

# Skabelon til din tone of voice-guide

Brug skabelonens eksempler til at få hul på din tone of voice-guide. Selve skabelonen tager ikke lang tid at udfylde, men beregn noget tid (og adgang) til at skaffe oplysninger, få medarbejdere til at deltage og revidering af guiden, efterhånden som ti-øren falder. Det større arbejde kommer, når der skal skrives endnu flere eksempler på godt og skidt til alle jeres kanaler. Få en superskriver, som har jeres personlighed under huden, til at skrive den og layoute den lækkert, så den også visuelt afspejler jer. Den manual skal *stinke* af jer, om man så må sige.

God arbejdslyst.

## Sæt ord på virksomhedens værdier (brug cirka 3 minutter på hver)

1. Hvorfor blev virksomheden startet i sin tid?
2. Hvad, hvis din virksomhed ikke eksisterede, hvordan ville verden så se ud?
3. Skriv ned, hvorfor nogen skulle købe noget fra din virksomhed? (NB: maks 1 minut.)
4. Find de tre adjektiver, der passer bedst til din virksomheds personlighed. Skriv dem ned – for det er sådan I er.

Så har du basis på plads. Nu ved du, hvem virksomheden er, og hvad du taler ud fra. Nu skal du finde ud af, hvordan du taler.

## Hvad er virksomhedens særlige tone?

### 1. Hvor formelt/uformelt taler du?

- Se på tonen i jeres interne kommunikation – hvor formelle er I? Hvad skriver I i jeres e-mails? Skriver I: vh, kh, bedste hilsner, alt godt, ses... ? Skriv ned, hvad der fungerer bedst i forhold til jeres tone.
- Hvordan ville du fortælle om din virksomhed til en kunde, som sad over for dig? Hvilket sprog ville du bruge? Vend dig eventuelt om til en kollega, præsenter og skriv ned lige bagefter.

### 2. Pas på med teknisk sprog

- Læs din præsentationstekst af virksomheden op for dig selv. Hvis det ikke føles rigtigt eller ligefrem føles unaturligt, så er det sikkert fordi, teksten er for stiv i det (eller alt for afslappet).

### 3. Dagligdags sprog virker godt

- Igen – tag et kig på din tekst og se efter, om du kan tilføje eller ændre noget til et mere dagligdags sprog. Du har sikkert brugt nogle andre ord og sætninger, i forhold til da du præsenterede virksomheden til din kollega.

#### 4. Undgå (næsten) altid bandeord

Står der nogen i din tekst? Streg dem ud. Med mindre galskaben virkelig giver mening.

#### 5. Grammatik

Læs din tekst igennem for sjuksk, slåfejl, stavfejl, kommafejl, for mange tankestreger (der ER slettet mange i denne tekst, men måske er der stadig for mange efter din smag...) og udråbstegn, der faktisk ret sjældent har en berettigelse. Ikke mange mennesker gider at blive råbt af. Hvis det ikke er din stærke side, så få en korrekturlæser til at læse det igennem og ellers den af dine kolleger, som er bedst til det. Der sidder næsten altid én, der kan sine kommaer til fingerspidserne (tip: kig efter en, som bruger mange post-it-sedler, overstregningstuscher, og som generelt er glad for lister og andre ting, der kan bruges til at strukturere).

#### 6. Humor

- Lav en liste over almindelige eller ofte brugte sætninger, der beskriver din virksomheds produkt eller service. Tag dem gerne fra jeres hjemmeside. Find bagefter tre forskellige måder at sige det samme på – men med forskellige tvist af humor. Det kan være, at en af måderne faktisk rammer din virksomheds tone bedre end det, der står på hjemmesiden nu.
- Prøv at forestille dig en verden uden din virksomheds service eller produkt. Hvordan ville den se ud?
- Hvad kan dit produkt eller din service ellers bruges til?

**Tip. Hvem ville din virksomhed være, hvis den var en kendt person?** Ja, den er god nok. For at få noget kød og blod på din virksomheds personlighed, kan det måske hjælpe dig at finde en kendt person, karakter eller figur, som kan lægge krop og stemme til. Det kan gøre det lettere at se, hvordan han eller hun ville skrive en e-mail, en Facebook- eller LinkedIn-opdatering, eller hvor frisk eller formel tonen ville være, når han eller hun talte i telefon. Husk, at det kan være et hjælpende supplement – det kan ikke erstatte resten af arbejdet med at lave din tone of voice-guide.

#### Kom med masser af eksempler – også på, hvordan I ikke gør

- Find og skriv en række eksempler på, hvordan I IKKE taler i virksomheden. Inkluder gerne eksempler fra alt fra e-mails til de forskellige platforme, hvor I er tilstede med indhold.
- Kom med rigeligt af eksempler på, hvordan I taler i forskellige sammenhænge. Husk at give nøje specifikationer på, hvordan I tiltaler dem, I kommunikerer med, og hvordan I skriver farvel i en e-mail.

#### Skriv din guide

Nu er du klar til at skrive din tone of voice-guide. Inkluder endelig dine eksempler fra de ovenstående punkter, og kom med masser af eksempler. Også på, hvordan I IKKE taler.

Gør guiden udførlig, så ingen i jeres virksomhed kan være i tvivl om, hvordan de skriver en salgstekst, indleder et afslag på en ansøgning, promoverer en konkurrence på Facebook eller inviterer til et seminar på LinkedIn.

Hvis du er en virkelig god skribent (seriøst, du skal ikke bare skrælle an, du skal være brilliant), så skriv guiden selv. Hvis ikke, så find den bedste skriver, du kan opstøve. Har I ingen, så hyr en. For den her guide skal være masterpiecet på jeres tone of voice.

Guiden skal indeholde en række eksempler, der inkluderer både do's and don'ts på følgende områder (og brug dem gerne som overskrifter):

- i e-mails
- på SoMe
- på jeres hjemmeside
- på bloggen
- i telefonen
- hvor I ellers har touch points med nuværende og potentielle kunder

**God arbejdslyst.**