

Tonos de Voz

Es la personalidad verbal de la Marca, la forma en que habla, el estilo y la emoción que transmiten en su comunicación. Va más allá de las palabras e incluye el lenguaje e incluso la actitud que la marca adopta en sus interacciones en diferentes contextos. Ayuda a crear una conexión emocional con sus públicos, siempre comunicándose con propiedad. Nuestra voz está compuesta por 3 tonos que se complementan en cada comunicación:

Valoriza Relaciones

Nuestra presencia y el cuidado se traducen en una forma de hablar que valora las relaciones a través de las personas y con la tecnología.

Se puede:

- Incluir la Marca como un agente activo en el entorno de las personas, hablando en primera persona del plural.
- Utilizar verbos y sustantivos que hagan tangible la proximidad, haciendo referencia al uso de nuestros productos y servicios (por ejemplo: "a un toque", "a una mirada", "basta con llamar", "siempre conectados").
- Demostrar, en situaciones posibles del mercado y del día a día, cómo y de qué manera estamos acercando a las personas, ampliando significados (por ejemplo: “nuestra cámara le acerca a su mascota, incluso estando en otro país”).
- Reforzar en diferentes puntos de contacto que entre el público y la Marca hay personas dedicadas (por ejemplo: “profesionales que piensan y ejecutan para usted”).

No se puede:

- Exagerar en los comandos de proximidad; evitar términos demasiado cálidos para no sonar cursi (por ejemplo: “nuestra tecnología abraza su hogar”).

Saber Confiado

Se comunica como la experta que es, transmitiendo su conocimiento con confianza y objetividad, reflejando su innovación.

Se puede:

- Transmitir confianza con frases en imperativo y afirmaciones que destaquen la autoridad en el tema.
- Traer la información más relevante al título, destacando lo que importa, asegurando objetividad en el mensaje.
- Crear listas, infografías, textos en formato de ítems y paso a paso para contextualizar términos técnicos.
- Revelar las credenciales de Intelbras cuando sea necesario, adaptándolas a cada público (por ejemplo: “son decenas de cursos exclusivos que ya han formado a miles de prestadores de servicio y técnicos”; “un servicio reconocido y premiado, listo para usted”).

No se puede

- Resumir excesivamente el texto o usar un tono autoritario al hablar; debe ser objetivo y simple, sin perder el contenido o sonar arrogante.

Inspira Sorpresas

La manera en que Intelbras actúa sorprende. La intención es añadir una capa de encanto a nuestra expresión, mostrando cómo nuestra entrega puede ser increíble.

Se puede

- Usar expresiones que resalten el encanto en el texto; emplear lenguaje figurado para hacer lo sorprendente algo posible, ampliando significados (por ejemplo: “El sol puede ser su mejor visita. Placa solar Intelbras...”).
- Traer palabras relacionadas con el propósito de Intelbras que comiencen con la letra “i-” y la sílaba “in-”, para generar un territorio de reconocimiento (por ejemplo: inteligente, increíble, inspirador, invención).
- Ampliar los sinónimos de “resolver” en la narrativa, extendiendo su significado (por ejemplo: resolver significa mejorar el día, cuidar a la familia).
- Crear textos que compartan no solo el punto de vista de Intelbras en el discurso, sino que incluyan al público como interlocutor, como alguien que vive nuestra experiencia.
- Resaltar la grandeza de los proyectos en los que Intelbras está involucrada, atribuyendo relevancia en diferentes dimensiones; posicionar a Intelbras como un punto de cambio (por ejemplo: “No es solo un panel solar, es un mundo más sustentable”; “es más que un sistema de cámaras, es bienestar y seguridad en el colegio”).

No se puede

- Usar demasiadas expresiones de encanto; somos sorprendentes y conscientes, no fantasiosos ni deslumbrados al hablar.
- Exagerar con la repetición de “i-” para no perder credibilidad, ni juntar demasiadas palabras que comiencen con “in-”; no debemos crear neologismos para forzar el uso de la «i-»; deben ser recursos puntuales, bien elegidos y contextualizados.

Expresión Verbal

Genera reconocimiento para la Marca. Son campos que podemos apropiarnos, ocupar y explorar con palabras, términos y expresiones para dejar la Marca más reconocible y con más propiedad.

Cuidado que es pantalla táctil.

Protección que pasa por su pantalla.

Basta un toque para ver su sala de estar.

Cámaras para ver a su hijo crecer desde cualquier lugar.

Servicio Intelbras. A una llamada más cerca de usted.

Trae los verbos relacionados a las características de los productos para señalar nuestra proximidad.

Su colaboración es una gran solución.

Nuestro curso lo acerca a nuevas oportunidades.

Ejemplifica cómo participa e impacta en la vida de sus públicos (B2B, B2C, asociados, colaboradores).

Nuestra mejor interfaz es cara a cara
De las manos de nuestros especialistas a la resolución de su proyecto

Refuerza el valor de la interacción humana en los textos.

Son cientos de especialistas de Intelbras colaborando con la seguridad de su ciudad.

Muestra la presencia de las personas en diversos proyectos.

Especialistas en resolver.

Exploramos tecnologías globales.

Impulsa la industria al agronegocio.

Soluciones en seguridad para conferencias o festivales.

Frases afirmativas que otorgan autoridad a la Marca.

Nuestras innovaciones mejoran su tienda y su facturación.

Aquí, el único secreto es la contraseña que usted ingresa.

Transmite seguridad al abordar diferentes temas.

5 pasos para hacer que la operación de su empresa sea aún más integrada.

Trae listas y pasos que comunican su know-how con más practicidad.

Acceda a lo increíble.

Increíble es facilitar la vida.

Inusitado es mejorar su día.

Innovación es estar cerca de usted.

Inteligencia es conocer su realidad.

Conectados con lo inusitado.

Trae palabras que atraviesan la Personalidad de Intelbras y comienzan con la letra “i” para generar reconocimiento.

Abro la puerta solo con la mirada. Su empresa más inteligente con reconocimiento facial.

Converse con las paredes. Su casa más intuitiva con el comando de voz.

Destaca el encanto en títulos inesperados desde el punto de vista de la Marca o del público.

Revender Intelbras es invertir en la mejor solución.

Ser Intelbras es instalar más sustentabilidad.

Elabora títulos inspiradores, atribuyendo relevancia a personas, productos y servicios.

Su proyecto inspira a Intelbras.

Impactar Brasil es parte de nuestro plan.

Trae grandeza al contexto de los proyectos en los que se involucra.