

# WHAT IF

¿QUÉ PASARÍA SI PUDIERAS CAMBIAR LITERALMENTE EL PUNTO DE VISTA DE TU AUDIENCIA?



Cuando Nissan quiso incrementar los test-drives para su convertible Micra C+C en Alemania, TBWA\Dusseldorf respondió con una publicidad para cine. Exceptuando que no usaron la pantalla principal. En su lugar, proyectaron en el techo de la sala lo que uno vería si estuviera conduciendo un convertible. Esto forzó a la audiencia cautiva a mirar hacia arriba y experimentar cómo se siente tener un convertible. No sólo impulsó una única conversación en torno a la marca, sino también incrementó los test-drives en un 19.2%. Muy a menudo, las ideas más poderosas ya están ahí esperando en la oscuridad por un poco de luz que las haga brillar.

*Cheers, John Hunt*

