

GÖRSEL MARKA KİMLİĞİ TASARIMI

/ GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI

PORTFOLYO › KORAYKISLALI.COM

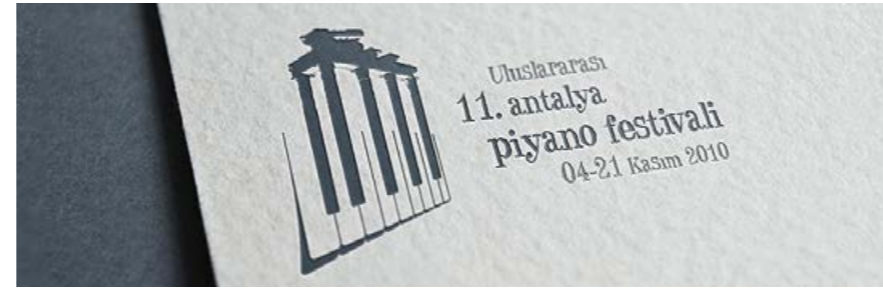
Kısa tanımıyla **“marka kimliği”**, bir marka'nın kendisini ifade ettiği ve müşterilerinin marka'yı tanımlarken ilişkilendirdiği anlamlar topluluğu olarak tanımlanabilir. “Marka Kimliği” ya da bir diğer adı ile “Kurumsal Kimlik”, bir marka'nın ürün ve hizmeti ile sahip olduğu değerler, gerçekleştirdiği faaliyetler ve hedeflerini içeren tüm faktörlerin toplamını temsil etmektedir. Başarılı bir “marka kimliği”, halkla ilişkiler, psikoloji, sosyoloji, pazarlama, tasarım gibi farklı disiplinlerin entegrasyonundan oluşmakta ve bu disiplinler arası gerçekleştirilen çalışma süreci ile bu alanlarda marka'ya ilişkin normlar belirlenmektedir.



Marka kimliği geniş anlamıyla, kurumdaki bireyler arası kurum içi ilişkileri ile kurumu temsil eden herhangi bir noktanın dışarıya ile olan tüm ilişkilerini kapsamaktadır. Bu kapsamda oluşturulan “marka kimliği”, süreçte sürdürülen ve geliştirilen bir **“kurum kültürü”** haline dönüştürülmelidir.

Bu süreçte planlanan ve gerçekleştirilen tüm çalışmalar, bir marka'nın nasıl algılanacağını, nasıl anılacağını, nasıl hatırlanacağını, müşterilerine gösterdiği dışa açılan yüzünün ne derece güven verici – ikna edici olduğunu belirleyen **bir ‘itibar’ çalışmasıdır**. Bir marka'nın sermayesi, üretimdeki özeni, çalışanların özverisi ve diğer tüm sosyolojik ya da teknik bileşenleri temsil eden ‘marka kimliği’, belirlenen bu ‘itibar’ ile müşterilere ulaştırılır.

Günümüzdeki rekabet ortamında, diğerlerinden farklılaşmak-sıyrılmak, başarılı ve sürdürülebilir neticeler elde etmek, burada bahsi geçen **“itibar”a yapılan yatırım ile doğru orantılıdır**.



LOGO TASARIMI

Literatürde geçen tanımı ile ‘logo’, bir marka'nın taşıdığı tüm değerlerin, bir simge ya da bir yazı olarak tasarlanmış halidir. Görsel marka kimliğinin en önemli ve en temel unsuru olan “logo”, ilgili marka'nın karakterini, duruşunu ve **“ne olduğunu” anlatan bir imzadır**.

Bir marka'nın temsilcisi olan “logo”, süreçte zamanın gereklerine ayak uydurabilmesi için gerektiğinde geliştirilebilir-güncellenebilir. Ancak logo'nun oluşturulma sürecinde, hayati öneme sahip teknik kriterleri göz ardı eden bazı markalar, çok sık logo değişikliğine gitmekte; bu da kitlelerin gözünde imzalarını değiştiren bireyler, karakterini sık değiştiren kişiler gibi algılanmakta ve istikrarsız-sağlıksız bir gelişim olarak ortaya çıkmaktadır.

Logo'nun görünebilir, okunabilir, uygulanabilir, sürdürülebilir, geliştirilebilir, modern, sade ve basit yapıda olması gibi teknik gereklilikleri yanında; biçim ve renklerin psikolojik ve sosyolojik etkileri de bu sürece önemle dahil edilir.

Çünkü **insanlar bir marka'yu (logo'yu), bir başka insan gibi algılar** ve zihinlerinde “bohem, enerjik, iyi, kötü, düzenli, karmaşık, güven verici, istikrarsız” ve benzeri özelliklerde tanımlarlar. Bu özelliklerin ne olduğu ise, tüm bu üretim sürecinde gösterilen tecrübe, profesyonellik ve özenli yaklaşım ile belirlenir.

Bu gerekçelerle üretilen birkaç “logo tasarım” örneğini bu bağlantılarda görüntüleyebilirsiniz; [örnek 1](#), [örnek 2](#), [örnek 3](#), [örnek 4](#)

LOGO KULLANIM KILAVUZU TASARIMI

Bir marka'nın itibarını temsil eden ‘logo’nun, tasarımı-üretimi sırasında ortaya çıkan görsel-teknik normların, aynı kriterlerde, aynı özenle uygulanabilmesi ve gerçekleştirilebilmesi için, uygulama sırasında **kılavuzluk-rehberlik eden bir kurallar bütününe** ihtiyaç duyulmaktadır.



Bir logo'yu oluşturan, biçim, renk, tipografi gibi teknik özellikler ile farklı zeminde, doğru ve yanlış kullanımları gibi farklı uygulamaları içeren söz konusu “Logo Kullanım Kılavuzu”; herhangi bir yoruma yer verilmeksizin kesin kurallar ile tanımlanan, içeriğindeki teknik talimatlar ile tüm “logo” uygulamalarına rehberlik eden bir kılavuz niteliğindedir.

GÖRSEL MARKA KİMLİĞİ TASARIMI

/ GRAFİK TASARIMCI, KORAY KIŞLALI

Bir markanın bağlantıda olduğu diğer firmalar ile olan ilişkilerinde, marka'nın oluşumu sırasında üretilen "Logo Kullanım Kılavuzu" ile bağlantı kuruyor olması, ilgili marka'nın bağlantıda olduğu tüm noktalarda itibarını önemli ölçüde artırmaktadır. Görsel kimliğe yapılan bu önemli yatırım neticesinde, söz konusu marka'nın bağlantı sağladığı tüm noktalarda "itibarlı" şekilde anılmasına büyük oranda katkıda bulunmaktadır.

Süreçte gerçekleştirilmesi planlanan gazete-dergi ilanları, basın duyuruları, açık hava görselleri, tabela, bayrak-flama gibi uygulamalarda, marka'yı temsil eden, büyük bir yatırım ve emek ile üretilen logo'nun "doğru şekilde" uygulanması, sadece "Logo Kullanım Kılavuzu"nda belirlenen disiplin ve içeriğindeki teknik kurallar ile sağlanabilir.

Bu gerekçelerle üretilen "logo kullanım kılavuzu" tasarımına birkaç örnek; [örnek 1](#), [örnek 2](#)



KURUMSAL KİMLİK TASARIMI

Marka'yı kurum içinde ve kurum dışında temsil eden, iç ve dış yazışmalarda kullanılan; temel olarak dosya, antetli kağıt, zarf, kartvizit ile başlayan ve kurumsal kimliği oluşturan -üzerinde logo'nun olduğu- ilgili tüm evraklardan oluşan görsel-kurumsal kimlik takımının, belirlenen teknik kurallar çerçevesinde tasarlanmasıdır.

Bir marka'nın itibarını oluşturan en önemli unsurlardan biri, **görsel istikrardır**. Bunun sağlanması da, üzerinde logo'nun bulunduğu, marka'yı temsil eden tüm basılı ve dijital evrakların "görsel bütünlük" çerçevesinde üretilmesi ile mümkündür.



Marka'ya ait tüm basılı ve dijital alandaki evrakların-dokümanların ebat, renk ve benzeri teknik uygulama kurallarının belirlendiği; üniformadan flamaya, tabeladan web sitesindeki banner uygulamasına kadar, marka'nın yer aldığı her alandaki uygulamaları kapsayan, disipline eden ve kullanımına yönelik ayrıntılı şekilde rehberlik eden "Kurumsal Kimlik Kılavuzu" ile "görsel marka kimliği" tanımlanmış olur.

Bu gerekçelerle temel evraklar bazında üretilen, birkaç "kurumsal kimlik tasarım" örneği; [örnek 1](#), [örnek 2](#)

Bu yazının oluşumunda faydalanılan kaynaklar;

OKAY, Ayla, Prof. Dr. "Kurum Kimliği", MediaCat Yayınları, Ankara, 2000.
AK, Mehmet, Marka Yönetim Danışmanı, "Kurumsal Kimlik ve İmaj", Halkla İlişkiler ve Grafik Sanatlar Dizisi, İstanbul, 1997. HEPKON, Zeliha, Doç. Dr. "Kurumsal Kimlik İnşasını Belirleyen Faktörler: Bir Literatür Taraması" İstanbul Ticaret Üniversitesi Dergisi.

Bu yazının web versiyonu için [buraya tıklayınız](#).

Koray Kışlalı

Grafik Tasarımcı

koraykislali.com

Faydalı Diğer Hususlar

- › [Görsel Marka Kimliği Tasarımı](#)
- › [Dijital Pazarlama Hakkında Notlar](#)
- › [Masaüstü Prodüksiyon Video Tasarım Örnekleri](#)
- › [Fotoğraf Rötüş ve Renk Düzeltme Uygulamaları](#)
- › [Grafik Tasarım Hakkında Kaynaklar](#)
- › [Sanat Yayınları Hakkında Kaynaklar](#)
- › [Renkli ve Türkçe / Sinema Renk Paleti](#)
- › [Bir Logo'nun Üretim Hikayesi](#)
- › [Tasarım, Sanat ve Benzeri Alanlarda İlham Kaynakları](#)
- › [Reklam, Tasarım, Pazarlama Hakkında Kitap Önerileri - Bölüm I](#)
- › [Reklam, Tasarım, Pazarlama Hakkında Kitap Önerileri - Bölüm II](#)
- › [Türkçe Reklam ve Reklamcılık Kitapları Bibliyografyası](#)
- › [Klasik Müzik, Jazz ve Film Müziği Listeleri](#)
- › [Renkli TV'den Fotoğraf](#)

Basılı ve dijital pazarlama alanında markalar için kurumsal tanıtım ürünleri tasarlamaktayım.

Görsel Marka Kimliği Tasarımı

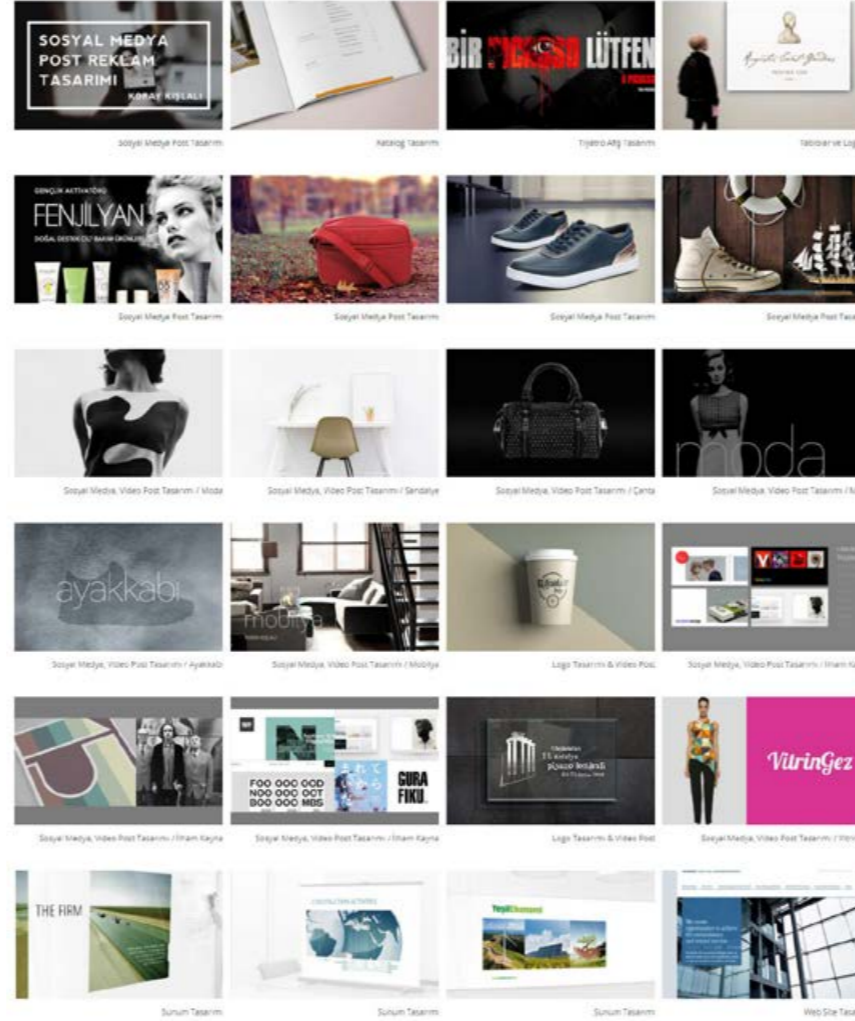
Logo Tasarımı, Logo Kullanım Kılavuzu Tasarımı, Kurumsal Kimlik Kılavuzu Tasarımı, Kurumsal Kimlik Evraklarının Tasarımı

Dijital Pazarlama Tasarımı

Sosyal Medya Post Tasarımı, Kurumsal Web Site Tasarımı, Kurumsal Blog Tasarımı, Toplantı Sunum Tasarımı

Basılı Yayın Tasarımı

Katalog ve Broşür Tasarımı, Gazete & Dergi İlan Tasarımı, Süreli Yayın Tasarımı (Dergi, Bülten vb.), Afiş ve Billboard Tasarımı



Gerçekleştirdiğim reklam ve pazarlama tasarımlarını incelemek için [buraya tıklayınız](#).

Talep ve iletişim için lütfen [buraya tıklayınız](#).

Koray Kışlalı
Grafik Tasarımcı

koraykislali.com

E-Posta:

info[at]koraykislali.com

TWITTER / LINKEDIN / INSTAGRAM

YOUTUBE / BEHANCE / PINTEREST