



Danske Murermestre – *tone of voice*

Retningslinjer for klar og troværdig kommunikation på Danske Murermestres eksterne kanaler.

Dette dokument beskriver kort og godt Danske Murermestres tone of voice – altså den måde, vi ønsker at kommunikere på udadtil.

Tone of voice handler ikke om, hvad vi siger, men om hvordan vi siger det. Det handler om den stemme og det sprog, vi bruger. I alt fra hjemmesidetekster og sociale medier til mails, nyhedsbreve, foldere og skrivelser ud ad huset.

En tydelig og genkendelig tone styrker vores identitet og gør det lettere for både medlemmer, samarbejdspartnere, medier og offentligheden at forstå og engagere sig i vores budskaber.

Denne tone of voice er især udviklet med tanke på, at vores målgruppe primært er praktikere – mennesker med faglighed og erfaring, som forventer **klar, direkte** og **jordnær kommunikation**. Vi vil ikke møde vores medlemmer og interessenter med tung og akademisk kommunikation, som skaber distance.

Hvem kan bruge dette dokument?

Tone of voice-dokumentet er et arbejdsredskab til:

- ≡ Medarbejdere i Danske Murermestre, der skriver nyheder, mails, opslag, breve m.m.
- ≡ Eksterne kommunikatører og samarbejdspartnere, fx skribenter eller bureauer
- ≡ Alle, der har behov for at forstå og anvende vores måde at kommunikere på.

Uanset format eller platform gælder:

Vi vil være saglige og professionelle – men altid i øjenhøjde.



Kontakt os ☎ 7216 0116 ✉ kto@di.dk

Læs mere om Danske Murermestre på vores hjemmeside danskemurermestre.dk.





Tone of voice – retningslinjer for ekstern kommunikation

1. Saglig og professionel – men i øjenhøjde

Vi siger:	"Vi står klar til at rådgive dig om de nye regler om asbest i byggebranchen."
Ikke:	"Der tilbydes rådgivning om myndighedernes skærpede uddannelseskrav til asbesthåndtering i byggebranchen."

2. Åben og ærlig – anerkend udfordringer samtidig med at du viser løsninger

Vi siger:	"Vi ved, at omstillingen for nogle medlemmer kan være krævende – men vi står klar til at hjælpe."
Ikke:	"Omstillingen har været nødvendig og forventes ikke at være til nævneværdig gene for medlemmerne."

3. Ukompliceret og let at forstå

Vi siger:	"Muret byggeri holder ofte i flere hundrede år og kræver minimal vedligeholdelse."
Ikke:	"Den kompressive styrke og levealder af murværkskonstruktioner er velbelyst i empirisk byggedesign."

4. Direkte tiltaleform – "du"/"dig" (i stedet for "man"/"jer"/"I")

Vi siger:	"Har du spørgsmål til certificering? Vi hjælper dig videre."
Ikke:	"Man kan rette henvendelse til sekretariatet, som vil bistå jer med vejledning."

5. Komplekst indhold altid gjort letforståeligt

Vi siger:	"Med facadeisolering sparer du 30-40 % på varmeregningen, viser de nyeste undersøgelser."
Ikke:	"Nyligt gennemførte komparative studier foretaget af Teknologisk Institut indikerer, at facadeisolering kan spare husejere for estimeret 30-40 % på varmeregningen."

6. Uhøjtideligt, men ikke "ungdommeligt"

Vi siger:	"Taget på Munkebjerg Hotel var ved at lette, da bestyrelsen løftede sløret for Danske Muremestre."
Ikke:	"Vores über-cool bestyrelse gav medlemmerne smæk for murerskillingen, da de flashede Danske Muremestre."

Eksempler: Hjemmeside, SoMe, mails

KANAL	ØNSKET STIL	UØNSKET STIL
Hjemmeside	"Her finder du en kvalificeret muremester i dit område."	"På det interaktive kort gives du mulighed for at fremsøge virksomheder regionalt."
Facebook-opslag	"Kom og oplev flisemuredysten på Folkemødet – du genkender os på de røde landsholdstrøjer!"	"Vi inviterer interesserede til Folkemødet, hvor der afvikles en konkurrence i flisemuring."
LinkedIn-opslag	"Vi ønsker at gøre det tydeligt for vores medlemmer, hvad det koster at være en del af Danske Muremestre."	"Med prisberegneren stiller Danske Muremestre en prissammenlignende ressource til rådighed for medlemmerne."
E mail/brev	"Hej Jens, vi glæder os til at byde dig velkommen på vores gratis bustur til EuroSkills."	"Til orientering vedlægges her detaljer vedrørende deltagelse i EuroSkills og bustransport til samme."

Designmanual

Når det er muligt, skal designmanualen altid følges i ekstern kommunikation, der udgår fra Danske Muremestre. Det vil sige retningslinjerne for brug af fonte, farver og logo.

Dette er ikke altid muligt, for eksempel kan vi ikke frit vælge font på sociale medier. Men for alle materialer vi selv producerer og hoster, skal retningslinjerne følges.

Du finder designmanualen på vores hjemmeside eller ved at skrive til danskemuremestre@di.dk.