

zeze atölye

Marka Kimliđi  
Yaratıcı Fikirler Serisi

2019

Tüm Hakları Saklıdır ©



## MARKA TEMELLERİ

### 1. MARKA MİSYONU

#### Görev misyonunuzu yazın.

Hedef kitlenize, neden hizmet verdiğinizi belirlemek, işinizin yolunda gitmesine yardımcı olacaktır. Farklı işleri araştırın ve işinizin temel görevinin ne olduğunu anlamaya çalışın. Herkesin yaptığı şeyi yapmaya çalışmayın, çünkü markanızı öne çıkarmaya yönelik çabalarınız, orijinal olmadıklarında fark yaratmaz.

### 2. MARKA HİKAYESİ

#### Yolculuğunuzu paylaşın.

İşinizin perde arkasına geçin, başa dönün ve nasıl başladığınızı paylaşın. İşletmenizin, hedef kitlenizle nasıl bağlantı kuracağını ve onlara yeni ve daha iyi bir şekilde hizmet vereceğinizi bilebildiğiniz anları paylaşın.

### 3. MARKA DENGESİ

#### Profesyonel ve kişisel olarak nasıl ortaya çıkacağınıza karar verin.

İşletmenizin profesyonel tarafının ve işinizi yürütmek için gerekenlerin dengesini bulun. Sosyal medya, işinizin çekici olan tarafını paylaşmak için harika bir yoldur. İşletmenizin kişisel taraflarını profesyonel düzeyde paylaşmak, kitlenizle daha derin bir düzeyde etkileşime geçmeniz için harika bir yoldur.

### 4. MARKA DEĞERİ

#### Bir işletme olarak neye inandığınızı belirleyin.

Temel değerler belirlemek, bir işletme olarak neye inandığınızı ve şirketinizin ortak vizyonu için birlikte nasıl çalıştığınızı aktaracaktır. Her zaman işinizin değerlerine sadık kalın. Bir işletme ve marka olarak neyi temsil ettiğiniz konusunda net olun.

### 5. MARKA SINIRLARI

#### Evet ve hayır diyeceğiniz fırsatları yazın.

İşletmeniz için sınırlar oluşturmak; markanıza uymayan bir şeye ne zaman evet ya da hayır demeniz gerektiğini öğrenmenize yardımcı olur. Kendinizi sektörünüzde farklılaştırmaya devam etmeniz ve her şeye evet demenin sizin etkinizi azaltabileceğini unutmayın.

### 6. MARKA MESAJI

#### Temel teklifinizi belirleyin ve marka mesajınızı yazın.

Ana hizmetlerinizi tanımlayın ve ziyaretçilerinizin markanızla ilişki kurmasına yardımcı olmak için içeriğinizde kullanılan dili netleştirin. Doğru marka mesajlaşması ile onlara ilham verebilir, onları ikna edebilir, motive edebilir ve nihayetinde gerçek müşterilere dönüştürebilirsiniz.



## 7. MARKA DİLİ

**Markanıza benzeyen kelimelerin bir listesini yazın.**

Marka dili, kitlenizle nasıl iletişim kurabildiğinizi gösteren en önemli iletişim aracıdır. Markanız, ideal kitlenizin kolayca anlayabileceği ve ilgili olabileceği açık bir mesaj iletmelidir. Kendin olmaktan korkma! Her markanın sesi benzersizdir ve böylece markanız, ilgi alanlarına giren insanları çekecektir.

## 8. MARKA KİŞİLİĞİ

**Markanızın özelliklerini tanımlayın.**

Markanızı kişiselleştirmek, markanızın geri kalanını oluştururken net olmanıza yardımcı olacaktır. Marka kişiliğiniz olumlu bir karakter yansıtmalı ve sizinle gerçek anlamda bağlantı kurabilen ve sizinle ilişki kurabilen bir kitleyi çekmelidir.

## 9. MARKA ANAHTAR KELİMELERİ

**SEO için marka anahtar kelimelerinizi belirleyin.**

Marka gelişimi boyunca kullanabileceğiniz bir anahtar kelime listesi, dosya adları, başlıklar, açıklamalar vb. kelime öbeklerini ekibinizle birlikte belirleyin. Bu çalışma Google Sıralamanızı bir sonraki seviyeye götürecektir. Bu kelimeler, markanızı en çok tanımlayan kelimelerdir. Doğal olarak bu durum hedef kitlenizin sonunda sizi nasıl keşfedeceği ile ilgilidir.

## MARKA STRATEJİSİ

## 10. İŞLETMENİZİN İÇİN EN UYGUN YER

**Sektörünüzü ve uzmanlığınızı belirtin.**

İşinizi belirli bir alana indirgemek, sektördeki pazar payından pay almanıza yardımcı olacaktır. Sadece uzman olmakla kalmayacak, aynı zamanda araştırma yaparken, ürün yaratırken ve hedef kitlenize pazarlarken de net bir şekilde odaklanacaksınız.

## 11. HEDEF KİTLE

**İdeal müşterinizi tanımlayın.**

Hedef kitlenizin kim olduğunu ve sizden alabilecekleri neye ihtiyaçları olduğunu net bir şekilde anlamak, onlara daha iyi hizmet vermenizi sağlayacaktır. En büyük mücadelelerinin ne olduğunu ve en çok hangi platformlarda aktif olduklarını öğrenin. Böylece onlarla bağlantı kurmanın en iyi yolunu keşfedebilirsiniz.



## 12. TOPLULUK

### Size ilham veren bir toplulukla bağlantı kurarak etkileşimde olun.

Hedef kitlenizle etkileşimde bulunmak ve gerçek ilişkiler kurmak markanızın başarısı için çok önemlidir. Sosyal medya ve blog yayınlarındaki yorumlara cevap vermek için zaman ayırın. Topluluklara katılın ve biraz değer verebileceğiniz konular hakkında yorum yapın. İnternette tanımadığınız kişilerle arkadaş olun.

## 13. RAKİPLER

### Kendinizi tanıtarak rakiplerinizden farklılaştırın.

Sektörünüzdeki rakipleri ve sizi farklı kılan şeyleri belirleyin. Rakiplerinizden öğrenmek de oyunda olduğunuzu göstermek için harika bir yoldur.

## MARKA TASARIMI

## 14. DUYGU PANOSU

### Duygu panosu (moodboard) oluşturun.

Bir duygu panosu, markanızı yansıtan bir imgedir. Bunu Kuzey Yıldızınız olarak düşünün. Markanızın estetiğini ve hissini hızlı ve net bir şekilde görebilmeniz için duygu panosu oluşturmak önemlidir.

## 15. LOGO TASARIMI

### Logonuzu tasarlatın.

Birçok farklı unsur markanızı oluşturur ve logonuz bunlardan sadece bir tanesidir. En fazla 3 font ve 3 renk kullanarak logonuzu minimal ve kısa tutun. Sadelik her zaman en iyisidir. Profesyonel bir tasarımcıyla çalışmak size zaman kazandıracaktır. Sonuçta para kazandıracak tasarımsal destek buna değerlidir. Markanızı bir üst seviyeye çıkarmak istiyorsanız, kendiniz tasarlamak veya önceden hazırlanmış bir logo satın almak en iyi seçenek olmayabilir. Yaratıcı tasarım yapan bir tasarımcının yaptığı kaliteli bir logo, markanızın vizyonunu yönlendirecektir.

## 16. MARKA YAZITİPİ

### Markanıza ait bir yazıtipi belirleyin.

Yazı tipleri farklı kişilikleri barındırır, bu yüzden size uygun yazı tiplerini seçmek önemlidir. Webde bulunan sonsuz yazıtiplerini keşfedin ve markanızın tonunu belirlemek için tipografinizi seçin. Yazıtipinizi; web siteniz, sosyal medya tasarımlarınız ve diğer marka materyallerinde tutarlı bir şekilde kullanın.

## 17. MARKA RENKLERİ

### Renk paletinizi seçin.

Marka renklerinizin, sizin hakkınızda kitlenize nasıl hissettirdiği üzerinde etkisi vardır. Markanız belirli bir stili yansıtmalı ve kitlenizin açık bir şekilde hissetmesi sağlanmalıdır. Duygulara uyan ve canlandırmak istediğiniz kişiliği destekleyen bir renk paleti seçin.

## 18. WEB SİTE TEMASI

### Temanızı belirleyin.

Müşteri adaylarını gerçek müşterilere dönüştürmeye yardımcı olacak güzel ve profesyonel bir platforma ihtiyacınız var. Web siteniz, en büyük varlıklarınızdan biridir ve bir işi yapabilir ya da bozabilir. Bütçenize ve deneyiminize bağlı olarak, tamamen özel bir web sitesi oluşturmak veya bir tema satın alıp kendiniz oluşturmak ya da profesyonel bir web site tasarımcısına yatırım yapmayı düşünmelisiniz.

## 19. ÇALIŞMA ALANI

### Ofisinizi düzenleyin.

Size ve markanıza ilham veren bir yer bulun veya tasarlayın! Dolabınızın köşesinde bir masa, bir ofis odası veya tam bir ofis alanı olsun. Mekanın bu olduğunu bildiğinizden emin olun. Yaratıcı büyümenin gerçekleştiği kutsal yer burasıdır.

## 20. MARKA İMZASI

### Eposta imzanızı ayarlayın.

E-posta imzanızı yeni profil fotoğraflarınız, logonuz ve bir harekete geçirme (call to action) ifadesiyle güncelleyin. Düzenli e-postalar göndermek; web sitenize, blog gönderinize ve sosyal medya paylaşımlarınıza trafik çekmek için çok daha etkili olacaktır.

## MARKA VARLIKLARI

## 21. WEBSİTE ALAN ADI VE HOSTING

### Markanıza özel alan adı ve hosting (barındırma) hizmeti satın alın.

İşletme web siteniz için alan adınızı güvenli hale getirin (SSL sertifikası). Kendi markanızın etki alanına sahip olmak, işletmeniz için güvenilirlik sağlayacaktır.



## 27. BLOG

### **Gönderi içeriğinizi stratejik hale getirin ve bir blog programı oluşturun.**

Ne tür yayınlar yapacağınızı ve ne sıklıkta yeni yayınlar yayınlayacağınızı belirleyin. Gerçekçi bir şekilde elinizden geldiğince başlayıp, zamanınıza ve hedef kitlenizin beklentilerine göre zamanlamanızı ayarlayın. Blog stratejisi, markanızın hızını belirliyor ve kitlenize sizden ne zaman yeni içerik görmeyi bekleyebileceklerini bilmelerini sağlıyor. Eğer blog gönderisi oluşturmak zaman kaybetmenize sebep oluyorsa profesyonel bir içerik yazarından destek alın.

## 28. BÜLTEN

### **Bir e-posta listesi ve ücretsiz teklif oluşturun.**

Blogunuz veya işletmeniz için e-posta adreslerini toplamaya başlamak için bir bülten sağlayıcı seçin. Bir e-posta listesi, işinizi geliştirmek ve bağlantıda kalmak için tam izniniz olan kitlenize doğrudan bir erişim kanalıdır. Markanıza uygun bir bülten şablonu oluşturun.

## 29. SOSYAL MEDYA

### **Sosyal medya platformlarınızı seçin ve bir strateji oluşturun**

Sosyal medya, marka stratejiniz için etkili bir araçtır. Sosyal medya profillerinizi kilitleyin ve işiniz için gerçek kişilerin takipçisi olmaya çalışın. Seçim platformlarınız, hedef kitlenizin en çok görüldüğü yer olmalıdır. Ne kadar çok ortaya çıkarsanız, fark edilme ihtimaliniz o kadar yüksek olur. Sosyal medya yönetimi için dışardan profesyonel destek alabilirsiniz.

