

Merhaba, SmartOpt'un yenilenen kurumsal kimliğine ve yeni dünyasına hoş geldiniz.

Marka ses tonundan görsel iletişim diline, logo kullanım örneklerinden konumlandırma rasyoneline SmartOpt'un tüm yeni kurumsal kimlik özelliklerini ilerleyen sayfalarda bulabileceksiniz.

Ne için hazırlandı?

Bu kitapçık, SmartOpt'un vizyonunu ve gücünü iletişim çalışmalarında tüm dünyaya en iyi şekilde yansıtmak, iletişim dilini tek bir çatı altında toplayarak tutarlı bir marka kişiliği yaratmak için hazırlandı. Bu kitapçıkta yer alan tüm kurallar, size limit koyma değil, yol gösterme amacı taşıyor.

Kimin için hazırlandı?

Bu kitapçık, SmartOpt'un tüm paydaşları için hazırlandı. SmartOpt'un iletişim planlarının beklentiler doğrultusunda hayata geçirilebilmesi için tüm paydaşların bu kitapçıkta yer alan kural ve açıklamalara özen göstermesi gerekiyor.

Bu Kitapçıktan Nasıl Faydalanacaksınız?

SmartOpt'un Kurumsal Kimlik Rehberi, iletişim çalışmalarını kavramak amacıyla üç başlık altında incelenebilir:

1. Markanın amaç ve hedeflerini özümsemek.

Bir markayı anlamak, öncelikle onun kuruluş amacını, hedeflerini ve konumlandırma stratejisini özümsemeyi gerektirir. Bu rehber size, yapacağınız iletişim çalışmalarının SmartOpt'un ilke ve hedeflerine uygunluğu hakkında yol gösterecek.

2. Markanın görsel dünyasını kavramak.

Markanın görsel dünyası, tüketicinin zihnindeki algıyı oluşturan en önemli etmenlerden biridir. Bu rehber size, SmartOpt'un görsel kimliğini ana esaslarıyla kendi iş alanınızda nasıl uygulamanız gerektiği hakkında yardımcı olacak.

3. Kimliğin gerekliliklerine göre hareket etmek.

Bu rehber, markanın kurumsal kimliğe ihtiyaç duyulan tüm çalışmaları göz önünde bulundurularak hazırlandı. Kurumsal kimlik rehberinde cevabını bulamadığınız bir uygulama alanıyla karşılaştığınızda, çalışmanızı SmartOpt'un amaç ve esasları doğrultusunda yapmalısınız.

Stratejik Konumlandırma

SmartOpt,

Şirketlerin tedarik zinciri yönetimi için akıllı çözümler sunan, karlılığını arttıran ve gelişmesini hızlandıran bir topluluktur.

Her zaman gelişen ve yenilenen, örnek alınanı yaratmayı hedefleyen, öncü kurum olarak yola devam edeceğiz. İlerici düşünerek, cesur ve azimli olarak, yetkin davranarak, gerçek anlamda lider olmak için durmadan çalışacağız.

Arketipler

Ünlü psikianalizci Carl Gustav Jung tarafından ortaya atılan arketip kuramı, kişiliklerini şekillendirmede markalara büyük fayda sağlar. Kişilik inşa ederken, tüketicilerin markayı hangi durum ve koşullara bağlı olarak tercih ettiklerine bakıp buna uygun imaj ve duygu formlarının (arketipler) belirlenmesi oldukça önemlidir.

SmartOpt'un arketipleri

Şirketlerin ihtiyaçlarını anlama, buna yönelik yenilikçi çözümler getirme ve kendi sorumluluğu çerçevesinde onların başarısını destekleme misyonuyla SmartOpt, konumlandırmasını Yardımsever ve Kahraman arketipleri üzerine inşa etmiştir.

Yardımsever

Yardımsever arketipinin genel nitelikleri arasında empati, güvenilirlik, iyilik ve dostluk yer alır.

Kahraman

Bu arketip, bir başarı göstergesi şeklinde incelenebilir. Her zaman önde olmayı ve her şeyin iyisine ulaşma çabasını ifade eder.

Ses Tonu

Ne söylediğiniz kadar nasıl söylediğiniz de önemlidir. Çünkü insanlar söylediklerinizi unutabilir, ama hissettirdiklerinizi asla!.. Bu nedenle SmartOpt, iletişim çalışmalarında hedef kitlesiyle yakın bir bağ kurabileceği, karakterine ve vaatlerine uygun, etkili bir ses tonu kullanmalıdır.

Marka ses tonu markaya karakteristik özellik kazandırır.

Nasıl ki bir birey kendine özgü ses tonuyla çevresiyle iletişim kuruyorsa markalar da iletişimde aynı yolu izler. SmartOpt'a özgün bir kişilik kazandırmak için çerçeveselendirilen yazı dilinin tamamı, markanın ses tonunu oluşturur. Bu, iletişimde markanın etkililiğini ve tutarlılığını sağlar.

Marka ses tonu altyapısı

SmartOpt'un ses tonunun altyapısı, hedef kitlesine uygun bir dildir. SmartOpt; lider, zeki, samimi, saygılı, anlayışlı ve güvenilir bir ses tonuyla konuşur.

Üslup ve yapı

SmartOpt, kısa ve birbirine bağlı, enerjisi hissedilen cümleler kurar. Anlatım dilini seçkin ve kibar bir üslupla birleştirir.

Ses Tonu

SmartOpt konuştuğunda hangi duygular kesinlikle hissedilir?

- ✓ Empati
- ✓ Zeka
- ✓ Güven
- ✓ Çözüm
- ✓ Beklenti
- ✓ Memnuniyet
- ✓ Samimiyet

Doğru metin örneği

“Tüm projelerimizde lider, iyimser, yüksek teknoloji düzeyine sahip, dayanışma içinde olan ve değer yaratan bir şirket algısı oluşturmayı hedefliyoruz.

SmartOpt konuştuğunda hangi duygular kesinlikle hissedilmez?

- X Hayal kırıklığı
- X Şüphe
- X Stres
- X Aşağılanma
- X Güvensizlik
- X Abartı

Yanlış metin örneği

“Hayallerinizin bile ötesine geçecek, başka hiçbir şirkette bulamayacağınız teknolojik çözümlere ne dersiniz?

SmartOpt İsmi Yazımı

SmartOpt ismi başlık, alt başlık ve tüm metinlerde S ve O harfi mutlaka büyük harflerle ve tek satırda yazılmalıdır. Kısa çizgi işaretiyle bölünerek veya kelimelerin bir tanesi alt satıra atılarak kullanılamaz.

✓ SmartOpt

✗ Smartopt

✗ SMARTOPT

✗ smart-opt

SmartOpt Amblemi

SmartOpt'un sembolü, kendi kaynaklarımızı ve teknolojimizi kullanarak sunmakta olduğumuz akıllı çözümleri sembolize etmektedir.

The symbol of SmartOpt symbolizes the smart solutions we offer using our own resources and technology.



SmartOpt Logosu

SmartOpt yazısı, SmartOpt sembolüme uyum sağlayacak şekilde HelveticaNeue-Bold fontu ile tasarlanmış olup ve SmartOpt sembolü olan gülen yüz ifadesinin SmartOpt isminin “M” harfi ile birleştirilmesiyle oluşmuştur.

The SmartOpt font is designed with the HelveticaNeue-Bold- font to match my SmartOpt symbol and is formed by combining the SmartOpt name with the letter “M” with the SmartOpt symbol.



Güvenli Alan

SmartOpt logosunun her zaman rahatlıkla fark edilebilir ve ayrıştırılabilir olabilmesi için yazılardan ve grafiklerden bağımsız bir alana ihtiyacı vardır.

Bu alan, logoda yer alan miniskül harflerin yüksekliğinden yararlanılarak bulunur.

Güvenli alan kullanımı aşağıda “y” ile gösterilmiştir.

The SmartOpt logo needs a space independent of texts and graphics so that it can always be easily recognized and differentiated.

This area is found by making use of the height of the miniscule letters in the logo.

Safe area usage is indicated by “y” below.



Logoyu Küçültmek

Logonun okunurluğunu korumak amacıyla logoyu küçültebileceğiniz minimum değerler aşağıda gösterilmiştir.

The minimum values at which you can reduce the logo to preserve the legibility of the logo are shown below.

Tek satır logo kullanımı

Logo yüksekliği minimum 5 mm olacak şekilde küçültülebilir.

Using a single line logo

Using a single line logo height minimum 5 mm can be scaled down.

5 mm [

Yazı Karakteri Ailesi Yazı *Corporate Font Family*

SmartOpt yazı karakteri ailesi **HelveticaNeue**'dur. Modern, esnek, hümanist ve kolay okunabilir bir yapıya sahip olduğu için tercih edilmiştir.

Kullanım alanı

SmartOpt'un tüm iletişim faaliyetlerinde sadece bu yazı karakteri ailesinin üyeleri (sağda gösterilen) kullanılmalıdır. HelveticaNeue'nun kullanılmasının mümkün olmadığı durumlarda sistem fontunu (sayfa xx) kullanabilirsiniz.

The SmartOpt typeface family is HelveticaNeue. It has been preferred because it has a modern, flexible, humanistic and easily readable structure.

Usage area

Only members of this font family (shown at right) should be used in all communication activities of SmartOpt. In cases where it is not possible to use HelveticaNeue, you can use the system font (page xx).

HelveticaNeue Bold

HelveticaNeue Medium

HelveticaNeue Medium Italic

HelveticaNeue Regular

HelveticaNeue Italic

HelveticaNeue Light

HelveticaNeue Light Italic

HelveticaNeue Thin

HelveticaNeue Thin Italic

Sistem Fontu *System Font*

SmartOpt'un tüm iletişim faaliyetlerinde yazı karakteri ailesi **Calibri**'dir. HelveticaNeue'nun kullanılmasının mümkün olmadığı durumlarda ve iç yazışmalarda Calibri ailesinin yan tarafta sıralanan üyeleri tercih edilmelidir.

The font family in all communication activities of SmartOpt is Calibri. In cases where it is not possible to use HelveticaNeue and in internal correspondence, the members of the Calibri family listed on the side should be preferred.

Calibri Regular

Calibri Italic

Calibri Bold

Calibri Bold Italic

Harf Arası Boşlukları

Tasarımlarınızı hazırlarken harf aralarında bırakmanız gereken boşluklar aşağıda gösterilmiştir. Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.

Farklı font büyüklüklerinde aşağıdaki oranları dikkate alarak boşluklarınızı ayarlayabilirsiniz.

18pt -5pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
16pt 0pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
14pt 0pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
12pt +5pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
10pt +10pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
8pt +15pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.
6pt +20pt	Yazı yazarken lütfen harf arası boşluklarına dikkat edin.

Renk Paleti

SmartOpt'un sunduğu hizmetler gibi renk paleti de sınırlı ama kıymetli bir dünya vadediyor. Renk paleti SmartOpt Yellow etrafında döner. Ek renkler, SmartOpt Yellow'un öne çıkmasını sağlayan nötr griler, tamamlayıcı yeşiller ve mavilerdir.

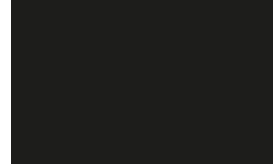
Kimlik sistemi boyunca renk, geniş alanlardan ziyade vurgu olarak kullanılır. Bilgileri netleştirir, belgeleri veya boşlukları ayırır ve odak noktaları sağlar. Tüm renkler boşlukla birlikte kullanılmalıdır. SmartOpt Yellow, görsel etkisini korumak için idareli kullanılmalıdır. Palettteki renkler, belirli bilgilere odaklanmaya ve noktalama işaretlerine yardımcı olur. Netliği korumak için her zaman beyazın tüm parçada baskın renk olduğundan emin olun, ikincil renkleri kullanmayla ilgili en önemli kural, basit tutmaktır. Grafiklerde ve diyagramlarda, renkler arasında maksimum farklılaşma olacak şekilde renkleri karıştırın.

- Ana renk paleti, alıntı tırnaklarda, çizelgelerde ve diyagramlarda, simgelerde, ayırıcı sayfalarda ve slaytlarda kullanılabilir
- Bir belgede ayırma ve kontrast sağlamak için düz sayfa rengi kullanılabilir, ancak renkli paneller kullanılmayabilir
- Yardımcı renk paleti, karmaşık çizelgeler ve diyagramlarda kullanılabilir.

Ana renk paleti



SmartOpt White
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
HTML ffffff



SmartOpt Black
PMS Process Black
C0 M0 Y0 K100
R0 G0 B0
HTML 000000



SmartOpt Yellow
PMS 1235 C
C0 M33 Y88 K0
R241 G182 B52
Hex f1b634

Yardımcı renk paleti



Yellow 1
PMS 1215 C
C1 M16 Y64 K0
R242 G213 B119
Hex f2d577



Yellow 2
PMS 1205 C
C5 M11 Y54 K0
R240 G222 B145
Hex f0de91



Yellow 3
PMS 102 C
C6 M4 Y100 K0
R244 G226 B0
Hex f4e200



Orange 2
PMS 144C
C1 M54 Y100 K0
R241 G138 B0
Hex f18a00



Orange 2
PMS 137C
C0 M44 Y94 K0
R255 G164 B0
Hex ffa400



Orange 3
PMS 1235C
C0 M33 Y88 K0
R55 G183 B27
Hex ff71b



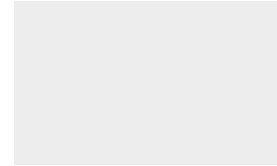
Black 1
PMS 280
C100 M85 Y5 K22
R1 G33 B105
Hex 283473



Gray 1
PMS 424 C
C0 M0 Y0 K70
R109 G110 B113
Hex 3b3c43



Cool Gray
PMS Cool Gray 4C
C0 M0 Y0 K30
R230 G231 B232
Hex e6e7e8



Gray
PMS
C8 M6 Y7 K0
R237 G237 B237
Hex ededed

Logo Renkleri

Zeminlerde logonun erkek ve dişi kullanımı aşağıda gösterilmiştir. SmartOpt logosu bu seçenekler dışında başka hiçbir renkte kullanılamaz.

SmartOpt logo (ncelikli)

SmartOpt

SmartOpt Black logo

SmartOpt

SmartOpt White logo



SmartOpt logosu başka hiç bir renkle kullanılamaz.

SmartOpt SmartOpt SmartOpt

Renk Seperasyonu

SmartOpt'un kurumsal renkleri olan SmartOpt Yellow ve SmartOpt Black ile aşağıda verilen oranlar kullanılarak tasarımlarda ihtiyaç duyulan tonlar oluşturulabilir. Bu tonlar logo rengi için asla kullanılamaz. Sadece zemin ve tasarım elementlerinin kullanımlarında tercih edilebilir.

SmartOpt Yellow renk seperasyonu



% 100 % 60 % 40 % 20 % 10

%60 renk yoğunluğuna kadar erkek logo kullanılmalıdır.



SmartOpt Black renk seperasyonu



% 100 % 40 % 20 % 10

%60 ve sonrası renk yoğunluğunda dişi tercih edilmelidir.



Logonun Zeminlerde Kullanımı

Zeminlerde logonun erkek ve dişi kullanımı aşağıda belirtilmiştir. Dişi logo kullanımlarında logo rengi olarak mutlaka beyaz tercih edilmelidir. Sadece amblem SmartOpt Yellow tercih edilebilir.



%60 renk yoğunluğuna kadar erkek logo kullanılmalıdır.

%60 ve sonrası renk yoğunluğunda dişi tercih edilmelidir.



Logonun Zeminlerde Hatalı Kullanımı

Logonun kullanılmayacağı zemin örnekleri aşağıda gösterilmiştir. Lütfen belirlenen zemin ve logo rengi kullanımları (sayfa X) dışına çıkmayınız.



Fotoğraf Dili

SmartOpt'un kurumsal renkleri olan SmartOpt Yellow ve SmartOpt Black ile aşağıda verilen oranlar kullanarak tasarımlarda ihtiyaç duyulan tonlar oluşturulabilir. Bu tonlar logo rengi için değil, zemin ve tasarım elementlerinin kullanımlarında tercih edilebilir.

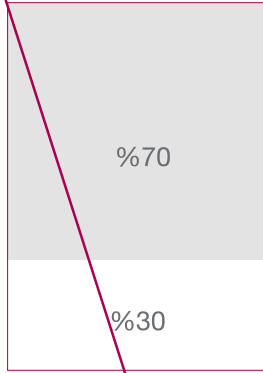
SmartOpt'un fotoğraf dili

Markanın kimliğini belirleyen en büyük parçalardan biri de fotoğraftır. Tüketicilerin zihninde SmartOpt'a dair ilk görsel algı, SmartOpt'un logosu ve iletişim çalışmalarında kullandığı fotoğraflarla şekillenecektir. Bu yüzden kullanılan fotoğrafların sistemli ve tutarlı olması, SmartOpt'un imajı ve itibarı için büyük bir önem taşır.

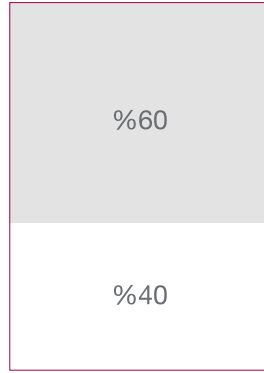
Sayfa Düzeni (Dikey)

Tüm dikey sayfa tasarımlarında kullanılacak beyaz alan/ fotoğraf alanı oranları aşağıda gösterilmiştir. Tasarımlarda beyaz alana sayfa ölçüsünün minimum %40, maksimum %60'ı kadar yer bırakılmalıdır. Hangi oranın tercih edileceğine metin yoğunluğu göz önüne alınarak karar verilmelidir.

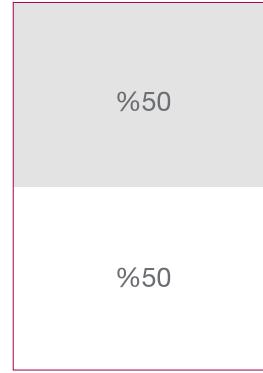
Hatalı Kullanım



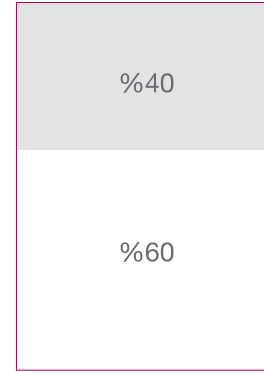
Doğru Kullanım



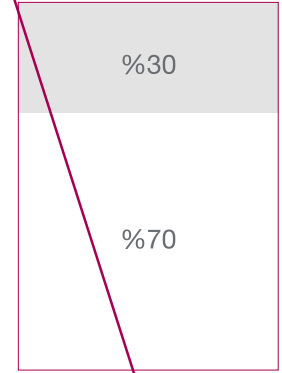
Doğru Kullanım



Doğru Kullanım

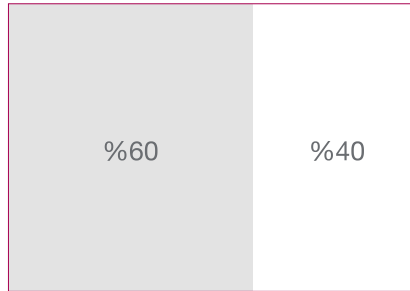
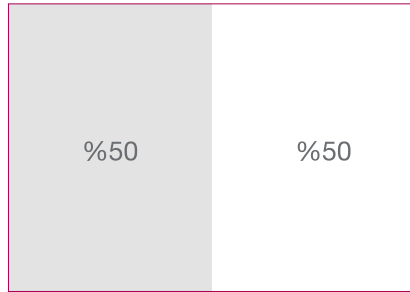
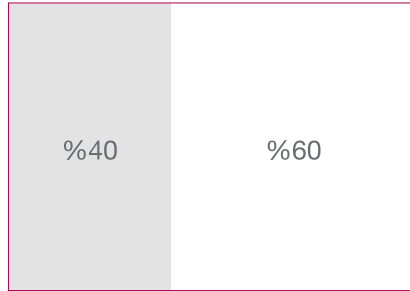


Hatalı Kullanım



Sayfa Düzeni (Yatay)

Tüm yatay sayfa tasarımlarında kullanılacak beyaz alan/ fotoğraf alanı oranları aşağıda gösterilmiştir. Tasarımlarda beyaz alana sayfa ölçüsünün minimum %40, maksimum %60'ı kadar yer bırakılmalıdır.



Damenis essinctur resto
ipsun sintai commien.

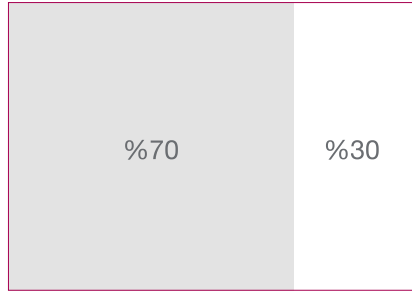
Harum atumquas volupto magnime quo exerchicid quiae ero
beateturibus aped ut aut aut et, conse nat exerum aut rem et
officidit et quae etur aut alicias exeribusam, aut eveliqui tem
int audae volaes eos aut ventis et essimil lupiendis non conem.

Harum atumquas volupto magnime quo exerchicid quiae ero
beateturibus aped ut aut aut et, conse nat exerum aut rem et
officidit et quae etur aut alicias exeribusam, aut eveliqui tem
int audae volaes eos aut ventis et essimil lupiendis non conem.

SmartOpt

Sayfa Düzeni (Yatay)

Sayfanın yükseklik ölçüsü, eninin %50'nin altında olduğu durumlarda (ör: 420 x 200 mm sayfa ölçüsünde) beyaz alanın oranı %30'a çekilebilir.



Damenis essinctur
resto ipsun sintai
commien.

Harum atumque volupto magnime quo
exercid quise ero beatusibus aped ut aut
aut et, conse nat exerum aut rem et officidit et
quae etur aut alicias exeribusam, aut eveliqui
tem int audae volles nos aut ventis et essimi
lupendis non conem.

SmartOpt

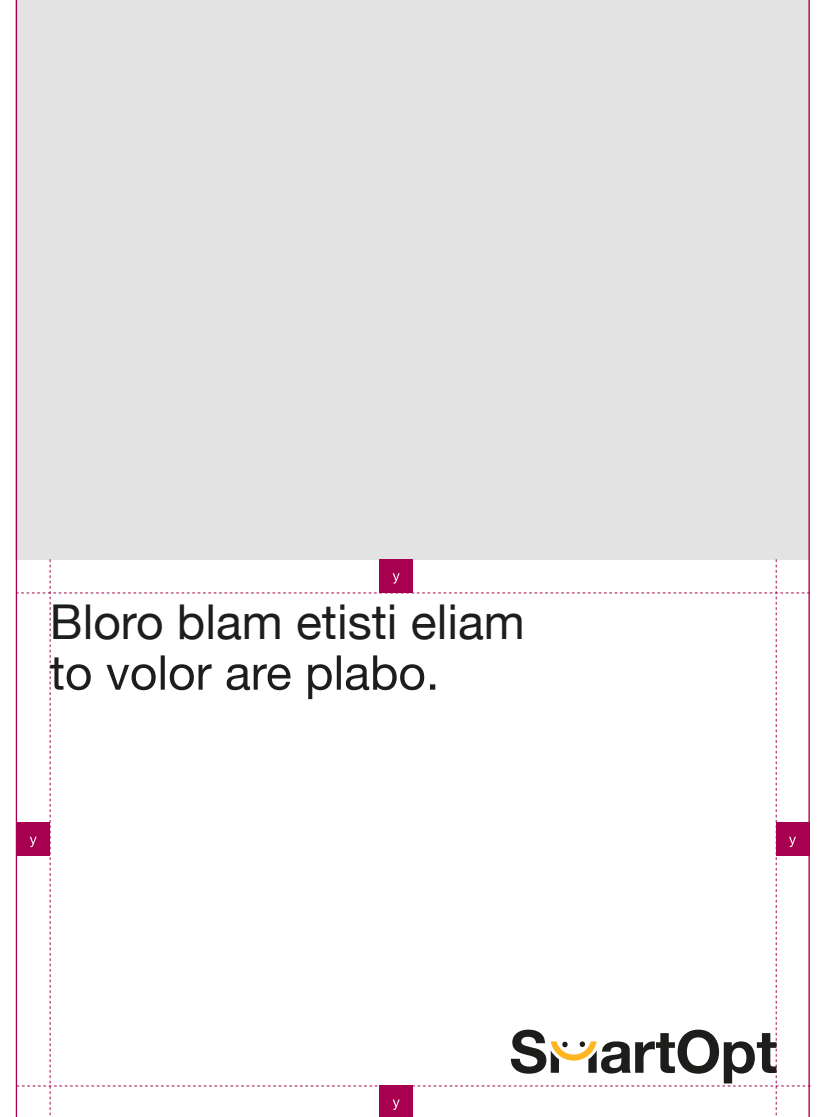
Logo ölçüleri

Sayfa boyutlarına göre kullanılacak logo ölçüleri yükseklik olarak aşağıda belirtilmiştir. Aşağıdaki tabloda yer almayan sayfa boyutları için en yakın boyutlar referans alınarak logo ölçüsü belirlenmelidir.

Format	Format Ölçüsü	Logo ölçüsü
A6	105 x 148 mm	y:4mm
A5	148 x 210 mm	y:7mm
A4	210 x 297 mm	y: 12mm
A3	297 x 420 mm	y: 20mm
A2	420 x 594 mm	y: 38mm
Billboard	3500 x 2000 mm	y: 150mm
CLP	1185 x 1750 mm	y: 100mm
Megalight	2560 x 1762 mm	y: 120mm
Metro	2600 x 1300 mm	y: 130mm

Sınırları belirlemek

Bu alan, logoda yer alan miniskül harflerin yüksekliğinden yararlanılarak bulunur. SmartOpt logosu sağ alt köşeye, başlık sol üst köşeye yerleştirilmelidir.



E-posta İmzası

E-mail Signature

E-posta imzalarında SmartOpt logotaypının yeri ve ölçüsü aşağıda gösterilmektedir.

The location and size of the SmartOpt logotype in the e-mail signatures are shown below.

Boyut
350 px X 240 px

İsim Soyisim
Ünvan Ünvan Ünvan
Title Title Title

Head Office
Adres Adres Adres
T +99 XXX XXX XX XX
M +99 XXX XXX XX XX
emailadresi@smartopt.com.tr
www.smartopt.com.tr

SmartOpt

Kartvizit

Boyutlar
86 mm X 54 mm

Teknik Özellikler
360 gr. Mondeur-Japon bristol
Ön arka baskı
Tek Renk Pantone 1235 C



Antetli kagıt

Boyutlar
210 mm X 297 mm

Teknik Özellikler
90 gr. 1. Hamur
Tek yüz baskı

SmartOpt

Adres, telefon xxxxxxxxxxxxxxxxxxxx
www.smartopt.com.tr

Antetli devam kagidi

Boyutlar
210 mm X 297 mm

Teknik Özellikler
90 gr. 1. Hamur
Tek yüz baskı

Quiditaessit quis pratum,

Gue eieur sam, ipicillab iusant quam consedite quia similibusam re dit, core iusam, et volorer ibustiis quae qui nobitat fugiate digendebis dolupta quametur, ommodipsa cuptiiscid mint. Ut maximus. Um quidemposam earume et ut ditem et laut ipeindio endem ratecti busdaerum valoribus, expere secum faccum harchil mo blaboruptat eatqui velenimus eum ne niendam, corum quae eaue et laborendisit quietem accus nistem nam, simusanis es quia voleseq uatiis reped eos acieur mint voloria dolori officim agnatet at quo temoluptae. Mus que quiditaessit quis pratum faciamet omnihit ulloribus apedignimus dem entus.

Ut denduntur sequissit lam, sinus et peribus exerem estisim ratem nis molupta tibus, tem voluptur mi, occusanis mi, sa velest molorent, simporum soluptu remporeptam deria ditam reped quam es archill escitatia plic tem fugitaeped moluptatem. Nam, aut fugiatur, sitemodi corenet ipidusa pissiti oneserr orectatem dollati busdam, cus unt alis rest que plitiis sitio consequam, quideliquos dolorio te dero maximin tiossimpos alis a velenti busandaerum, sendipsunt et erspe ommod modigniae ipienis ad quunt etur, simin consedi ipisqui busandu cimodisti tem aut harum, natquis maio explab ipsam, niet alitate eicimi, ut parum lam illaut eici quatem aliqui dia sin por recae.

Raeipro consectetur sequae invelit quo eosam con nis aut facius.
Tium quibusandit eatium eossiti res et eatem rempore rrovitatie mo te.



Doloren diciam
Rem rehenitendic te pore

SmartOpt