



Türkiye

Kurumsal Kimlik Kılavuzu
Versiyon 2.0

Ağustos
2021

İçerik

1. Giriş
2. Marka stratejisi
 - 2.1 Marka fikri
 - 2.2 Marka değerleri
 - 2.3 Özet
 - 2.4 Marka kimliği
 - 2.5 Ana elemanlar
3. Logotype
 - 3.1 Logotype
 - 3.2 Logotype ve tanımı
 - 3.3 Logotype versiyonları
 - 3.4 Ölçüler
 - 3.5 Boş alan
 - 3.6 Sektör markaları
 - 3.7 Ölçeklendirme
 - 3.8 Hatalı kullanımlar
 - 3.9 Monogram
4. Renk
 - 4.1 Renk paleti
 - 4.2 Renk özellikleri
 - 4.3 Logotype renkleri
5. Fotoğraf
 - 5.1 Fotoğraf stili
 - 5.2 Fotoğraf kaynakları
6. Tipografi
 - 6.1 Kurumsal font
 - 6.2 Font ailesi
 - 6.3 Yardımcı font
7. İllüstrasyon
 - 7.1 Genel
8. İlham
9. Sektörler Görsel Kimlik
 - 9.1 Kartvizit
 - 9.2 Antetli Kağıt
 - 9.3 Diplomat Zarf
 - 9.4 A4 Zarf
 - 9.5 CD Zarfı ve Sticker
 - 9.6 A5 Not Defteri
 - 9.7 Kırangıç Bayrak
 - 9.8 Masa Üstü Bayrağı
 - 9.9 Yaka Kartı
 - 9.10 E-imza

1. Giriş

Giriş

Bir ülke adına o toprakların öyküsü ile örtüşen anlamlı ve güçlü bir logo inşa etmek markalaşmanın ilk adımı ise, diğer adımı da üretilen görsel değerin tam anlamıyla anlaşılması ve doğru şekilde kullanılmasıdır.

Bu dosya aynı zamanda logonun doğru kullanılmasını sağlayacak bir kılavuzdur. Doküman, görsel kimlikle birlikte logonun temel tasarım disiplini tanımlar ve örneklerle doğru-yanlış uygulamaları gösterir.

Bu detaylı çalışmadan verim almanız ve logoyu iş süreçlerinize en doğru şekilde katmanız dileğiyle...

2. Marka stratejisi

- 2.1 Marka fikri
- 2.2 Marka değerleri
- 2.3 Özet
- 2.4 Marka kimliği
- 2.5 Ana elemanlar

2.1	Marka fikri
2.2	Marka değerleri
2.3	Özet
2.4	Marka kimliği
2.5	Ana elemanlar

Marka fikri

Değişimin Ustaları

Türkiye, pek çok farklı medeniyetin ve kültürel yenileşimin aynı potada eridiği benzersiz bir ülkedir. Biz, ülkemizin sahip olduğu eşsiz tarihsel ve kültürel birikimin sonucu olarak yıllardır değişimin ustaları olduk.

Karakteristik duruşumuzu uyum sağlama becerisi ve empati kabiliyetimizle birleştirdik. Bu usta işi karışımı bugüne kadar 200'den fazla ülkeye ihraç ettik. Hala değişimi yönetmeyi sürdürüyoruz.

Komşularımız, dostlarımız, yabancı müşterilerimiz ve stratejik ortaklarımızla kurduğumuz daimi ilişki, değişimi yönetme becerimizden ilham alıyor ve potansiyelimizi geleceğe taşıyor.

2.1	Marka fikri
2.2	Marka değerleri
2.3	Özet
2.4	Marka kimliği
2.5	Ana elemanlar

Marka Değerleri

Marka fikrimizi kapsayan ve konumlandırmamızı pekiştiren değerlerimiz, aynı zamanda “Değişimin Ustaları” nosyonumuzu, müşterilerimize, tedarikçilerimize ve işimize gerçek anlamıyla yansıtmamızı sağlıyor. Marka değerlerimiz aşağıdaki gibi sıralanıyor...

- **Sürdürülebilir vizyon**
- **Cesaret**
- **Girişimcilik**
- **Uyum yeteneği**

Özet

- 2.1 Marka fikri
- 2.2 Marka değerleri
- 2.3 **Özet**
- 2.4 Marka kimliği
- 2.5 Ana elemanlar

Marka fikri

Değişimin Ustaları

Marka değerleri

- Sürdürülebilir vizyon
- Cesaret
- Girişimcilik
- Uyum yeteneği

Marka kimliği

- 2.1 Marka fikri
- 2.2 Marka değerleri
- 2.3 Özet
- 2.4 **Marka kimliği**
- 2.5 Ana elemanlar

Türkiye'nin görsel kimliği, marka fikrinin ve sloganının etkili bir yansıması konumunda. Yeni Türkiye görseli, bu özel ülkenin dünyaya yaptığı çağrının estetik bir tercümesi aslında.

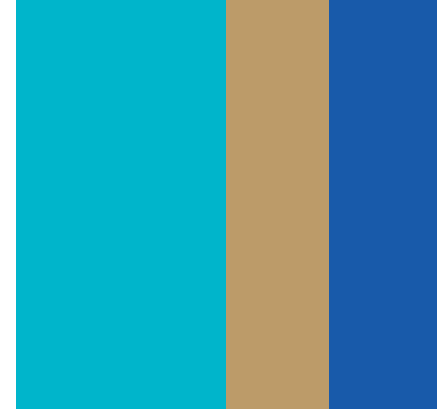
Türkiye'nin çağrısına kulak verin... Gelin ülkemizdeki müthiş potansiyeli, zengin çeşitliliği keşfedin ve bunu işlerinizi büyütmek için büyük bir fırsata dönüştürün.



Ana elemanlar

- 2.1 Marka fikri
- 2.2 Marka değerleri
- 2.3 Slogan
- 2.4 Özet
- 2.5 Marka kimliği
- 2.6 **Ana elemanlar**

Yazı karakteri, renkler ya da tipografi... Türkiye logosunda kullanılan ana elemanların hepsi, tüm iletişim malzemelerinde özgün bir hissiyat yaratmak için bir araya gelen parçalardan oluşuyor. Böylece heyecan verici bir bütün dünyaya geliyor.



Markanın hayat bulduğu yer bu tasarım elemanlarının birleşimidir. Markanın tüm iletişim ve görsel dilinin dayanağı bunlardır.

3. Logotype

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Logotype

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram



Türkiye

Logotype ve tanımı

Aşağıda logotype'ı, misyonumuzu vurgulayan sloganla birlikte görüyorsunuz. Bu versiyon, tüm iletişim çalışmalarında kullanılmasını önerdiğimiz en güçlü seçenek.



- 3.1 Logotype
- 3.2 **Logotype ve tanımı**
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Logotype versiyonları

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 **Logotype versiyonları**
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Zaman zaman Türkiye logosunu farklı versiyonlarıyla kullanma ihtiyacı duyacaksınız. Türkiye'nin gücünü çalışmalara kusursuz şekilde taşıyabilmeniz için logonun farklı kullanımlarıyla ilgili 3 öneri tasarlandı.

Logotype ve tanımı

Logotype, sloganla birlikte ya da slogandan bağımsız olarak uygulanabilir. Sloganlı versiyonu, farklı sektörlere, şirketlere ya da üçüncü kişilere seslenirken tercih edin.



Logotype

Slogansız logotype ise kurumsal uygulamalarda kullanılır. Burada logotype, "Discover the potential" sloganından bağımsız olarak düşünülmelidir.



Monogram

Turkey'in ilk harfiyle oluşturulan "T" ise, logotype'ın hiç bir şekilde yer almayacağı özel durumlarda kullanılır.



Logotype versiyonları

Düz (solid) kullanım

Türkiye logosunun bir de düz (solid) yani içi renk ile doldurulmuş versiyonu bulunur. Bu seçenek sadece logonun belli bir büyüklüğün altına indiği yerlerde kullanılır. "Ölçeklendirme" kısmında tarif edilmiş bu orantı, ürün ve ambalaj üzeri küçük kullanımlarda tercih edilir.

Logotype

Türkiye

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 **Logotype versiyonları**
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Ölçüler

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Dünyadaki her değerli eser, onu bir araya getiren parçaların kusursuz uyumundan oluşur. Tıpkı Türkiye logosu gibi.

Türkiye'nin logosu, onu oluşturan parçaların arasında kurulan özel bir ilişki ve düzenlemeye hazırlandı. İletişim çalışmalarında çizim dosyalarını olduğu gibi kullanmak ve yeni bir logo yaratmaktan kaçınmak bu nedenle çok önemlidir.



Boş alan

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 **Boş alan**
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Logotype'ı doğru kullanmak kadar, çevresinde onun gücünü yansıtacağı boş bir alan bırakmaya da dikkat etmelisiniz. Minimum boş alanla, logotype'ın okunurluğunu maksimuma çıkarmanız ve çalışmanın dışarı taşma riskini ortadan kaldırmanız mümkündür.

Bazı uygulamalarda yakın çalışmanız gerekebileceği için, boş alanı olabildiğince geniş tutmak işinizi kolaylaştıracaktır.



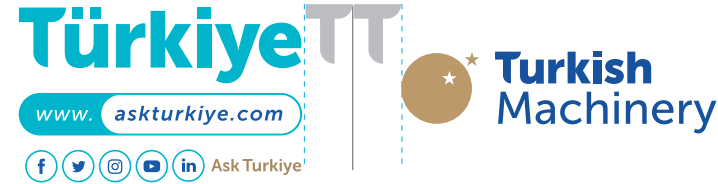
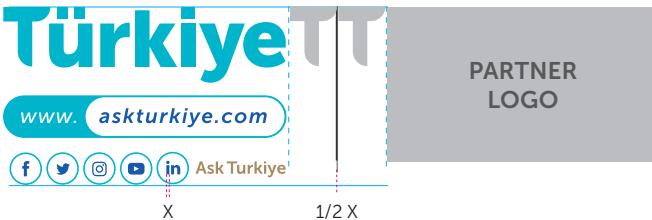
Sektör markaları

Bir sektör markası olduğunda...

Bazen Türkiye'nin potansiyelinin yanına değerli markaları eklemek isteyebilirsiniz. Ortakların eşit önem taşıdığı durumda, önerimiz Türkiye logosunun diğer logodan önce yer almasıdır. Sektör logosunun Türkiye logosunun yarısı kadar olması ve logoların birbirine eşit aralıklarla yerleştirilmesi önemlidir.

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 **Sektör markaları**
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Logoların birbirine eşit aralıklarla yerleştirilmesi için "T" harfini referans alabilirsiniz. Türkiye logosuyla, ortak logonun arasına tam olarak iki "T" harfini yerleştirebilirsiniz. Aşağıda gördüğünüz gibi dikey bir çizgi, iki logonun arasındaki ilişkiyi doğru kurmak için size yardımcı olacaktır.



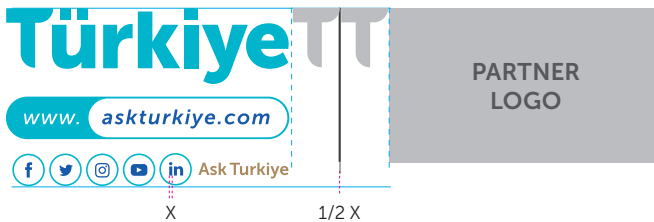
Sektör markalar

Birden fazla sektör markası olduğunda...

Türkiye logosunun yanına aynı anda birden fazla logo eklemek durumunda kaldığınızda, ortak logo kullanımındaki prensibi korumalısınız. Burada minimum da olsa, bırakacağınız boş alan logonun okunurluğuna katkı sağlayacaktır.



Logoların birbirine eşit aralıklarla yerleştirilmesi için "T" harfini referans alabilirsiniz. Türkiye logosuyla, ortak logonun arasına tam olarak iki "T" harfini yerleştirebilirsiniz. Aşağıda gördüğünüz gibi dikey bir çizgi, iki logonun arasındaki ilişkiyi doğru kurmak için size yardımcı olacaktır.



Ölçeklendirme

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 Monogram

Bir logonun tasarımı, deseni ve karakteri kadar okunurluğu da önemlidir. Aşağıda Türkiye logosunu farklı formatlarda okunur kılmak için önerilen ölçeklendirme çalışmasını görebilirsiniz.

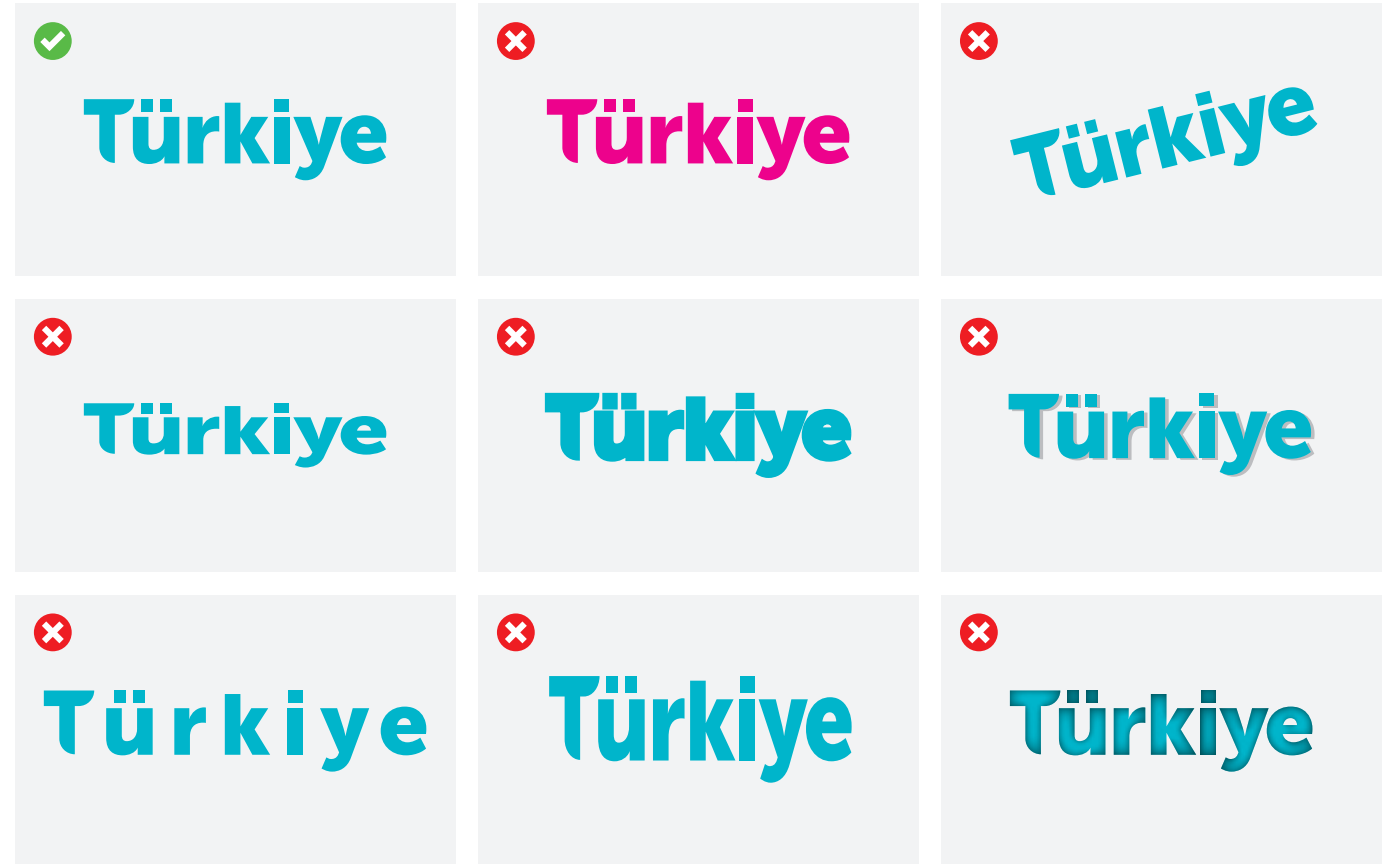
Ne ana logo ne de düz (solid) logo, 15 mm'den daha küçük bir boyutta kullanılmaz.



Hatalı kullanımlar

Logoyu hatalı kullanmak, kurulacak bütünleşik ve tutarlı iletişimi sekteye uğratabilir. Aşağıdaki logonun yanlış kullanım örneklerine bakarak, kaçınmanız gereken noktalara hakim olabilirsiniz.

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 **Hatalı kullanımlar**
- 3.9 Monogram



Farklı renk versiyonları kullanmayın.
Logoyu herhangi bir tarafa çevirmeyin.
Logoyu değiştirmeyin.
Logonun etrafında çerçeve kullanmayın.
"Gölge" benzeri herhangi bir efekt kullanmayın.
Logoda harfler arasında boşluk bırakmayın.
Logoyu uzatmayın ya da yaymayın.
Logoyu yeniden düzenlemeyin veya detayları ile oynamayın.

- 3.1 Logotype
- 3.2 Logotype ve tanımı
- 3.3 Logotype versiyonları
- 3.4 Ölçüler
- 3.5 Boş alan
- 3.6 Sektör markaları
- 3.7 Ölçeklendirme
- 3.8 Hatalı kullanımlar
- 3.9 **Monogram**

Monogram

Logonun bir diğer kullanım şekli ise, logonun ilk harfi olan “T” ile monogram yaratmaktır. Tek harflik bu versiyon, konseptin gücünü yansıtan bir ikona dönüşür. Ancak bu seçenek, kol düğmesi, kravat iğnesi, broş gibi küçük ve limitli malzemelerde tercih edilmeli, kitle iletişim ve reklam çalışmalarında kullanılmamalıdır.



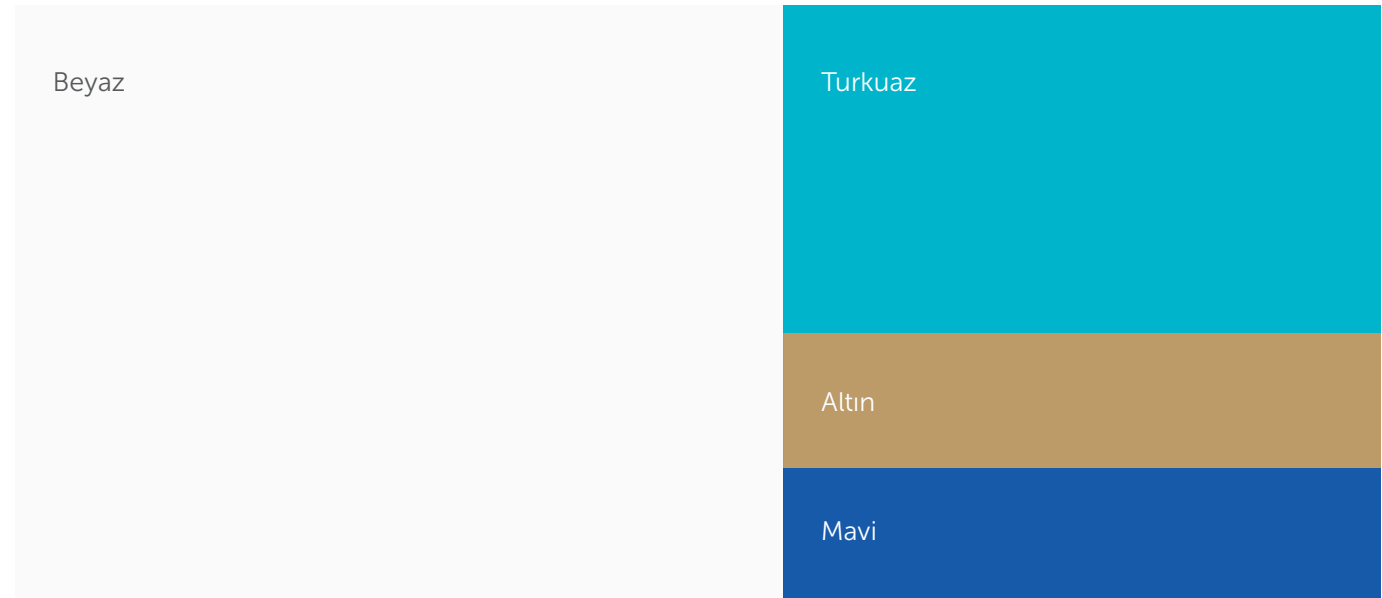
4. Renk

- 4.1 Renk paleti
- 4.2 Renk özellikleri
- 4.3 Logotype renkleri

- 4.1 Renk paleti
- 4.2 Renk özellikleri
- 4.3 Logotype renkleri

Renk paleti

Türkiye logosu, ülkenin kültürel mirasını ve ruhunu yansıtan bir renk paletinden oluşur. Bu skalada yer alan her renk, Türkiye'nin potansiyelini vurgulamak için özenle seçilmiştir. Zeminde kullanılan beyaz, diğer renklerin öne çıkmasını ve kolay algılanmasını sağlar. Turkuaz, altın ve mavi ise, iletişim çalışmalarında Türkiye'nin özgün ve heyecanlı karakterini başarıyla taşır. Logonun ana rengi, adı üzerinde Türk rengi olan turkuazdır.



Renk özellikleri

- 4.1 Renk paleti
- 4.2 **Renk özellikleri**
- 4.3 Logotype renkleri

Pantone® renk kodları. Pantone® parlak renk kodları renk eşleme için kullanılması gereken birincil tercihtir. Mat renk kodları sadece kullanılan materyal laminasyona uygun değil ise tercih edilir (örn. antetli kağıt).

4 renk baskı. CMYK renk kodları, önden renk kontrolü yapma imkanı sağlamayan iş akışlarında kullanım için verilmiştir (örn. gazete ve dergi yayınları).

RGB ve HTML. RGB renkleri masaüstü uygulamalarında kullanılması için verilmiştir (örn. sunum ve word dokümanları). HTML ise web tabanlı kullanımlar içindir.

RAL®. Toz ve endüstriyel kaplamalardaki standartları belirlemek için kullanılır.

Sunumda örnek olarak konulan renkler, tam anlamı ile gerçek tonlar değildir. Görüntüler ekrandan ekrana ya da dijital baskılara göre farklılıklar gösterebilir. Lütfen renk konusunda Pantone® kataloğunda yer alan karşılıkları referans alınız.



Pantone® 3125

CMYK: 83 – 0 – 21 – 0

RGB: 0 – 172 – 201

HTML: #00B5CB

RAL®: 210 – 60 – 40



Pantone® 874

CMYK: 0 – 20 – 50 – 30

RGB: 195 – 165 – 114

HTML: #BC9B6A

RAL®: 8000



Pantone® 2728

CMYK: 95 – 70 – 0 – 0

RGB: 25 – 85 – 150

HTML: #105BAB

RAL®: 5023

Logotype renkleri

- 4.1 Renk paleti
- 4.2 Renk özellikleri
- 4.3 **Logotype renkleri**

Türkiye logosu, farklı zeminlerde uygulanmak üzere 3 farklı renk alternatifiyle üretilmiştir. Bu versiyonları kullanırken belirgin bir kontrast elde edilmesine ve logonun okunur olmasına dikkat edilmelidir.

Logo versiyonları için, aşağıda farklı zeminlerle kullanılmış örnek şemadan referans alabilirsiniz.

Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye
Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye
Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye	Türkiye

5. Fotoğraf

- 5.1 Fotoğraf stili
- 5.2 Fotoğraf kaynakları

Fotoğraf stili

Türkiye'nin benzersiz logo konseptini özgün kılan ve rakiplerinden farklılaştıran detaylardan biri de; fotoğraf stili ve tercihleridir.

- 5.1 Fotoğraf stili
- 5.2 Fotoğraf kaynakları

Endüstriyel ortamlar



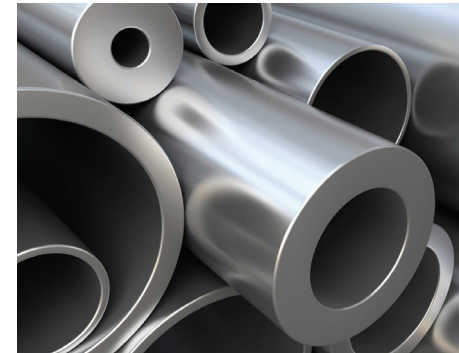
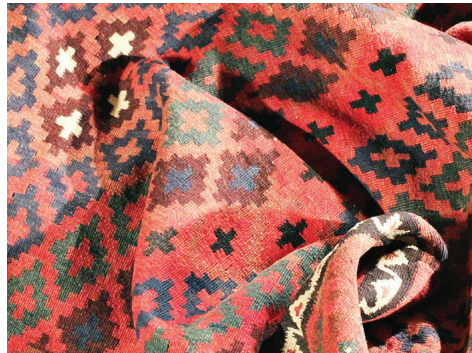
Karakteristik:

- İş ortamı
- Çalışan insanlar
- Doğal ve spontane görüntüler
- Kameraya bakılmadan çekilen kareler
- Zamanda yakalanan anlar
- Klişelerden uzak, farklı kompozisyonlar

Anahtar kelimeler:

Gerçek, iş, fabrika, endüstri

Ürün ve materyaller



Karakteristik:

- Ürün ve eşyalar
- Yakın ve ham
- İnsansız kareler

Anahtar kelimeler:

Ham, doku, eşyalar

Not: Sayfadaki görseller, sadece tasarımsal referanslardır. Tüm hakları ilgili kaynaklara aittir.

Endüstriyel ortamlar



Ürün ve eşyalar



Fotoğraf kaynakları

- 5.1 Fotoğraf stili
- 5.2 Fotoğraf kaynakları

Yaşamda istediğiniz sonuçları elde etmek için, doğru kaynakları, doğru şekilde kullanmak önemlidir. İletişim çalışmalarında iş birliği yaptığınız fotoğrafçıları doğru şekilde yönlendirmek için hayalinizdeki fotoğrafı net bir şekilde tanımlamanızı ve aşağıda paylaştığımız kaynaklardan referans almanızı öneririz. Böylece istediğiniz kalitede sonuçlar elde edebilirsiniz.

Aşağıda önerilen fotoğrafçılar, resmi tedarikçi olmamakla birlikte, Türkiye konseptiyle uyumlu sonuçlar yaratabileceğiniz uluslararası isimlerdir.

Benedict Redgrove – www.benedictredgrove.com
Maarten De Groot – www.maartendegroot.com
John Nieunhuis – www.johnnieunhuis.com
Christian Stoll – www.christian-stoll.com

Aşağıda online olarak hazır fotoğraf temin edebileceğiniz stok siteleri yer alıyor. Bu alanda, sadece konseptle uyumlu görselleri seçmenizi öneririz.

Getty images – www.gettyimages.com
Shutterstock – www.shutterstock.com
Corbis – www.corbis.com
Istockphoto – www.istockphoto.com
Imagesource – www.imagesource.com
Veer – www.veer.com

6. Tipografi

- 6.1 Kurumsal font
- 6.2 Font ailesi
- 6.3 Yardımcı font

Kurumsal font

- 6.1 Kurumsal font
- 6.2 Font ailesi
- 6.3 Yardımcı font

Kurumsal kimliği oluşturan ana elemanlardan biri olan font sadece bir yazı tipi değildir. Aynı zamanda markanın ruhunu, karakterini yansıtan bir araçtır. Türkiye markasının birincil kurumsal fontu Museo Sans'tır. Bu font, Türkiye'nin gücünü hissettirirken, aynı zamanda görsel stile dair önemli ipuçları verir.

Türkiye

Font ailesi

- 6.1 Kurumsal font
- 6.2 **Font ailesi**
- 6.3 Yardımcı font

Museo Sans 300, 700 ve 900, font ailesinin kullanılması önerilen üyeleridir. Çalışırken uygun hiyerarşiyi ve belirginliği yaratmak için aşağıdaki ölçek ve renk sistemini tercih edebilirsiniz.

Museo Sans 300

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOÖPRSŞTUÜVWXYZ
abcçdefgğhijklmnoöprsştuüvwxyz
1234567890.,,:!/?%&@€\$£¥

Museo Sans 700

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOÖPRSŞTUÜVWXYZ
abcçdefgğhijklmnoöprsştuüvwxyz
1234567890.,,:!/?%&@€\$£¥

Museo Sans 900

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOÖPRSŞTUÜVWXYZ
abcçdefgğhijklmnoöprsştuüvwxyz
1234567890.,,:!/?%&@€\$£¥

Yardımcı font

- 6.1 Kurumsal font
- 6.2 Font ailesi
- 6.3 **Yardımcı font**

Zaman zaman dijital medyada kullanılan dahili iletişim çalışmalarında, PowerPoint veya Microsoft programlarında ya da sisteminde Museo Sans yüklü olmayan üçüncü kişilere gönderdiğiniz dijital dökümanlarda farklı bir fonta ihtiyacınız olabilir.

Bu gibi durumlarda Museo Sans'ın yerine kullanılacak tek font Verdana'dır. Ancak Verdana hiç bir şekilde basılı ve ticari iletişim malzemelerinde kullanılamaz.

Verdana Regular

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOÖPRSŞTUÜVWXYZ
abcçdefgğhijklmnoöprsştuüvwxyz
1234567890.,,:!/?%&@€\$£¥

Verdana Bold

ABCÇDEFGĞHIJKLMNOÖPRSŞTUÜVWXYZ
abcçdefgğhijklmnoöprsştuüvwxyz
1234567890.,,:!/?%&@€\$£¥

7. İllüstrasyon

7.1 Genel bakış

İllüstrasyon

Türkiye markası iletişim malzemelerinde kullanılacak illüstrasyon stili aşağıdaki gibi çizgiseldir.

Kurumsal / 'DTP' / Sektör / Şirketleri tanıtıcı



Genel

7.1 Genel

Türk endüstrisi ve şirketleri için yapılan promosyonel (tanıtım amaçlı) çalışmalarda kullanılmak üzere daha farklı bir illüstrasyon sistemi tasarlanmıştır. Bu versiyonda, logoda yer alan 3 ana renkteki paralel çizgiler, aşağıda görebileceğiniz gibi konseptin gücünü ifade eden farklı formlara dönüştürülmüştür.



Yandaki grafik, oluşturulan görsel sistemin fotoğraf, illüstrasyon, logo ve tipografiyle nasıl çalışacağını gösteriyor. Bu birleşimleri, Türkiye markasını dinamik, güçlü ve canlı gösterecek şekilde oluşturmalısınız.



Genel

7.1 Genel

Aşağıdaki örneklerde, illüstrasyon sisteminin nasıl kullanıldığını görebilirsiniz. Soldaki görselde yer alan illüstratif form tek başına bir mesaj iletirken, sağdaki son görselde ise grafik fotoğraf ile birleşmiş ve mesaj odaklı bir ilana dönüşmüştür.



Türkiye DTP'yi tanıtıcı



Fotoğraf yok. İllüstrasyonun kendi başına bir anlamı ve iddiası var.



Sektör / Şirketleri tanıtıcı



Fotoğrafla etkileşime giren illüstrasyon ve iddia.

8. İlham

Logoyu tanıtıcı



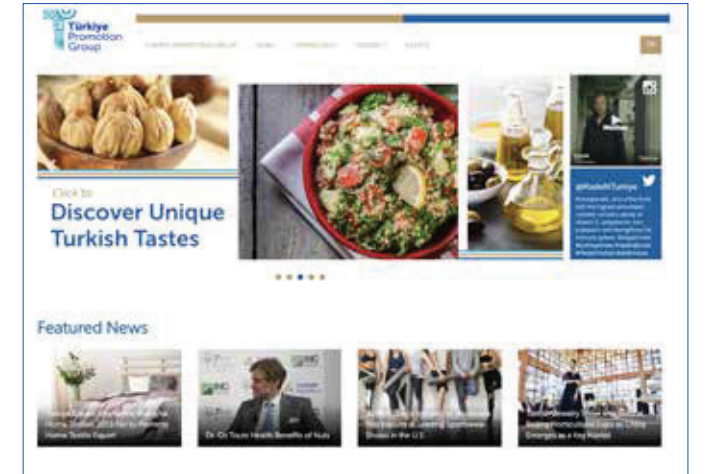
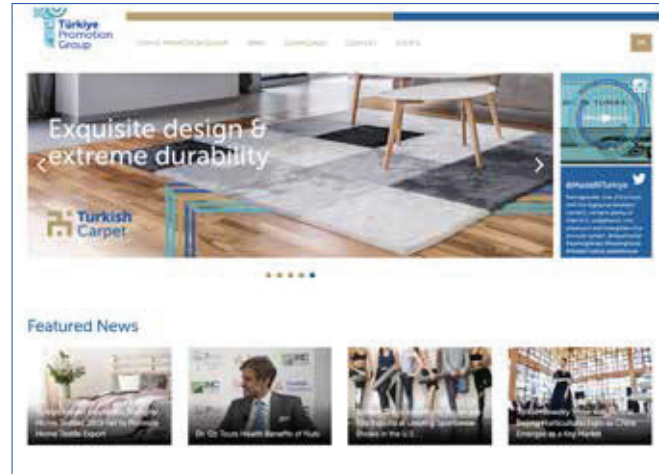
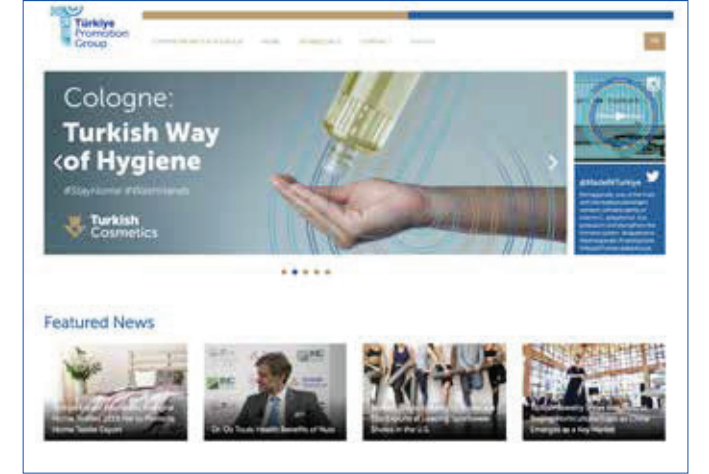
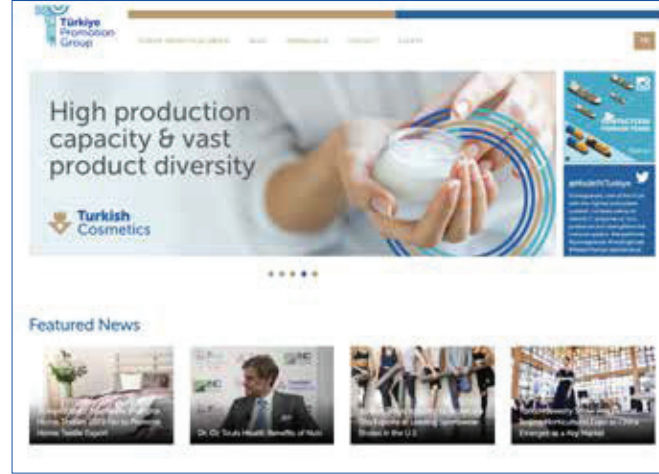
Not: Sayfadaki görseller, tasarımsal referanslardır.
Tüm hakları ilgili kaynaklara aittir.

Sektörleri tanıtıcı



Not: Sayfadaki görseller, tasarımsal referanslardır.
Tüm hakları ilgili kaynaklara aittir.

İnternet Sitesi Banner Örnekleri



Not: Sayfadaki görseller, tasarımsal referanslardır.
Tüm hakları ilgili kaynaklara aittir.

9. Sektörler Görsel Kimlik

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırangıç Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza

Kartvizit

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmalı Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:

- 85x55 mm
- 350 gr. mat kuşe
- Mat telefon



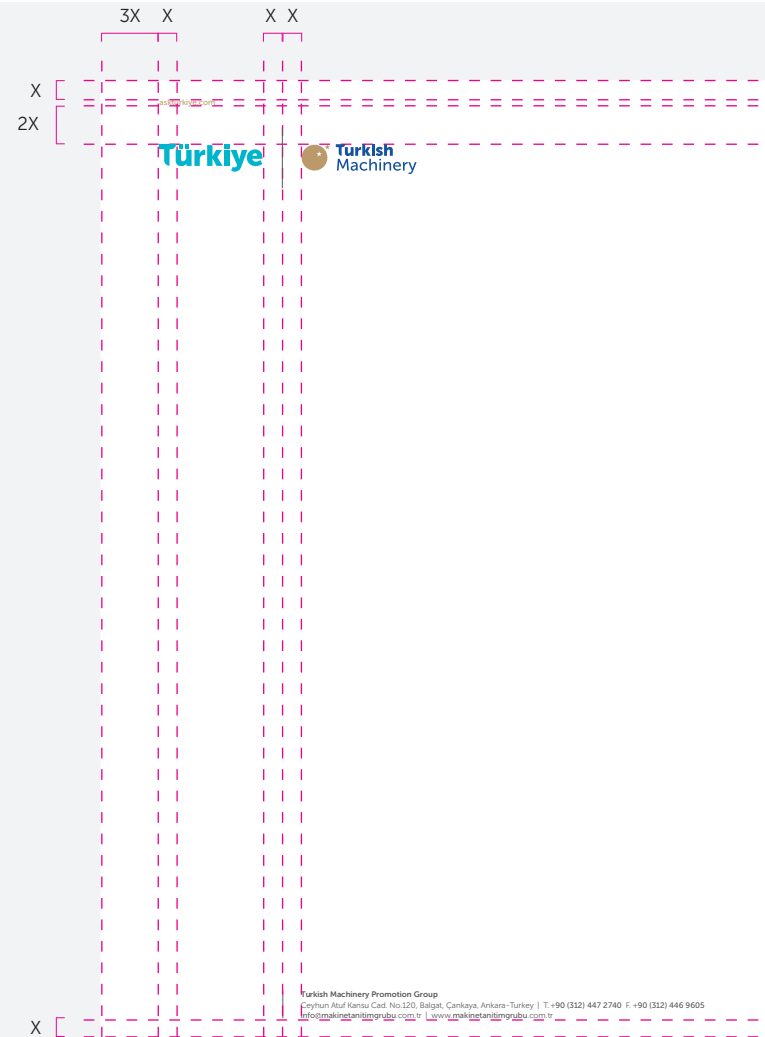
Antetli Kağıt

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmaç Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



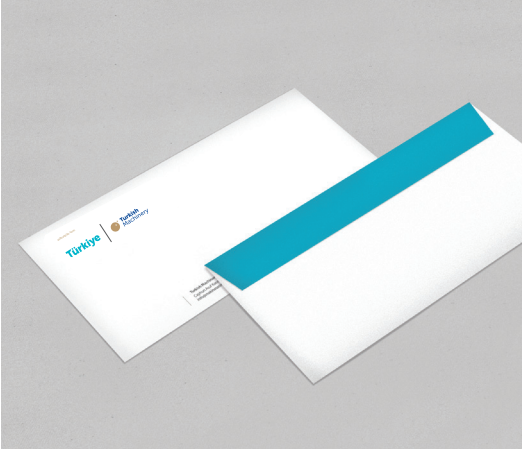
Teknik Özellikler:

- 210x297 mm
- 130 gr. 1. hamur



Diplomat Zarf

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 **Diplomat Zarf**
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmaç Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:

- Kapalı: 240x106 mm
- Açık: 280x235 mm
- 170 gr. 1. hamur



A4 Zarf

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 **A4 Zarf**
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılabilir Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:

- Kapalı: 240x320 mm
- Açık: 500x379 mm
- 170 gr. 1. hamur



CD Zarfı ve Sticker

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 **CD Zarfı ve Sticker**
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırangıç Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:

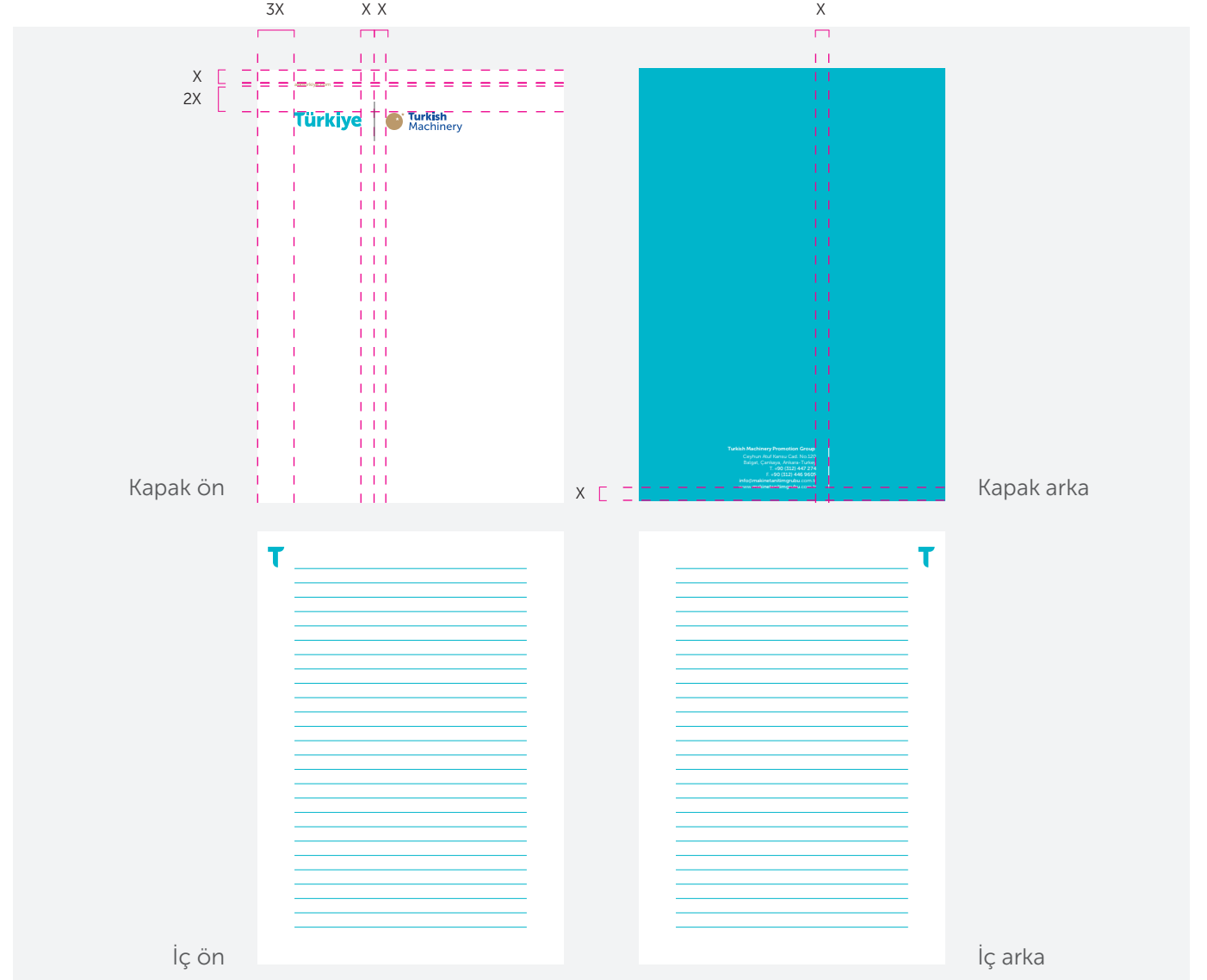
- Kapalı: 125x125 mm
- Açık: 161x273 mm
- 170 gr. 1. hamur

A5 Not Defteri

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 **A5 Not Defteri**
- 9.7 Kırılmalı Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:
- 148,5x210 mm
- 170 gr. 1. hamur



Kırlangıç Bayrak

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 **Kırlangıç Bayrak**
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Teknik Özellikler:
- 50x150 cm

Masa Üstü Bayrağı

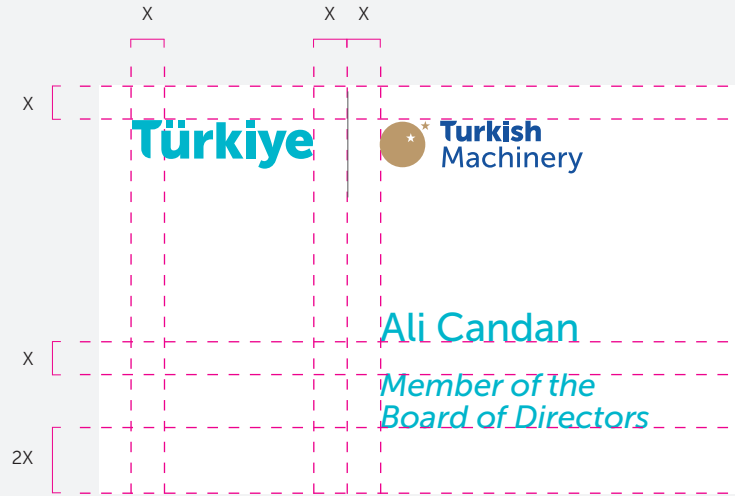
- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmalı Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza

Türkiye



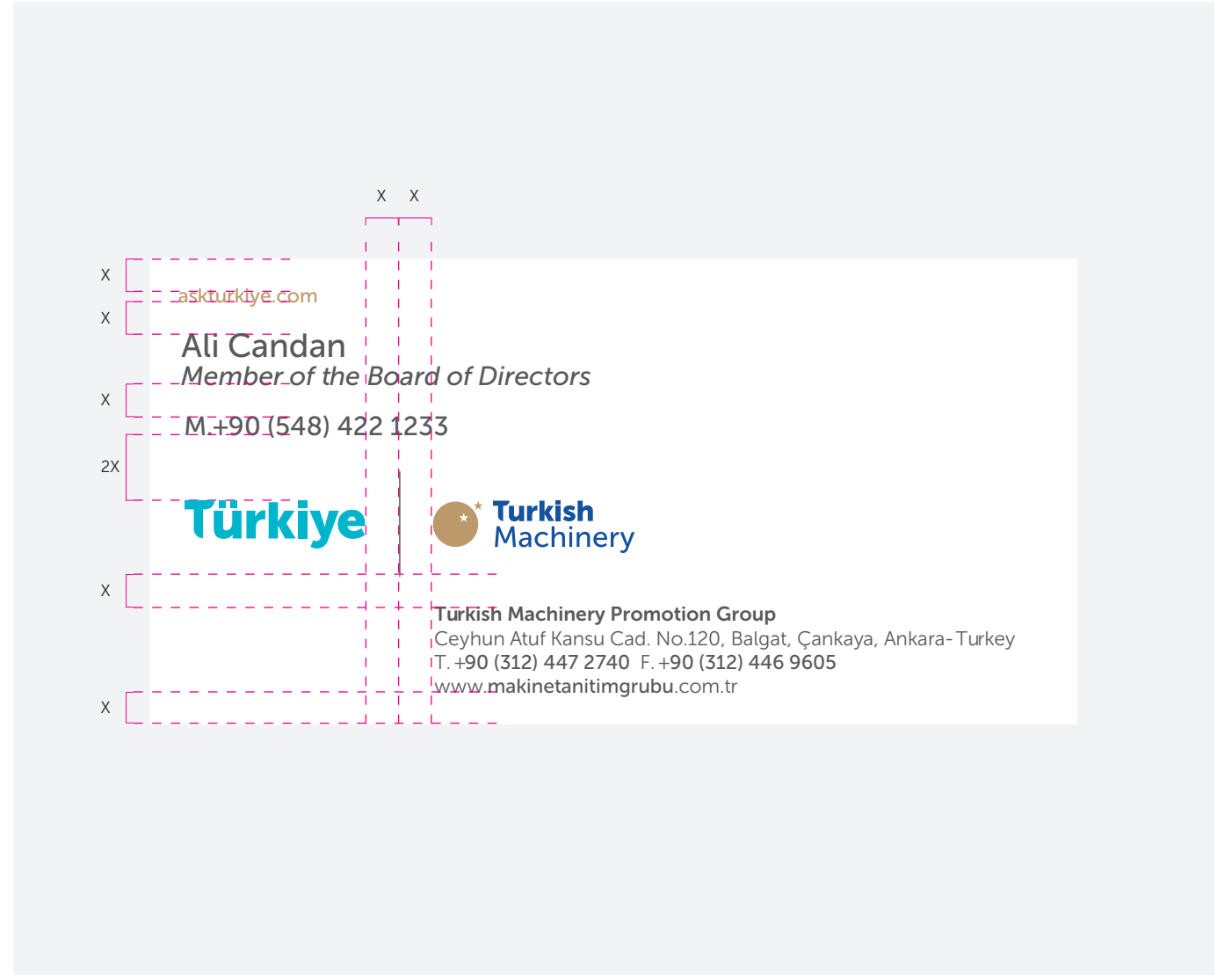
Yaka Kartı

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmalı Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 **Yaka Kartı**
- 9.10 E-imza



E-imza

- 9.1 Kartvizit
- 9.2 Antetli Kağıt
- 9.3 Diplomat Zarf
- 9.4 A4 Zarf
- 9.5 CD Zarfı ve Sticker
- 9.6 A5 Not Defteri
- 9.7 Kırılmalı Bayrak
- 9.8 Masa Üstü Bayrağı
- 9.9 Yaka Kartı
- 9.10 E-imza



Yasal uyarı

Bu kurumsal kimlik sunumunda kullanılan tüm görsel ve fotoğraf örnekleri, sadece tasarımsal referans olması için hazırlanmıştır. Tüm hakları ilgili kaynaklara aittir, çoğaltılamaz.

Teşekkürler.