

Ääni tekee brändistä karismaattisen

Monelta brändiltä puuttuu vielä audion brändbookki. Kun lukijoista on tullut katselijoita ja kuuntelijoita, äänimaailman haltuunotto kannattaa ottaa työpöydälle per heti.

"Miltä yrityksesi, tuotteesi tai palvelusi kuulostaa?", on vähintään yhtä tärkeä kysymys kuin miltä näytät. Miltä tunnut liittyy kohtuu voimakkaasti siihen miltä kuulostat.

Karismaattisuus on kolmen asian kertolaskua: Osaamista, paatosta sekä persoonaa. Nappaa suunnittelijoitasi kädestä kiinni ja tee harjoitukset siitä, millainen äänimaailma tukee asiakaskokemusta ja tunnesidosten muodostumista. Päätä yrityksesi kansallislaulu, mutta ota pöydälle myös yksityiskohdat. Ihan samalla tavalla, kuin Mersun tekijät tietävät miltä sulkeutuvan oven pitää kuulostaa. Ääni on yksityiskohtia - ei pelkkää musiikkia. Sosiaalinen media on täynnä ääniä, osa digipolusta voisi olla äänirikkaampaa. Kiitos voisi olla palvelussa sanottuna, ei kirjoitettuna. Tätä luovuutta haastan meille kaikille.

Palvelumuotoilu audiolla on todennäköisesti lähiaikojen puheenaihe.

Ääni koukkaa ohi suojauksen. Ihminen torjuu uusia viestejä. Maku, haju ja ääni ovat meillä vielä savannille kehittyneessä muodossa. Ohitat esteet, kun vaikutat äänellä.

Kuulemiin.



Veli-Pekka Ääri
Kaupallinen johtaja, Tokmanni

