

Esimerkkejä

TUNNISTATKO KIELIKUKKASET?

Tosielämän esimerkkejä huonosta markkinointikielestä

ESIMERKKI 1

Tarjoamme asiakkaillemme markkinointiviestinnän kielenhuoltopalvelua.

Mietitään – tarjoaako mikään yritys palveluja muille kuin asiakkailleen? Tuskin. Kun kyseinen lause on yrityksen omilla verkkosivuilla, toimijaa ei tarvitse personoida. Lienee myös itsestään selvää, että kielenhuolto on palvelua. Lisäksi tarjoaminen voidaan käsittää vastikkeetta tapahtuvaksi toiminnaksi. Kohdassa, jossa teksti esiintyi, toimisi paremmin suora väittäminen. Sen perässä ei tarvita pistettä.

Markkinointiviestinnän kielenhuoltoa

ESIMERKKI 2

Asiakaspalvelutiskimme sijaitsee hotellin aulassa. Sieltä saatte tietoa ja apua käytännön asioihin.

Ei ole uutinen, että asiakaspalvelu sijaitsee, koska ainahan se jossain sijaitsee. Ei myöskään ole uutinen, että hotellin asiakaspalvelu sijaitsee nimenomaan hotellin aulassa. Myös se lienee itsestään selvää, että palvelu on tarkoitettu asiakkaille. Viesti voisi olla ytimekkäämpi ja ystävällisempi.

Aulassa on palvelupiste, joka auttaa ja neuvoo käytännön asioissa.

ESIMERKKI 3

Huonepalvelumme palvelee teitä 24 tuntia vuorokaudessa, aamiainen 24h.

On tarpeetonta korostaa, että huonepalvelu palvelee. Se on kehäpäätelmä, joka ei tuo virkkeeseen lisäarvoa. Lisäksi peräkkäiset lauseet toistavat samaa sisältöä. Virkkeen jakaminen erillisiksi lauseiksi selkeyttäisi viestiä.

Huonepalvelu on käytettävissä kaikkina vuorokaudenaikoina. Aamiainen saatavilla mihin aikaan tahansa.

ESIMERKKI 4

Saunaosastolta löytyy 4 saunaa sekä poreallas. Yhdessä saunoista löytyy jopa näköala!

Numerot yhdestä kymmeneen tulisi kirjoittaa kirjaimin. Sanavalinnat ovat vanhahtavia, ja saman verbin käyttäminen peräkkäisissä lauseissa on latteaa. Näköala on mukava yksityiskohta, mutta se hautautuu kielioppivirheeseen. Huutomerkki on turha, koska kiinnostavinta asiaa voi korostaa siirtämällä sen luettelon alkuun.

Saunaosastolla on näköalasauna, kolme muuta saunaa ja poreallas.