

Spot ZDM w czołówce oglądalności YouTube

Utworzono: piątek, 20, lipiec 2018 13:38



Spot Zarządu Dróg Miejskich promujący kampanię "10 metrów – zachowaj (się)" był w czerwcu jednym z pięciu najchętniej oglądanych przez polskich internautów spotów reklamowych w serwisie YouTube. W czerwcowej odsłonie rankingu YouTube Ads Leaderboard zajął czwarte miejsce w Polsce, zaraz za jedną ze znanych firm kosmetycznych.

Kampania "10 metrów", z którą ZDM wystartował na początku czerwca, skierowana była do kierowców i miała na celu zwrócenie uwagi na zagrożenie wynikające z nielegalnego parkowania samochodów w rejonie przejść. Takie zachowania to poważne zagrożenie dla bezpieczeństwa pieszych uczestników ruchu, dlatego ZDM sukcesywnie wprowadza rozwiązania na drogach, mające poprawić bezpieczeństwo pieszych. Ale oprócz przebudowy infrastruktury, ZDM chce budować świadomość społeczną i działać na wyobraźnię kierowców. Kampania społeczna "10 metrów" to kolejny zaplanowany element działań w tym zakresie.

Miesięczne zestawienia YouTube Ads Leaderboard, również w polskiej edycji, jest przygotowywane m.in. na podstawie zaangażowania widowni i liczby wyświetleń. Dotyczy spotów, które były częścią kampanii reklamowych w serwisie YouTube.

W pierwszej "piątce" czerwcowego rankingu znalazły się spoty promujące teledysk jednego z festiwali muzycznych, firmę kosmetyczną oraz serwis internetowy.

Źródło: ZDM w Warszawie