 달성했다. (O)

- 가능하다면, 출품 신청서에 표기된 데이터의 출처도 함께 명시해 주십시오. 캠페인의 성과를 뒷받침하는 데이터의 명확한 출처와 구체적인 설명은 출품 신청서의 신뢰도를 높여 줍니다.
- 출품하고자 하는 카테고리의 KPI 중 최소 1개 이상을 포함하여 서술해 주십시오. 해당 캠페인과 출품 카테고리의 연관성이 KPI 성과를 통해 뚜렷하게 드러날수록 좋습니다.
- 출품 신청서의 모든 문항들을 최대한 자세하고 성실하게 기재해 주시는 것이 원활하고 정확한 심사에 도움이 됩니다.



6. 크리에이티브 제출 안내

어워드 출품 시, 해당 캠페인의 크리에이티브 영상을 반드시 제출해야 합니다. 크리에이티브 소재는 YouTube 링크의 형태로 제출하며, 제출 가능한 YouTube 링크 개수에는 제한이 없으나 복수의 링크를 제출하는 경우에는 심사 과정에서 중점적으로 검토되어야 할 크리에이티브 소재를 출품 신청서에 함께 명시해야 합니다. 출품 신청서 내에 명시되지 않을 경우 Kantar 사무국에서 캠페인 메인 크리에이티브를 임의로 선정하여 심사를 진행합니다.

7. 심사과정 안내

1) 심사 단계

사전 서류 심사	모든 출품작들은 Kantar 사무국에 의해서 출품 양식 및 출품 규정 충족 여부를 먼저 검토 받게 됩니다.
예선 심사	업계 전문가로 구성된 심사위원 패널이 1차 서류 심사를 거친 출품작을 평가하여 최종 심사 진출작을 선정합니다.
Finalist 발표	예선 심사가 종료된 후, 웹사이트를 통해 Finalist가 공지됩니다.
최종 심사	업계 전문가를 대표하는 Grand Jury의 심도 깊은 논의를 거쳐 카테고리 별 최종 수상작을 선정합니다.

* 최종 심사 진출작들에 대해서 YouTube 내부 데이터를 통한 추가 검토가 진행될 수 있습니다.

* Kantar 사무국은 심사 프로세스의 공정성과 객관성을 기하기 위해 각 심사위원과 개별 출품작 간의 이해관계를 고려하여 심사 대상 출품작을 배정합니다. 만일 이러한 조건이 충족되기 어려운 경우에는 심사위원들이 자신의 이해관계에 부합하거나 상충하는 개별 출품작의 심사로부터 기권하도록 안내합니다.



2) 수상

최종 심사에서 심사위원의 점수로 카테고리별 수상작을 선정하고, 수상작 중 가장 우수한 작품에 그랑프리 상을 수여합니다.

Grand Prix	브랜드의 최종적인 비즈니스 성과 달성에 YouTube를 가장 효과적으로 활용했다고 생각되는 최고의 작품에 수여하는 상입니다. 창의적이고, 혁신적이며, 무엇보다 정확한 데이터를 기반으로 비즈니스 결과를 증명해낸 작품에 수여됩니다.
Best YouTube Works Partner (특별상)	YouTube Works Awards의 출품과 수상에 기여한 미디어 및 크리에이티브 대행사에 시상합니다. YouTube Works에의 기여도를 기준으로 하는 만큼, 예선 진출·Finalist 진출·최종 수상작 선정·그랑프리 선정 여부에 따라 각 4단계별 점수가 차등적으로 부여되며 총합계가 가장 큰 대행사에게 수여됩니다.

3) 심사 기준

심사위원들은 아래와 같은 심사 기준에 따라 출품작을 평가합니다. 각 어워드 카테고리에서 요구하는 목적에 따라 심사 평가의 가중치가 달라집니다.

◆ Effectiveness / Creativity Category

평가 기준	심사 문항	심사 가중치	
		Effectiveness Category	Creativity Category
전반적인 아이디어와 전략	- 브랜드의 비즈니스 문제나 니즈를 해결하기 위해서 전반적인 캠페인 아이디어와 전략이 얼마나 명확하고 통찰력 있게 기획되었습니까?	15%	15%



평가 기준	심사 문항	심사 가중치	
		Effectiveness Category	Creativity Category
크리에이티브 전략과 실행	- 크리에이티브 아이디어가 캠페인의 목표를 달성하기 위해서 얼마나 창의적으로 표현되었습니까?	20%	40%
YouTube 전략과 실행	- 미디어 운영에 있어 YouTube 캠페인이 얼마나 정교하게 설계되고 YouTube 플랫폼의 특성이 전략적으로 활용되었습니까?	25%	25%
비즈니스 성과	- YouTube 활용을 통해 캠페인 목표를 얼마나 효과적으로 달성했습니까? - 캠페인이 브랜드의 전반적인 비즈니스에 얼마나 의미 있는 영향을 주고 있습니까?	40%	20%

◆ Best YouTube Works Partner (특별상)

예선 심사 진출	Finalist 진출	최종 수상작 선정	그랑프리 수상
예선 심사 진출 캠페인별 2점씩 부여	Finalist 진출 캠페인별 5점씩 부여	최종 수상작 선정 캠페인별 10점씩 부여	그랑프리 수상 캠페인 20점 부여



8. 출품 신청서 접수

2025 YouTube Works Awards 출품 접수는 온라인으로 진행됩니다. 참가를 원하시는 경우 [YouTube Works 홈페이지\(yt.be/works/kr\)](https://yt.be/works/kr)에 접속하여 이용 약관을 검토 후 출품 신청서를 작성해 주시기 바랍니다.

추가 문의사항은 youtube-works-kr@google.com으로 문의해 주시기 바랍니다.

 **YouTube Works Awards**
Korea