

Bonus, který ve videu nezazněl

Aby ti tento bonus k něčemu byl, musíš už svou cílovku znát. Nyní budeš vytvářet svůj autorský styl, neboli komunikační tón, kterým budeš promlouvat skrze články na své čtenáře.

Popravdě bys měl tímto tónem promlouvat na všech svých kanálech - na sociálních sítích, v newsletteru, skrze obsah tvých služeb a produktů. Komunikační tón by měl být jednotný, ať nemateš uživatele. Je to jako tvůj rukopis, je jedinečný a čtenář tě tak pozná, aniž by se díval, kdo je autorem článku/příspěvku/produktu. Tón tě odlišuje od konkurence a navozuje pocity u čtenářů. Měl bys ho mít.

Definice komunikačního tónu

Jsi to ty. Tak jak mluvíš, když nad ničím nepřemýšlíš. Lidově řečeno: “Jak ti zobák narostl.”

Obecně se rozlišují tyto komunikační styly:

- spisovná/obecná čeština, ale psát se dá i slangem
- tykání/vykání (a to už vůbec nemluvím o v/V nebo t/T)
- formální nebo uvolněný styl psaní
- odborný nebo spíše laický pohled na věc
- zda jsou v článku zastaralá slova či naopak se přejímají anglicismy
- strohost anebo květnatost textu

Já například jsem květnatá, nepoužívám cizí slova (přejatá z angličtiny), tykám, slang nepoužívám. Nejsem příliš formální a odbornost nepřeháním. Píšu víc po moravsku a klidně dávám koncovku u na místo i. Mám ráda vycpávková slova, například: no, že, inu... Ráda si ze sebe dělám srandu i v článku. Mám radši humorný styl, než nějaké strohé vyprávění.

A teď se zamysli ty, jakým stylem mluvíš s kamarády, kde se připadáš přirozený. Přesně takto i piš. Samozřejmě by to mělo rezonovat s tvou cílovkou. Pokud tě sledují manažeři a ty spustíš ostravským slangem plný vulgarismů, asi to nebude to pravé ořechové. Já si žoviální hravý styl u své mladé cestovatelské cílovky mohu dovolit.

Cvičení

Doporučuji se přihlásit k odběru newsletterů u [Woox](#). Případně sledovat texty na [Zoot](#). Oba obchody (portály) se vyznačují neotřelým komunikačním stylem. Rozhodně nejsou po proudu a dá se od nich leccos odkoukat.