

Tone of Voice – ENBRA Polska

Podstawowe zasady komunikacji

ENBRA komunikuje jako:

- ekspert
- wiarygodny partner
- dostawca praktycznych rozwiązań

Komunikacja powinna być:

- rzeczowa
- zrozumiała
- profesjonalna
- pozbawiona marketingowej przesady

Unikamy:

- zbędnych superlatywów
- agresywnej sprzedaży
- uproszczonych sloganów

Celem komunikacji jest budowanie wizerunku marki jako kompetentnej, stabilnej i godnej zaufania.

Charakter komunikacji

Komunikacja ENBRA Polska powinna być:

- ekspercka
- profesjonalna
- rzeczowa
- uporządkowana

Na rynku polskim dobrze sprawdza się styl bardziej formalny niż w komunikacji czeskiej czy słowackiej. ENBRA PL komunikuje jako ekspert technologiczny i stabilny partner biznesowy.

Język komunikacji

Stosujemy:

- formalny język
- precyzyjne sformułowania
- jasną strukturę komunikatu

Unikamy:

- zbyt potocznych zwrotów
- przesadnie marketingowego języka
- nieprecyzyjnych stwierdzeń

Styl komunikacji

Preferujemy sformułowania takie jak:

- ✓ „System umożliwia dokładny monitoring zużycia energii.”
- ✓ „Dzięki zdalnym odczytom dane są dostępne regularnie i bez konieczności wizyty w lokalu.”
- ✓ „Rozwiązanie wspiera efektywne zarządzanie budynkiem.”

Nie stosujemy sformułowań takich jak:

- ✗ „Rewolucyjna technologia zmieniająca rynek.”
- ✗ „Najlepsze rozwiązanie na rynku.”
- ✗ „Technologia przyszłości dla każdego.”

Poprawne i niepoprawne przykłady

Typ komunikacji	Poprawnie	Niepoprawnie
opis firmy	ENBRA Polska oferuje rozwiązania w zakresie pomiaru energii i zarządzania mediami.	ENBRA Polska to firma bez konkurencji.
marketing	Zdalne odczyty umożliwiają regularny monitoring zużycia energii.	Rewolucyjna technologia zmieniająca branżę.
artykuł ekspercki	Nowoczesne systemy pomiarowe pozwalają szybciej identyfikować nieprawidłowości.	Jeśli nie masz smart pomiarów, zostajesz w tyle.
social media	Dane o zużyciu energii mogą być dostępne online.	Rozliczenia energii jeszcze nigdy nie były tak ekscytujące.