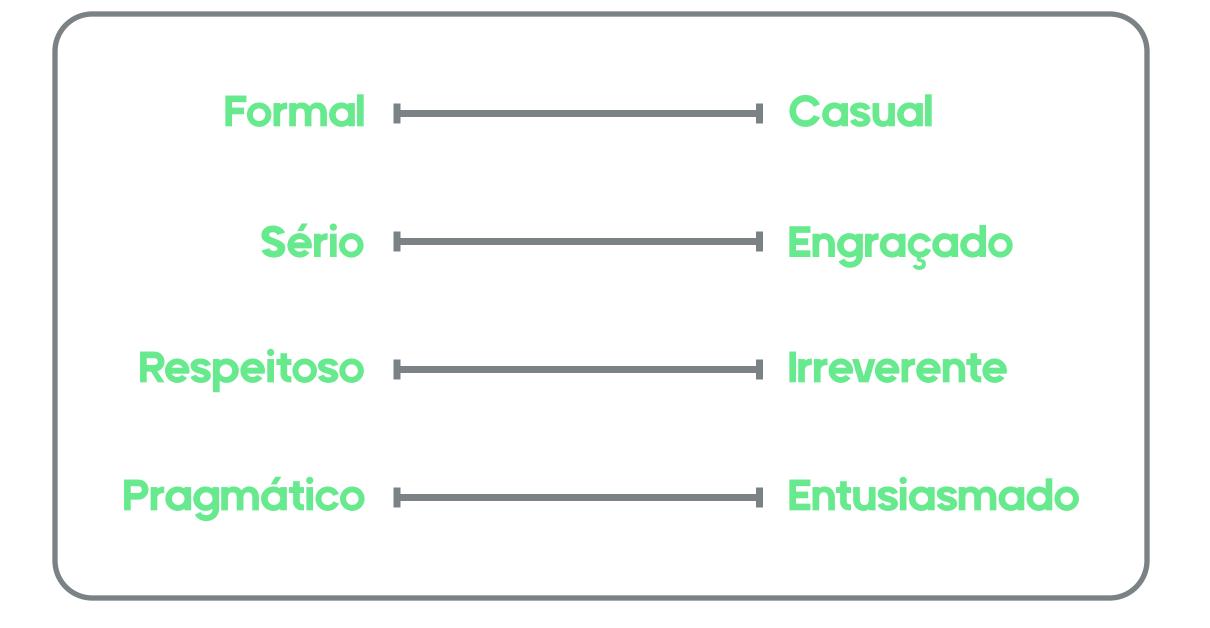
04 Tom de Voz As quatro dimensões

A quatro dimensões

Existem quatro dimensões primárias de tom de voz.

Pense em cada uma das quatro dimensões como um espectro: um pedaço da identidade verbal pode cair em qualquer ponto da linha.



Uma mensagem, muitos tons possíveis

Como um exemplo da aplicação desta técnica vamos utilizar de um texto básico muito utilizado, uma mensagem de erro.

Neste caso, a mensagem é "Ocorreu um erro". Exemplificaremos como nosso tom implica como comunicaremos esta mensagem.



Baseando-nos na técnica das quatro dimensões de tom de voz, a marca adota as seguintes características:

Formal — Casual

A nossa marca conversa de forma próxima, mas sem perder a sofisticação. Evitamos formalidades excessivas, mas também não somos informais a ponto de soar desleixados.

Posicionamento: Casual refinado – acessível, mas com elegância.

"Prezado cliente, nossos produtos foram desenvolvidos para proporcionar máxima eficácia dermatológica."

"Criamos fórmulas essenciais, sem excessos – porque sua pele já tem tudo para ser incrível."

Baseando-nos na técnica das quatro dimensões de tom de voz, a marca adota as seguintes características:



A marca é sofisticada e cuidadosa na comunicação, mas não é excessivamente séria ou técnica. Falamos de autocuidado com respeito, mas sem rigidez.

Posicionamento: Sério, mas com leveza – não brincamos com assuntos importantes, mas também não dramatizamos o cuidado com a pele.

"A ausência de ingredientes nocivos garante a estabilidade epidérmica de maneira inquestionável."

"Sua pele não precisa de mais, precisa do essencial."

Baseando-nos na técnica das quatro dimensões de tom de voz, a marca adota as seguintes características:



O respeito é um dos pilares da marca. Não utilizamos ironia, exageros ou abordagens irreverentes. Valorizamos a escolha individual de cada pessoa e criamos um espaço seguro para o autocuidado.

Posicionamento: Respeitoso, sem imposição – não julgamos, não pressionamos, apenas convidamos à reflexão.

"Jogue fora seus produtos antigos, sua pele merece mais que isso."

"E se cuidar da pele fosse um encontro, não uma obrigação?"

Baseando-nos na técnica das quatro dimensões de tom de voz, a marca adota as seguintes características:

Pragmático — Entusiasmado

Não somos exageradamente entusiasmados ou emotivos, mas buscamos criar uma experiência sensorial e significativa para o consumidor. Queremos que ele sinta o que comunicamos, sem parecer artificial. Posicionamento: Pragmático, mas envolvente – direto e essencialista, mas evocando sensações.

"Este produto é incrível e vai transformar sua pele para sempre!"

"Textura leve, absorção instantânea. Um toque de conforto para a sua pele."

04 Tom de Voz As quatro dimensões

A nossa dimensão

Sendo assim:

