

M. Yapar

Reklam & PR Hizmetleri

“
EN İYİ
EN DOĐRU
REKLAM
STRATEJİ VE
TASARIM İLE
ORTAYA ÇIKAR
”

M. Yapar

T A S A R I M C I



?

N E L E R

● Y A P I Y O R U Z

M. Yapar

TASARIMCI



- Marka -
- Marka Kimliği -
- Pr -
- Kurumsal İletişim -
- Medya Planlama -
- Reklam Danışmanlığı -
- Adverse Pr -
- Logo -
- Kurumsal Kimlik -
- Animasyon -
- Grafik Tasarım -
- Web Tasarım -
- Sosyal Medya -
- Matbaa Baskı -
- Dijital Baskı -
- Uygulama -
- İndoor Application -
- Outdoor Application -
- Mimari Projeler -
- 3D Mimari -

M. Yapar

TASARIMCI



“
**DAİMA
GÖRÜNENDEN
DAHA
FAZLASI
VARDIR
MÜKEMMEL
DÜŞÜNEN
İNSAN GÖREN
İNSANDIR**

”

M. Yapar

T A S A R I M C I

MARKA

Marka nedir?

Marka

Kaynak gösteren işarettir.

Garantinizi veren işarettir.

Reklamınızdır.

Bilinirliğinizdir.

Tüketicinin seçimidir.

Firmanızın değeridir.

Prestijinizdir.

Saygınlığınızdır.

Bir işletmenin her şeyidir.

Arz edilen mal ve hizmetlerden seçilmeniz, sunduğunuz mal ve hizmetlere kendi imzanızı atabilmeniz ancak bir markanız olmasıyla gerçekleşir. Var olabilmeniz bilinmenize, bilinmeniz markanıza bağlıdır, sizin mal ve hizmetlerinizin imzasıdır.

Rakiplerinizden sıyrılıp bir adım öne geçmek için bir marka ihtiyacınız var.

Marka buluyor markalar yapıyoruz.

TSE Bünyesinde yer alan marka tescili işlemlerini uzman marka patent danışman partnerlerimizle araştırıyor ve tescilliyoruz.

Tescil markanızın ruhsatıdır.

Markanız %100 işletmenizin olsun.

M. Yapar

MARKA KİMLİĞİ

Marka kimliği, marka yöneticileri tarafından oluşturulan, markaya yön, amaç ve anlam kazandıran unsurdur.

Nasıl nüfus cüzdanı insana herhangi bir insan olmaktan kurtarıp ona bir ad kazandırıyorsa marka kimliği de markayı diğer markalardan ayıran en önemli etkenlerden biridir.

Marka kimliği, fonksiyonel, duygusal veya kişisel faydaları içeren değer önermesi yaratarak marka ile müşteri arasında bir bağ kurmayı sağlar.

Marka kimliği dört bakış açısı etrafında toplanmış on iki boyuttan oluşmaktadır. Bunlar, ürün olarak marka, kurum olarak marka, kişi olarak marka ve sembol olarak markadır.

Marka kimliği yapısı, öz kimlik ve genişletilmiş kimlikten oluşur.

Bu süreç başlar ve marka hayatı boyunca dönem dönem revizelerle ve ya imaj değişimleri ile sürekliliğini devam ettirir.

Çok geniş bir alanı kapsayan marka kimliği süreci temel olarak sağda ki kısımların bir araya gelmesi ile başlar

- Logo
- Kurumsal Kimlik
- Tasarım Dili
- Misyon
- Vizyon
- İletişim Dili
- Davranış Yapısı
- Kültür Anayasası

M. Yapar

LOGO

Logo'nun Önemi

Bir firmanın ya da ürünün soyut olan bir sözcük olan markasının somut hale dönüşmesi, diğer firmalardan biçim anlamında ayrılabilmesi için logosunun ya da ambleminin oluşturulması gerekmektedir. Günümüzde bu iki sözcükte ayrı ayrı kullanıldığı gibi, beraber olarak logo ismi ile kullanılmaktadır.

Profesyonel olarak hazırlanan bir logo şu unsurları içinde barındırmalıdır.

- Logo ilgili olan ürünün ya da kuruluşun tüm özelliklerini yansıtmalıdır. Bir kadın ürünü için inşaat sektörü yapısına uygun olan yazı karakterlerinden yardım alınmamalıdır.
- Her insanın kişiliği bulunur, bunun gibi her kuruluşunda bir kişiliği bulunur. Amblem bu kişiliği yansıtmalı ve mesajını da üzerinde taşımaktadır.
- Özgün olmalıdır, logo ve amblemin yapılış amacı olan ayırt edici özelliklerini üstünde taşımalıdır. Başka örnekleri çağrıştırırsa ya da bilinmekte olan amblem kopya olarak alınmışsa hiçbir şekilde etki sağlamaz, tam aksine olumsuz bir imajın ortaya çıkmasına sebep olur.
- Biçim ve renk olarak bütünlük taşınmalı ve değişik yerlerde kullanılacağı kesinlikle akıldan çıkartılmamalıdır. Logo ve amblem küçültüldüğü zaman ayırt eden özelliklerini kesinlikle kaybetmemelidir.

M. Yapar

KURUMSAL KİMLİK

Kurumsal Kimliğin Önemi

Kurumsal kimlik olarak nitelendirilen kavram aslında adından da rahatlıkla anlaşılacağı gibi bir firmanın, kurumun, vakfın ya da bu tip başka oluşumların hem şirket içinde hem de şirket dışında duruşunu, davranışını, imajını temsil eden kavram, yani şirketin kimliğidir.

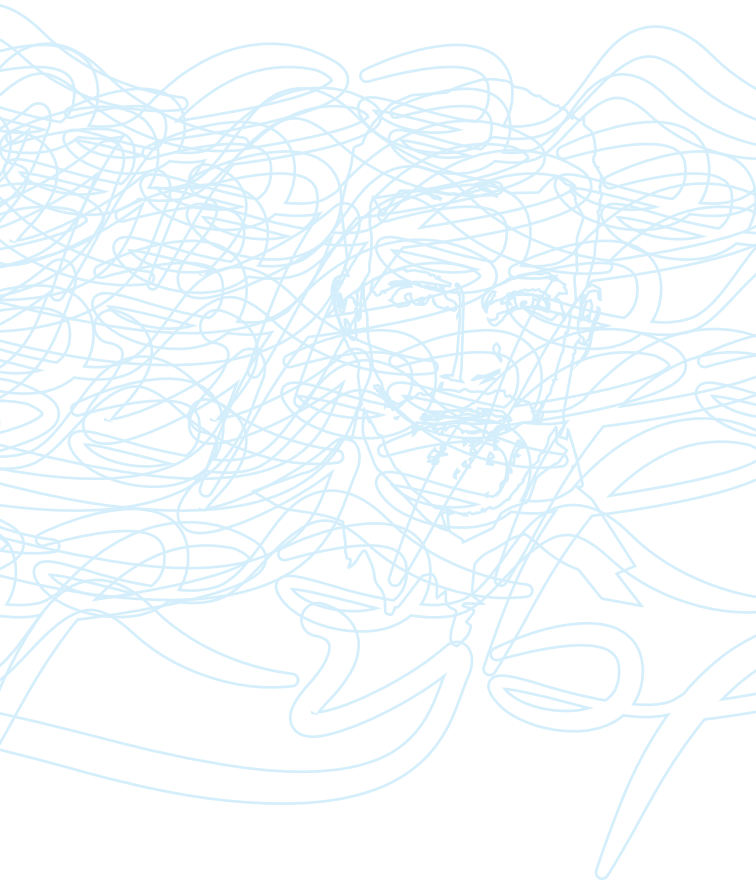
Bir başka deyişle kurumsal kimlik firmanın iç ve dış dünyadan görünen yüzüdür. Kurumsal kimlik firmalarda ortaya çıkabilecek olan kimlik kargaşasını yok eder. Aynı zamanda iyi tasarlanmış bir kurumsal kimlik firmaların, müşterilerin ya da hitap edilen hedef kitlenin gözünde prestij kazanmalarını, firmaların saygınlığının artmasını sağlar. Ayrıca, etkili ve akılda kalıcı şekilde oluşturulmuş bu kimlikler firmalar tarafından da özümsemiğinde, müşterilerin gözünde firmalara olan güveni artırarak, firmaların akıllarda daha çok yer etmesine olanak sağlar.

Kurumsal kimlik tasarım ve basılı materyalleri ile markanın yapısına faaliyetine ve etki çevresine göre temelden ikiye ayrılır.

· Ön Kurumsal Kimlik

- Logo
- Logo Kullanım Şekilleri
- Oran Orantı
- Dinamik Kuşak Tasarımı
- Kartvizit
- Antetli Kağıt
- Zarflar
- Sunum Dosyaları
- Araç Tasarımları
- Tabela Totem
- Araç Kartı
- Personel Kartı
- İrsali Fatura
-

M. Yapar



M. Yapar

Reklam & PR Hizmetleri

0 531 993 80 25