

Tonalita značky

Klíčová slova

--	--	--	--	--

Jaká tonalita není

--

Příklad Kokoza: Tonalita značky je přátelská, pozitivní, inspirativní, otevřená, realistická, hravá, profesionálně vtipná, má flow a specifický „kompostyl“ (To je hlína..., I my to občas pohnojíme..., Přinese vám ovoce...). Naopak tonalita není ukřižovaná nebo příkazující.

Referenční situace

případ komunikace:

--

klíčová slova:

--

jak značka mluví:

--

jak značka nemluví:

--

argumentace:

--

Příklad Kokoza – fakturace: Ano: S láskou ke kompostu vám fakturujeme... Po proplacení prosím zrecyklujte. Ne: Fakturujeme vám realizaci workshop na téma kompostování.

Pravidla pro komunikaci značky

--