

TONE OF VOICE

Tone of voice är den språkliga delen av varumärket och en av hörnstenarna i vårt varumärke. Dessa riktlinjer hjälper oss att kommunicera vår värdegrund och vårt varumärke. Tone of voice handlar inte så mycket om vad man säger, utan om hur man säger det - därför är ordval, form och stil faktorer som du måste tänka på.

Att vara personlig

I all vår kommunikation håller vi en personlig ton och undviker allt som kan uppfattas som formellt eller högravande. Detta gäller även våra texter. En ledstjärna är att vi ska ha samma ton när vi pratar med våra kunder, oavsett om det är i skrift eller via telefon. Samtidigt som våra texter ska vara personliga, ska de även vara korrekta och tydliga - häremellan finns inga motsättningar.

Ordval

Undvik formellt språk

Lämna det formella språket i avhandlingarna. På Dataväxt vill vi prata med kunderna på ett personligt sätt, oavsett om det är via muntlig kommunikation i telefonsupporten eller via skriven text i en manual eller marknadsföringstext. Vi vill vara nära lantbrukarna - distansera dig inte med krångliga ord eller byråkratiskt språk.

Dua alltid

Det är lättare för läsare att ta till sig en text som riktar sig direkt till dem än en text som talar om dem. Genom att lyfta människorna i texten - "du", "jag" eller "vi" - skapar man en dialog med läsaren samtidigt som man ökar trovärdigheten.

Undvik ni-tilltal, oavsett anledning! Det bidrar inte till att göra en text personlig utan skapar distans och kan ge negativa associationer.

Aktiva verb

Aktiva verb bidrar till en enkel och levande ton. Till skillnad från passiva verb så talar aktiva verb om vilka som gör något i texten - på så sätt blir det enklare för läsaren att förstå texten. När läsaren inte behöver jobba lika hårt för att förstå texten blir det dessutom enklare att hålla kvar uppmärksamheten på texten längre.

Exempeltexter

[Klimatkalkylen mailutskick](#)

[Sprutjournal mailutskick](#)

[Inlägg om vallnyheter på hemsidan](#)

Jobbar du på Dataväxt och ska skriva texter? Läs gärna Dataväxt riktlinjer för textuppbyggnad, där får du mer information och några handfasta tips!

Internationell kommunikation

När vi kommunicerar på andra språk är det viktigt att vi bibehåller vår Tone of voice. Att kommunicera personligt på svenska sker inte nödvändigtvis på samma sätt på norska, finska eller engelska. Det krävs en kännedom om den aktuella marknaden och den aktuella kulturen för att anpassa tonaliteten till det aktuella språket.