

## TONE OF VOICE БРЕНДОВ

В настоящее время социальные медиа приобрели особое значение. Для привлечения внимания клиентов бренды используют различные инструменты. Одним из них является *tone of voice* (ToV, или голос бренда).

*Tone of voice* представляет собой манеру общения с особой тональностью, характерной для конкретного бренда. В контексте связей с общественностью речь идет о модальности, тональности и риторике, которые присутствуют во всех сообщениях компании, транслируемых через разные каналы коммуникации

Данный инструмент определяет эмоции бренда и способствует выстраиванию ассоциативных связей с целевой аудиторией. Голос бренда позволяет решить несколько важных задач для бизнеса, а именно: передача главных ценностей бренда; отражение его предназначения, индивидуальности и характерных отличий. По языку, на котором компания общается с аудиторией, можно понять ее позиционирование на рынке, а также определить приоритетные для нее категории клиентов. Также *tone of voice* позволяет заявить о себе и выделиться в конкурентной среде, установить прочный эмоциональный контакт с аудиторией, добиться узнаваемости на рынке и продемонстрировать смыслы, заложенные при создании бренда.

Голос бренда может быть различным: формальным или неформальным, серьезным или веселым, дерзким или уважительным. Выбор тональности сообщений компании зависит от характеристик целевой аудитории.

Это важный элемент фирменного стиля, который помогает уверенно позиционироваться и продвигаться в выбранной нише, при этом регулярно привлекая новых клиентов.