

NOBILI

MANUAL DE IDENTIDADE VERBAL

Este documento tem por função apresentar os elementos da identidade verbal da empresa.

A base de uma boa Identidade Verbal é a definição clara, objetiva e inteligente do seu tom de voz, ou seja, os conjuntos de atributos que definem o estilo de comunicação da marca. O tom de voz inspira e orienta o jeito de falar e escrever, e transmite o posicionamento da Nobili para todos os públicos, internos e externos.

Este manual contém exemplos de aplicações, para que seja percebida a totalidade do tom de voz que será usado, sempre tendo conexão com a identidade visual e sensorial, tornando a marca forte e conectada com a equipe e os locatários.

Todas as informações aqui apresentadas possuem um conjunto de fatores sendo levados em consideração para sua criação, composição e definição, sendo os principais: atributos empresariais, cultura interna (junto à equipe de colaboradores e locatários) e externa (junto ao cliente e o mercado), valores da marca e objetivos.

Trabalhamos com clientes diretos (os profissionais e empresas que irão ocupar nossas salas) e indiretos (os clientes dos nossos clientes).

1. Nosso Tom de Voz

Inteligente: utilizamos nosso conjunto de habilidades para tornar os momentos proveitosos e agradáveis, sem perder o propósito. Compreendemos nossos clientes diretos e indiretos com facilidade, o que otimiza a comunicação e também o tempo deles. Sabemos do que estamos falando e entendemos o que ouvimos.

Calmo: estamos sempre dispostos a ouvir as necessidades dos clientes diretos e indiretos para compreendê-los e comunicarmo-nos de forma serena, calorosa e tranquila. Em situações de tensão transmitimos tranquilidade, produzindo quietude e confiança para os nossos clientes.

Útil: nossa comunicação transmite certeza, confiança e firmeza. Tornamos as experiências mais proveitosas através do nosso atendimento. Queremos que nossos clientes sempre vejam nossa relação como vantajosa para eles, não só pela necessidade que possuem, mas pela forma em que atendemos a essas necessidades.

Sério: mantemos a integridade do nosso caráter, da nossa cultura empresarial. Isso não nos impede de sermos simpáticos. Só quer dizer que brincadeiras não são prioridade. Falamos com sobriedade, de forma metódica, sincera, realista e honesta, sempre protegendo a dignidade de todos.

Amigável: somos afetuosos e prezamos pelas boas relações. Tratamos nossos clientes e as demais pessoas de forma cordial, inspirando simpatia, amizade e confiança. Queremos ajudar e favorecer ao máximo nossos clientes. Somos vistos como aliados, interessados na qualidade, felicidade e defendendo a satisfação e produtividade.

Moderno: vivemos o hoje, o atual, o agora. Contemporaneidade faz parte do nosso perfil. Queremos descomplicar. Acompanhamos a evolução das ideias, hábitos e gostos.

2. Sobre o Que Falamos

Nossos temas principais para falar com o público são sobre o universo corporativo, empreendedorismo, história de Pelotas e aspectos relacionados ao Casarão 3, como a sua história, curiosidades e o processo de restauro, além de outros assuntos relevantes para o nosso cliente.

Temos um olhar atento às tendências, às redes sociais e às mudanças de comportamento. Isso nos ajuda a falar sobre o que realmente interessa de forma clara e inteligente.

Antes de escrever ou falar, pensamos sobre o contexto e em quem está lendo ou escutando nossa mensagem, e nos adaptamos às diferentes situações e públicos, sempre mantendo o tom de voz estabelecido.

3. Como Falamos e Escrevemos

Falamos de uma forma para que o cliente se sinta único, recebendo toda atenção durante o momento da conversa. Não nos vemos sempre, mas quando nos vemos, é tempo de qualidade e de ter uma excelente experiência relacional.

Não falamos rapidamente. Falamos de forma organizada, clara e com propriedade. Com tom coloquial, porém sem gírias, mantemos a conversa em uma tonalidade de voz contínua. Se alguém está com pressa, não somos nós.

Escrevemos de forma clara. Não temos abreviações informais. “A” é a regra, a terceira pessoa do singular é a forma como nos expomos. Nós somos A Nobili, fazemos parte dela.

Gentileza está no nosso sangue. Queremos dar “bom dia” e saber se está tudo bem. Todos devem perceber que realmente nos importamos com o seu bem-estar.

4. Como Não Falamos

Não somos ríspidos, apressados e desinteressados.

Não utilizamos gírias e abreviações. A informalidade tem um limite lógico: clareza. Se alguém não entende o que foi dito, a comunicação falhou.

Não somos desinformados. Sabemos o que está acontecendo, e se não soubermos, proativamente descobrimos e comunicamos.

Não mentimos para tentar nos livrar de alguém e não prometemos o que não podemos cumprir. Toda nossa comunicação transpira sinceridade e confiança.

Não somos mal humorados, mas também não somos falsos e/ou irritantes. O equilíbrio, bom-senso e discernimento de momento permeia nossos diálogos com bom humor.

Somos inteligentes, mas não de uma forma arrogante e conclusiva, que não proporcione reflexões e interesse.

5. Exemplos

1. ATENDIMENTO PRESENCIAL:

Boa tarde, Daniel. Tudo bem? No que posso te ajudar hoje?
Claro, vou fazer a busca no sistema. O sistema me mostrou que temos horário para a reunião hoje às duas horas da tarde. É ok pra ti?
Ótimo! Está marcado.

2. POSTAGEM FACEBOOK:

Passado e futuro andam juntos no presente. A Nobili é um espaço estabelecido em um casarão tradicional, localizado na Praça Coronel Pedro Osório, totalmente reformado e pensado para empresas e profissionais exigentes que acreditam que o mundo corporativo não fica parado.

#nobili

3. SLOGAN:

Nobre como você.