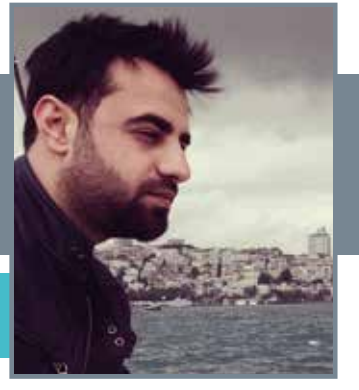




ISMAILTOPARLI

FREELANCE DESIGNER





İsmail TOPARLI Kimdir?

Merhaba ben İsmail TOPARLI, 2006 yılında tasarım hayatıma başladım. 10 yılın verdiği tecrübe sayesinde tasarımlarımda doğru renkleri, doğru tipografiyi ve sadeliği ilke edindim.

Şuana kadar bir çok tasarımı kurum ve kuruluşlar tarafından ödüllendirildi. Bir markanın/fırmanın tasarım anlamında tüm ihtiyaçlarına cevap verebilmekteyim.

10 yıl önce tasarlayarak başladığım bu serüvende, gelişerek, değişerek ve zamanın akışına yeni markalar katarak markalarla birlikte büyüdüm. Bu süreçte 300'den fazla firma/marka ile kol kola girdim, hep beraber eğlendik, düşündük, tartıştık ve hayal ettik.

Hayallerimi tecrübe ederek, nörolojik pazarlamadan destek alarak ve geribildirimleri aklımda tutarak markalarla birlikte geliştik ve değiştik.

Geçen her yeni yılı kutlarken de aldığım radikal bir karar sonucu "çok iş" i bırakıyor, sadece "iyi iş" çıkarmaya çalışıyorum.

Bu iş benim için dalgalı bir denizdir, ben ise denize tutkun bir balıkçı

Kullandığım Grafik Araçları

PS Adobe Photoshop

Ai Adobe Illustrator

iD Adobe InDesign

Fl Adobe Professional Flash

DW Adobe Dreamweaver

Kullandığım S.M. Araçları

f Facebook

YouTube Youtube

Twitter Twitter

Instagram Instagram

Pinterest Pinterest

Logo Tasarımı

Logo Nedir?

Logo tasarımı, markanızın yüzü, simgesi, ifade edilme biçiminiz, markanızı başkalarından ayıran size özel parmak izinizdir. Bilimsel bir tanımla logo, farklı kurum, şirket, markaları ayırt etmeyi sağlayan simge, tipografik karakter, işaret tasarımıdır. Genellikle şirket ya da kurum adını sembolleştiren, onu somut bir karaktere dönüştürerek akılda kalıcı kılan işarettir.

Logo Neden Önemlidir?

Logo sahibi olmadan bir markadan söz etmek imkansızdır. Markanın kimliğindeki fotoğraftır logo. Onu ve temsil ettiği işi, bu iş için geniş kitlelerle empati kurmak üzere yarattığı değerleri çağrıştıran bir simgedir. Logosuz bir şirketi, yüzü olmayan bir insana benzetmek çok da yanlış olmaz.

Profesyonel Logo Markaya/Firmaya Nasıl Bir Avantaj Sağlar?

Marka algısı yaratır.

Kurumsallığı yani güvenilirliği çağrıştıırır.

Kendi bünyesinde çalışanlarıyla ortak bir bağ kurmasına onları hangi çatı altında topladığını anlatmasına yardım eder.

Markalar dünyasında kendisini ayırt edici bir özellik olarak logosunu kullanması markaya, fark edilme fırsatı sunar.

İyi Bir Firma/Marka Logosu Nasıl Olmalıdır?

Özgün olmalıdır

Başka bir markanın, şirketin, işletmenin ya da kurumun logosunu anımsatmamalıdır.

Hizmet verilen alana uygun bir tarzı olmalıdır.

Şirket adını ifade eden detaylar içermelidir.

Şirket imajına uygun olmalıdır.

Sağlam ve güvenilir bir ifadeye sahip olmalıdır.

Fazla karmaşık olmamalıdır. Akılda kalıcı olmalıdır.

Farklı renklerdeki zeminlerde kullanılabilecek bir yapıda olmalıdır.

Grafik kalitesi yüksek olmalıdır.

Marka kimliğini net olarak özetleyen bir simge gibi kullanılabilmelidir.

Örnek Bir Logo Modernizasyon İşlemi



SONSUZ MARKA
"Slogan"



SONSUZ MARKA
"Slogan"



SONSUZ MARKA
"Slogan"

Ambalaj Tasarımı

Ambalaj, ürünün giysisi gibidir. Tüketicuyu satın alma eylemine hazırlaması için gerekli tüm özellikleri üzerinde bulundurması gerekir. Ürünün piyasada tutunabilmesi; doğru ve etkili bir ambalaj malzemesinin seçimine bağlı olduğu kadar, ambalajın tasarımına da bağlıdır. Ürünün yapısına uygun seçilen renklerle, uyumlu yazı ve biçimlerle tasarlanmış, çekici, güzel görünümlü bir ambalaj, tüketiciyi olumlu yönden etkiler.

Ambalajda grafik tasarımı, satışa sunulan ürünün tüm özellikleriyle tüketiciye yansımaları ve onunla diyalog kurmasını sağlayan önemli bir araçtır. Adeta ürünün dilidir. Bu dilin etkili olması, tanıtımın olumlu sonuçlanmasını sağlar.

Bir markete giren tüketici eline aldığı ürünü geriye koymadan alışveriş çantasına atabiliyorsa, bunda ambalajın önemli etkisi vardır. Şüphesiz ne tek başına güzel bir ambalaj, kötü bir ürünle, ne de tek başına kaliteli bir ürün, kötü bir ambalajla satışını artırabilir.

Ambalajın grafik tasarımı, diğer tanıtım konuları gibi, grafik sanatçısının sorumluluğundadır. Ürün, tüketiciye sunulduğu zaman bulunduğu yerde her konumda çekici gücünü, etkisini göstermelidir, anlaşılmalıdır. Satıcı kişiler ürünleri yan yana dizerken her zaman ambalajın geniş yüzeyini tüketicinin görebileceği şekilde yerleştirmeyebilir. Ambalajın yan ve üst yüzeyleri de ürünün tanıtımını açısından önemlidir. Her ürün, farklı kuruluşların ürünleriyle yan yana geldiğinde çekiciliğini koruması gerekir. Bu durum, vitrinde ya da market raflarında olduğu kadar, tüketici elinde de ona verdiği güven yönünden önemlidir.



Kurumsal Kimlik Tasarımı

Kurumsal Kimlik Nedir?

Son yıllarda, marka değeri yaratmanın firma ve markalar için sağladığı ekonomik kazanç "kurumsal kimlik nedir" sorusuna yanıt arayan araştırmaların, konferansların artmasına neden oldu. Sıklıkla duyduğumuz ancak içini dolduramadığımız bu çok soyut kavramı, biraz somutlaştırarak açıklamak istiyorum: Kurumsal kimlik, süslü bir plaza teriminden çok daha öte ve komplike bir konudur. Ülkenin en iyi dönerini yapmasına rağmen mahallesinden başka yerde tanınmayan dönerci ile tüm ülke genelinde zincir restoranları olan dönerci arasındaki farktır.

Evinizi sıfırdan döşeyeceğinizi hayal edin. Rastgele mobilya mağazalarını gezerken kafanıza esen ve beğendiğiniz her şeyi alıp eve geldiğinizi düşünün. Sonra da birbiriyle, evin şekliyle ve mevcut metrekare ile uyumsuz bu yepyeni eşyalarla uğraşmak zorundasınız. Peki, bu işi şöyle yapsaydınız nasıl olurdu? Önce kafanızda bir dekorasyon stili belirleseydiniz. Sonra da o stille uyumlu iki ya da üç renk. Ardından hangi alana nasıl bir eşya koyacağınızı bu eşyaların genel ölçülerinin ne olması gerektiğini ve onları ne amaçla kullanacağınızı hesaplasaydınız. Sonra da tüm bu eşyalarla uyumlu perdeler, halılar, biblolar vs... Sonuçta her biri işinize yarayacak eşyalarla hepsi evin şekli ile ve birbiriyle uyumlu bir dekorasyon bütünlüğü elde etmiş olurdunuz. Üstelik, evinize gelen insanlar eşyaların dizili olduğu bir mekandan çok ruhu olan, kendine özgü bir kimliği olan bir yaşam alanı görürdü ve inanın eviniz de uzun süre akıllarında kalırdı. İşte bu akılcı, planlı ve birbiriyle bağlantılı sistemli kurguya çok bezer kurumsal kimlik denilen kavram. Markanızın adı ve sloganı, logo tasarımı, amblemi, belki de menüsü ya da kataloğu, çalışanların giysileri, mağaza ya da restoranın dekorasyonu, iletişim dili birbiriyle uyumlu, net ve gerçekçi bir mesajı verme çabasında olan plana kurumsal kimlik tasarımı denir.

Kurumsal Kimlik Tasarımı Neden Önemli?

Bir restorana girdiğinizde menüsünden, dekorasyonuna, logosundan, personelin tarzına kadar her detay bir bütünlük içindeyse o mekan zihninizde hem bir kimlik ve karakter kazanacak hem de bu yolla aklınızda kalacaktır. Size özel bir hizmet verildiği izlenimini başarıyla sunacaktır. Tüm bu bütünlük, o restorani karnınızı doyurup, gelip geçtiğiniz bir yer olmaktan çıkarıp bir marka haline getirecektir. Söz konusu bütünlüğü yani kurumsal kimliği doğru kurgulamak bu nedenle çok önemlidir.



Markalar için Sosyal Medya

Söz konusu başarılı bir pazarlama stratejisi oluşturmak olduğunda, doğru ölçümlemekten doğru iletişime kadar çok fazla kriter denklemin bir parçası haline gelmektedir. Geçmiş yıllarda son derece zahmetli bir şekilde yapılan bu analizler, hem maliyetli hem de yeterlilik anlamında üzerinde soru işaretleri oluşturacak nitelikteydi. Sosyal medyanın hayatımıza girmesiyle birlikte, pazarlama stratejilerini A'dan Z'ye değiştirdi diyebiliriz. Bu çerçeveye dikkatli bakıldığında, sosyal medyanın, pazarlamaya daha teknik ve ölçülebilir bir boyut kazandırdığını görüyoruz.



Gelişmiş izleme imkanı

Sosyal Medya, her ölçekteki şirket ve işletme için müşterileriyle iletişim kurma ve onların fikirlerini dinleyebilme imkanı sağlar. Bu bilgilerin doğru analiz edilmesi, başarılı bir pazarlama stratejisinin ilk adımı olarak kabul edilmelidir.

Tüketici davranışlarını analiz etmek

Sosyal Medya, etki çapı ve katılım rakamları düşünüldüğünde markalar için önemli bir gözlem alanı haline gelmiş durumda. Bunun en önemli faydalarından birisi de, tüketici davranışlarını gözlemlemek ve bu veriler doğrultusunda ürün niteliklerini optimize etmektir.

Güçlü pazarlama araçları

Markalarını ve/veya girişimlerini internetle senkronize etmeyi başaran firmalar için en önemli ihtiyaç, ortaya koydukları ürünün doğru özelliklere sahip olabilmesi ve internet ortamında ön planda olabilmektir. Doğru analizler neticesinde ortaya çıkan girişimler, arama motoru optimizasyonu çalışmaları veya çevrimiçi reklam opsiyonlarıyla kullanıcılarına çok daha kolay bir şekilde ulaşabilirler. Elbette, bu aşamadan sonra başarı ortaya konulan ürünün kalitesiyle ilişkilidir.

Sosyal medya araçları

Sosyal medyanın bir mecra olarak daha yaygın biçimde kullanılması, sosyal medya için hazırlanan çok sayıda nitelikli aracın da ortaya çıkmasının önünü açtı. Çok farklı niteliklerde araçlar olmasına rağmen genellikle sürdürülen bir kampanyanın başarısını ölçümlemek bu araçlar sayesinde çok daha kolaylaşmış durumdadır. Bununla birlikte, daha kreatif yaklaşımlarla temellendirilen birçok kampanya için özel sosyal medya araçları da hazırlanabilmekte.

Hızlı karar alma gerekliliği

Sözü edilen sosyal medya olduğunda, hızlı karar alma ve uygulama neredeyse bir ön koşul haline geliyor. LT'nin yaptığı araştırma, bir markaya tweet atan kullanıcıların yüzde 53'ü bir saat içinde cevap verilmesini bekliyor. Söz konusu tweet bir şikayet veya eleştiri içerdiğinde ise bu rakam yüzde 72'ye yükseliyor. Bununla birlikte hızlı reaksiyon alma kabiliyeti, pozitif bir marka imajı sağlamak açısından da büyük önem taşıyor.

Doğal bir danışma meclisi

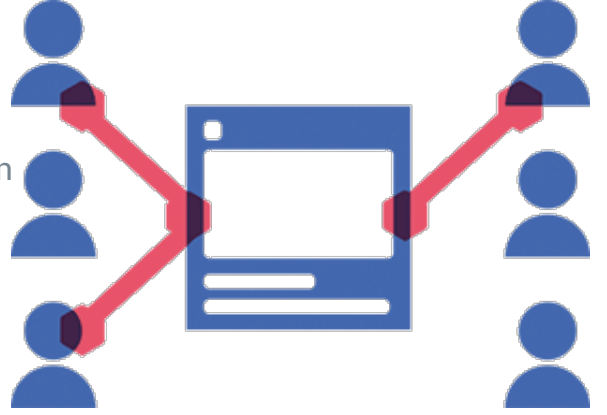
Sosyal medya, bir ürün veya servis açısından pazarlamadan çok daha büyük anlamlar ifade edebiliyor. Kullanıcı deneyimi için inanılmaz büyüklükte bir test grubu sunan bu mecra doğru dinlendiğinde, sunulan servis veya ürünleri mükemmelleştirmek için önemli ipuçlarının toplanmasına da yardım ediyor.

Facebook Reklam Yönetimi

Sadece doğru kişiler

1,4 milyardan fazla insan kendileri için önemli olan şeylerle bağlantı kurmak için Facebook'u kullanıyor ve 900 milyondan fazlası Facebook'u her gün ziyaret ediyor. 1 Bir Facebook Reklamı yayınladığınızda, reklamınızı görecektir hedef kitleleri konum, yaş, ilgi alanları ve diğer özelliklere göre seçersiniz.

Facebook Reklamlarıyla, siz nasıl insanlara erişmek istediğinizi seçersiniz ve biz de reklamlarınızı onlara yayınlıyoruz. Bu, reklamlarınızın onları gören kişiler için daha alakalı olmasını sağlar ve sizi gerçek sonuçlara ulaştırır.



Facebook reklamları ile

Hedef kitlenize ulaşabilir

Yeni müşteriler edinebilir

Farklı markaların takipçilerine sesinizi duyurabilir

İnternet sitenize trafik çekebilir

Üye, abone ve katılımcı sayınızı artırabilir

Marka fanatikleri yaratabilirsiniz.

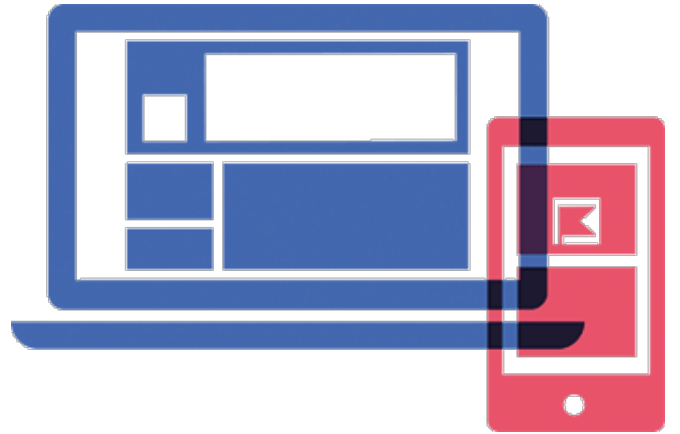
Elbette ki bu sıraladıklarımıza ulaşabilmek için bilmeniz ve uygulamanız gereken birçok nokta bulunuyor.



Aktif ve etkileşimde oldukları yerde

Mobil cihazlar artık hayatımızın bir parçası. İnsanlar telefon ve tabletlerini keşfetmek, iletişime geçmek ve alışveriş yapmak için her zamankinden fazla kullanıyor.

700 milyondan fazla insan Facebook'a her gün telefon ve tabletlerinden giriş yaparak Facebook Reklamlarını aile ve arkadaşlarıyla ilgili haberlerin arasında görüyor. Facebook Reklamları insanların Facebook'ta gördükleri bilgi akışının içine yerleştirilmiş olduğundan, reklamlarınızı görme ve eylemde bulunma olasılıkları daha yüksektir.



Gerçek sonuçlar için

Facebook'ta reklam vermek siz ve müşterileriniz için son derece kolaydır. İnsanlar bir Facebook Reklamından mağazanızın yol tarifini alabilir, bir uygulama yükleyebilir, videolarınızı görüntüleyebilir, alışveriş sepetine ürün ekleyebilir veya internet sitenizde başka bir eylemde bulunabilir.

Sleepy

A.101


TURKCELL


SANKO


istikbal


sekuk
ecza
deposu


sölen

n11.com


ZORLU


SİNPAŞ GYO

TV8

brillant®


1
doğa
KOLEJİ


İnsan Doğramacı
Bilkent
1984
Bilkent Üniversitesi

YAPLAN KARDEŞLER
cârpêt


arçelik


kinetix


FESTİVAL
HALI

ACIBADEM

ERPEN


ACARSAN
HOLDİNG


İSTANBUL
BÜYÜKŞEHİR
BELEDİYESİ

di di


ADNAN



Arçelik
Billboard



Sleepy
Kutu Tasarımı



Şölen
Ambalaj Tasarımı



Turkcell
Raket



İstanbul B.Ş.B.
Akıllı Telefon Uygulaması



N11.com
Billboard



Acıbadem
İlan



Tarlabaşı360
Konsept - Billboard



İstikbal
Konsept Tasarım



TV8 - Acunn.com
Banner Tasarımı



Balcony
Ambalaj Tasarımı



Turkcell
Raket



Elit
Ambalaj Tasarımı



Didi
Konsept Tasarım



Altunsa
Ambalaj Tasarımı



Acarsan Holding
Kurumsal Kimlik

Birlikte Çalışmak

İsmail TOPARLI, firmanızın ihtiyaç duyduğu tüm grafik tasarım, sosyal medya, interaktif reklam yönetimi ve ambalaj tasarım ihtiyaçlarını karşılayabilir.

Çalışma Şekli

Ben firmanızın dışarıdan bir elemanı olarak işe başlar, ve şirketinizin elemanı olurum. Bu nedenle yaptığım iş başına ücret ödemezsiniz. Çalışanlarınıza verdiğiniz maaş gibi sizden aylık maaş alır ve bu süre zarfında verdiğiniz tüm işleri yapmayı taahhüt ederim.

Birlikte Çalışmamızın Avantajları

- ✓ Profesyonel bir tasarımcı ile çalışmış olursunuz.
- ✓ Firmanıza alacağınız tecrübesiz bir tasarımcıdan daha az maaş ödersiniz.
- ✓ SSK, prim, yol, yemek gibi masraflarınız olmaz.
- ✓ İşlerinizin tamamı tek elden çıktığından tüm çalışmalar birbirine tutarlı olur.

Fiyatlandırma ve Ödeme

Grafik Tasarım Sorumlusu Olarak Bizimle Çalış

Firmanızın grafik tasarım sorumlusu olarak işe başladığımda, firmanızın logo tasarımı, kartvizit, katalog, broşür, billboard, ve tüm matbuu işlerini yaparım.

Aylık Ücret
1200 TL

Sosyal Medya Uzmanı Olarak Bizimle Çalış

Firmanızın sosyal medya uzmanı olarak, tüm sosyal medya hesaplarını yönetir, sektörü analiz eder, rakipleri inceler, en uygun içeriği hazırlayıp planlar, en doğru hedef kitlenizi oluşturur ve dijital stratejiler geliştiririm.

Aylık Ücret
1400 TL

Ambalaj Tasarım Sorumlusu Olarak Bizimle Çalış

Firmanızın ambalaj tasarım sorumlusu olarak başladığımda, ürünlerinize ait olan tüm ambalajların revizyonu ve yeniden tasarlanması sorumluluğunu üstlenmiş olurum.

Aylık Ücret
1300 TL

İlk Çalışma Deneme Amaçlı Ücretsiz Olacaktır. Daha fazla bilgi için lütfen irtibat kurunuz.