profaj



BRİEF FORMU

Marka Kimliği Brief Formu

Logo ve kurumsal kimlik çalışması öncesinde doldurulacak form.

Bu İşte Beraberiz!

profaj.com

NEDEN BRİEF?

Marka kimliği brief formu

Marka kimliği çalışmasının kalitesi, brief'in kalitesini aşamaz. Bu form, logo ve kurumsal kimlik tasarımına başlamadan önce markanızı, hedef kitlenizi ve beklentilerinizi tek bir belgede toplar. Tasarımcı sorularını önceden yanıtlamış olursunuz; ilk sunumda doğru yönde ilerlemek için en önemli adımdır.

Nasıl doldurulur?

- Karar vericiyle birlikte, tek oturumda doldurun. Birden fazla kişinin farklı cevapları varsa not edin.
- Bilmediğiniz alanı boş bırakmak, uydurmaktan iyidir.
- Beğendiğiniz ve beğenmediğiniz örnekleri mutlaka ekleyin; bir görsel, bir sayfa açıklamadan değerlidir.

1. Şirket bilgileri

MARKA / ŞİRKET ADI

İLETİŞİM KİŞİSİ VE YETKİSİ

SEKTÖR VE FAALİYET ALANI

ÇALIŞILACAK DİL(LER)

KURULUŞ ZAMANI VE SAHİBİ

HEDEF TESLİM TARİHİ

BU ÇALIŞMA NEDEN ŞİMDİ YAPILIYOR? (YENİ MARKA, YENİLEME, BÜYÜME, BİRLEŞME…)

2. MARKA ÖZÜ

Markanız kim, neye inanıyor?

MARKANIZI ÜÇ KELİMEYLE ANLATIN

NEDEN VARSINIZ? (KÂR DIŞINDA)

MÜŞTERİLERİNİZE NE VADEDİYORSUNUZ?

RAKİPLERİNİZDEN EN ÖNEMLİ FARKINIZ

DEĞERLERİNİZ (ÜÇ İLA BEŞ)

Kişilik

Markanız bir insan olsaydı, hangi kutuları işaretlerdi? Her satırda birini seçin.

Sol uç					Sağ uç
Ciddi					Samimi
Klasik					Modern
Lüks					Erişilebilir
Sakin					Enerjik
Uzman					Arkadaş canlısı
Geleneksel					Yenilikçi

NOT

Seçimleri sırayla ve içtenlikle yapın; marka kimliği çalışmasında ton ve görsel dil bu cevaplardan çıkar.

3. KİTLE VE PAZAR

Kim için, kime karşı?

	Birincil kitle	İkincil kitle
Kimler? (yaş, rol, konum, sektör)		
Neye önem verirler?		
Markayı nerede görürler?		
Markadan ne hissetmeli?		

Rakipler ve referanslar

Marka	Neden onu yazdınız?	Beğendiğiniz / beğenmediğiniz yön

Beğendiğiniz görsel dünya

Beğendiğiniz markaların, logoların, renklerin ya da tasarımların adreslerini ya da görsellerini ekleyin. Her birinin neyi beğendiğinizi yazın.

BEĞENDİĞİM ÖRNEKLER VE NEDENLERİ

4. KAPSAM VE KULLANIM

Neler tasarlanacak?

Çıktı	Gerekli mi?	Notlar
Logo ve logo varyasyonları (yatay, dikey, ikon)		
Renk paleti ve yazı tipleri		
Kartvizit, antetli kâğıt, zarf		
Sosyal medya profil ve kapak görselleri		
E-posta imzası ve sunum şablonu		
Web sitesi tasarım sistemi		
Ambalaj ve etiket		
Tabela, araç, forma uygulamaları		
Marka rehberi (kullanım kılavuzu)		

Mevcut kimlik

- ☐ Mevcut logo ve kimlik dosyaları ekte
- ☐ Korunması gereken unsurlar: _____
- ☐ Terk edilmesi gereken unsurlar: _____
- ☐ Marka adı değişecek mi? Evet / Hayır
- ☐ Marka adı ya da logosu tescilli mi? Evet / Hayır

ÖNEMLİ

Marka adı ve logo için tescil ve benzerlik araştırmasını işletmenin kendisi ya da markalar konusunda uzman bir hukukçu yürütmelidir.

5. SÜREÇ

Takvim, bütçe, onay

ÇALIŞMA İÇİN AYRILAN TOPLAM BÜTÇE ARALIĞI (YALNIZCA SİZİN BELİRLEDİĞİNİZ TUTAR)

YAYIN / LANSMAN TARİHİ (KESİN TARİH VARSA NEDEN)

ONAY SÜRECİNDE YER ALAN KİŞİLER (AD, GÖREV)

KARAR VEREN KİŞİ

BEKLENMESİ GEREKEN RİSKLER (YASAL, MEVSİMSEL, RAKİP HAMLELERİ)

Başarıyı nasıl anlayacağız?

ÇALIŞMA BİTTİĞİNDE "İŞE YARADI" DEMEK İÇİN NEYİN DEĞİŞMESİ GEREKİR?

Tipik süreç

Aşama	Ne olur?
Brief ve araştırma	Bu form tamamlanır, rakip ve sektör incelenir
Konsept	Marka yönü ve görsel dil önerileri sunulur
Tasarım	Seçilen yönde logo ve uygulamalar geliştirilir
Revizyon	Geri bildirimler toplanır, düzeltmeler yapılır
Teslim	Dosyalar ve marka rehberi teslim edilir

profaj



Markanızı birlikte kuralım.

Profaj bir teknoloji ajansıdır. Kendi yapay zekâ teknolojilerimizi (Profaj AI Suite) üretir, markaların büyümesini strateji, yaratıcılık ve teknolojiyi birleştirerek yönetiriz. Türkiye'de ve uluslararası pazarda kurumsal şirketlere ve KOBİ'lere hizmet veririz.

TELEFON

+90 232 320 00 40 · +90 530 915 13 38

E-POSTA

profaj@profaj.com

WEB

www.profaj.com

Bu İşte Beraberiz!