

STEP-BY-STEP

TONE of VOICE



Schritt 1: Grundlagen des Tone of Voice verstehen

- Definition: Der Tone of Voice ist der sprachliche Stil und die Haltung, mit der dein Unternehmen kommuniziert. Er beeinflusst, wie dein Unternehmen wahrgenommen wird, und schafft Authentizität.
- Warum es wichtig ist: Ein konsistenter Tone of Voice sorgt für Wiedererkennung und Vertrauen bei deiner Zielgruppe.

Schritt 2: Zielgruppe analysieren

- Frage dich: Wer ist meine Zielgruppe? Wie spricht sie? Was erwartet sie von der Kommunikation meines Unternehmens?
- Tonalität bestimmen: Entscheide, ob deine Zielgruppe eine eher freundliche, zugängliche oder eine formelle und distanzierte Ansprache bevorzugt. Das bestimmt, welche Art von Sprache und Wortwahl du verwenden solltest.

Schritt 3: Tonalität festlegen

- Überlege: Wie möchtest du wahrgenommen werden? Locker und emotional oder seriös und sachlich?
- Beispiel: Willst du duzen oder siezen? Verwende emotionale Wörter oder eher sachliche Begriffe.
 - Locker und emotional: „Wir helfen dir, die richtigen Talente zu finden und zu begeistern.“
 - Formell und fachlich: „Durch unsere maßgeschneiderte Recruiting-Strategie ermöglichen wir es Ihrem Unternehmen, hochqualifizierte Fachkräfte effizient zu identifizieren.“
- Ziel: Finde die Balance, die zu deinem Unternehmen und deiner Zielgruppe passt.

Schritt 4: Glaubwürdigkeit sicherstellen

- Frage dich: Passt der Tone of Voice zu den Werten deines Unternehmens?
- Authentizität: Kommuniziere nur, was du wirklich leisten kannst. Dein Tone of Voice muss zu deiner Marke passen, um glaubwürdig zu wirken.
 - Beispiel: Ein nachhaltiges Unternehmen sollte eine Sprache nutzen, die Umweltbewusstsein betont.



STEP-BY-STEP TONE of VOICE



Schritt 5: Wiedererkennbarkeit schaffen

- Konstante Kommunikation: Verwende konsistent Ausdrücke und Phrasen, die für deine Marke einzigartig sind.
- Eigene Begriffe: Überlege, ob du spezielle Begriffe oder Redewendungen verwenden möchtest, die deinen Wiedererkennungswert erhöhen.
- Claim entwickeln: Ein Claim ist ein prägnanter Satz, der deine Markenbotschaft zusammenfasst. Beispiele: „Red Bull verleiht Flügel“ oder „Aus Freude am Fahren“ (BMW).

Schritt 6: Testen und Feinjustieren

- Überprüfe: Teste deinen Tone of Voice in verschiedenen Kommunikationskanälen (Website, Social Media, Newsletter).
- Feedback einholen: Frage deine Zielgruppe oder Kollegen nach Feedback.
- Anpassen: Verfeinere deinen Tone of Voice, bis er authentisch und klar wirkt.

Schritt 7: Konsistenz sicherstellen

- Richtlinien erstellen: Erstelle einen Styleguide, der deinen Tone of Voice definiert und sicherstellt, dass er in allen Kommunikationskanälen gleich verwendet wird.
- Geduld haben: Dein Tone of Voice entwickelt sich über Zeit – nimm dir also genügend Zeit für den Prozess.



Dein Tone of Voice ist nicht nur die Art, wie du sprichst, sondern wie deine Marke fühlt. Er vermittelt nicht nur Informationen, sondern schafft eine emotionale Verbindung zu deiner Zielgruppe. Den richtigen Tone of Voice zu finden, ist ein Prozess, der Zeit, Reflektion und manchmal auch ein wenig Experimentieren erfordert.

Für die Umsetzung:

- Sei geduldig: Dein Tone of Voice entwickelt sich mit deinem Unternehmen. Nimm dir die Zeit, verschiedene Tonalitäten zu testen und herauszufinden, was am besten funktioniert.
- Bleibe flexibel: Dein Tone of Voice sollte konsistent, aber nicht starr sein. Lass Raum für Anpassungen, wenn sich dein Unternehmen oder deine Zielgruppe weiterentwickeln.
- Dokumentiere deinen Fortschritt: Halte deinen Prozess fest und dokumentiere deinen Tone of Voice in einem Styleguide, den du mit deinem Team teilen kannst, um eine einheitliche Kommunikation zu gewährleisten.

