profaj

ŞABLON

Marka Planı Şablonu

Markanızın özünü, konumunu, sesini ve kimlik sistemini beş bölümde yazılı hale getirin.

NASIL KULLANILIR

1. **Özden başlayın**
   Neden var olduğunuzu ve vaadinizi yazın.
2. **Konumu ve sesi seçin**
   Farkınızı, kişiliğinizi ve kurallarınızı belirleyin.
3. **Hayata geçirin**
   Temas noktalarını ve 12 aylık hedefleri doldurun.

BÖLÜM 1

Marka özü

Marka planı, markanın neden var olduğunu ve neyi vaat ettiğini bir sayfada söyleyebilmektir. Cevapları kısa tutun.

NEDEN VARIZ Para kazanmanın ötesinde, kime ne için değer üretiyoruz

VİZYON Beş yıl sonra nerede olmak istiyoruz

MİSYON Bugün her gün ne yapıyoruz

MARKA VAADİ Müşteriye verdiğimiz tek cümlelik söz

Değerler

Değer	Bu davranışta görünür	Bu davranışa asla izin vermeyiz

BÖLÜM 2

Kitle ve konumlandırma

ANA HEDEF KİTLE Kimin için varız

KİTLENİN ÇÖZMEK İSTEDİĞİ SORUN Müşterinin kendi cümleleriyle

Konumlandırma cümlesi

KALIP

[Marka], [hedef kitle] için, [ihtiyaç] konusunda, [rakip kategorisi] arasında [fark] sunan [kategori]. Çünkü [kanıt].

SİZİN CÜMLENİZ Kalıbı doldurun, sonra sadeleştirin

Farklılaşma

Biz	Rakipler	Müşteri bunu nasıl görür

KANITLARIMIZ Referans, süre, ekip, sertifika, rakamla destekli olgular

BÖLÜM 3

Marka kişiliği ve ses

MARKAMIZI ANLATAN BEŞ SIFAT Marka insan olsaydı nasıl biri olurdu

Biz böyleyiz	Biz böyle değiliz

Ton ölçekleri

Her çizgide markanızın yerini işaretleyin: 1 bir uca, 5 diğer uca yakın.

Bir uç	1	2	3	4	5	Öbür uç
Resmî						Samimi
Ciddi						Eğlenceli
Teknik						Sade
Ölçülü						Cesur
Geleneksel						Yenilikçi

Yazı kuralları

Konu	Kuralımız
Hitap (siz / sen)	
Kullandığımız kelimeler	
Kaçındığımız kelimeler	
Slogan ve imza cümlesi	

BÖLÜM 4

Kimlik sistemi

Her öğenin durumunu işaretleyin ve eksikleri aksiyon listesine yazın.

Öğe	Durum	Not
Logo ve kullanım kuralları	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Renk paleti	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Yazı tipleri	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Fotoğraf ve görsel dil	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
İkon ve grafik öğeler	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Sunum ve belge şablonları	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Sosyal medya şablonları	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Kartvizit ve e-posta imzası	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	
Ses tonu rehberi	☐ Tamam ☐ Güncellenecek ☐ Yok	

Marka kuralları özeti

ANA RENKLER İsim ve kod

LOGOYU ASLA ŞÖYLE KULLANMAYIZ Örnekler

YAZI TİPLERİ Başlık ve metin

GÖRSEL STİL Fotoğraf, ilüstrasyon, kompozisyon

KİMLİK SİSTEMİ KİMDE DURUYOR Dosyaların yeri ve sorumlu kişi

BÖLÜM 5

Marka deneyimi ve hedefler

Temas noktaları

Temas noktası	Bugünkü deneyim	Olması gereken	Sorumlu
Web sitesi			
Telefon ve e-posta			
Teklif ve sunum			
Teslimat / hizmet			
Satış sonrası			

12 aylık marka hedefleri

Hedef	Gösterge	Bugün	12 ay sonra

Marka göstergeleri: tavsiye üzerine gelen müşteri payı, markanın adıyla arama sayısı, müşteri memnuniyet puanı gibi sizin ölçebildiğiniz değerler.

İlk 90 günün üç önceliği

1

2

3

PROFAJ İLE

Doldurduktan sonra birlikte bakalım

Marka planınızı birlikte olgunlaştıralım, kimlik ve içerik çalışmasına dönüştürelim.

Bu İşte Beraberiz!

TELEFON
+90 232 320 00 40
E-POSTA
profaj@profaj.com
GÖRÜŞME PLANLAYIN
profaj.com/iletisim/gorusme-planlayin