

O Tom de voz da marca

Definir o tom de voz é fundamental para que a marca tenha consistência em sua comunicação com a persona, seja nas mídias sociais, nos chats, ou até mesmo no atendimento telefônico.

Nesse cenário, assinale o ponto de partida para começar a definir o tom de voz da sua marca:

Selecione uma alternativa

- A** Forma de tratamento. Pois é a partir dela que a personalidade é desenhada.
- B** Forma de tratamento. Porque é dele que se define o tom de voz da marca e, consequentemente, a sua personalidade.
- C** Termos aceitáveis. Com esses limites, saberemos até onde ir, e poderemos escolher qual a personalidade mais interessante para a marca.
- D** Atributos da marca. A partir dos atributos que a marca tem (simpatia, elegância, etc.) é que deriva todo o restante da comunicação verbal.
- E** Vocabulário da marca. Afinal, é preciso saber que palavras devemos ou não usar antes de definir o tom de voz.