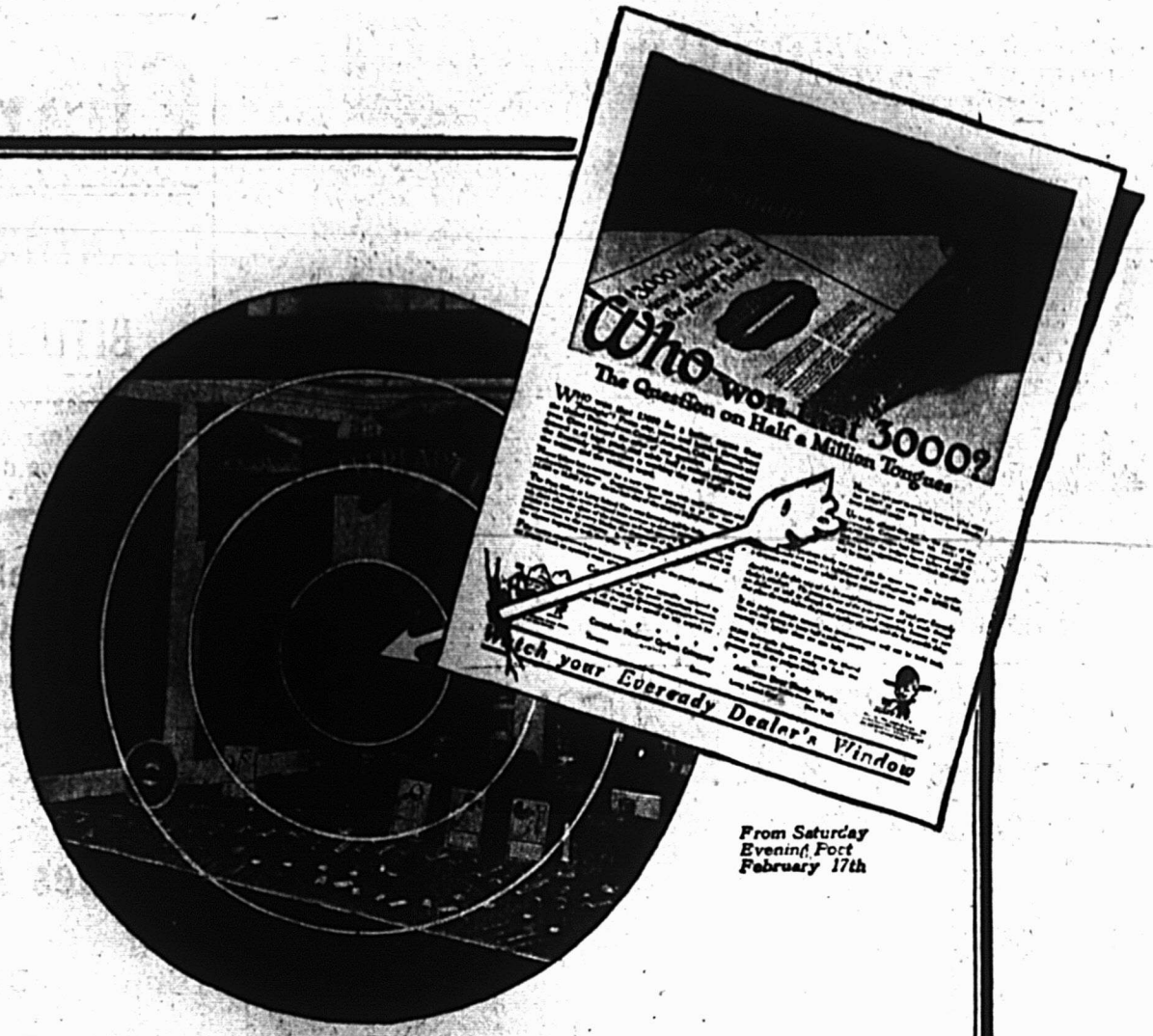

Le Point de Mire de Millions d'Yeux

L'intérêt public se concentre de nouveau sur le magasin du Commerçant de l'Eveready. Le résultat de cette publicité c'est que des millions d'yeux surveillent ses vitrines afin d'y trouver une réponse à la question d'actualité:

Qui a gagné ces $3,000 pour un nom meilleur que celui de "flashlight"?

Nous avons reçu plus de 530,000 propositions au sujet de ce nouveau nom. Nous avons failli être ensevelis sous les réponses et nous avons dû demander du délai. Mais celui-ci a été un avantage déguisé. Il nous a fourni l'occasion de placer encore le magasin du Commerçant de l'Eveready sous la lumière de l'intérêt public. Ne perdez pas cet avantage de vue. Faites le meilleur étalage possible dans vos vitrines. Placez les Evereadys où ils seront vus. Les marchandises qui sont bien présentées sont plus qu'à moitié vendues.

Rappelez-vous que l'intérêt sera à son plus haut point pour cette campagne le 5 avril et que votre magasin sera le centre de cet intérêt en votre ville.

CANADIAN NATIONAL CARBON COMPANY, LIMITED
TORONTO ONTARIO

Le produit qui s'est élevé au-dessus de son nom de FLASHLIGHT

EVEREADY

The Product that has outgrown its name FLASHLIGHT