

HERMS

ETSY
EĞİTİMİ
E-KİTABI
1

GLOBAL

İLETİŞİM

siparisbayi@yandex.com

İÇİNDEKİLER

04

GİRİŞ VE TEMEL BİLGİLER

04

Etsy Nedir?

05

Neden Etsy

07

Bayilik Sistemi ve İş Modeli

09

Etsy'nin Hedef Kitlesi

12

MARKA OLUŞTURMA VE HAZIRLIK SÜRECİ

12

Mağaza Açmadan Önce Gerekli Hazırlıklar

13

Marka İsmi Ve Kimliği Belirleme

14

Mağaza Kategorisi Ve Ürün Stratejisi
Belirleme

15

Logo Banner Ve Mağaza Görsel Kimliği

26

Etsy Kuralları Ve Politikaları

30

Model Ve Görsel Kaynağı Araştırma

38

CANVA EĞİTİMİ

38

Model Tasarımı

44

Logo Ve Banner Tasarımı

48

Ürün Görseli Düzenleme

50

PHOTOSHOP EĞİTİMİ

51

Temel Düzenleme İşlemleri

55

Klasör Ve Kodlama Sistemi

55

Hazır Mokap Üzerine Ürün Yerleştirme

60

Kendi Mokap Tasarımını Oluşturma

GİRİŞ VE TEMEL BİLGİLER

Etsy Nedir?

Etsy, el emeği ürünler, tasarım odaklı ürünler, vintage ürünler ve dijital içeriklerin satıldığı, küresel ölçekte faaliyet gösteren bir e-ticaret pazaryeridir. 2005 yılında kurulan Etsy, özellikle küçük işletmeler, bireysel üreticiler ve tasarımcılar için satış yapmayı mümkün kılan bir platform olarak konumlanmıştır.

Etsy'nin temel amacı, seri üretim ve kitlesele satış yapan büyük e-ticaret platformlarından farklı olarak; özgünlük, yaratıcılık ve kişisel üretimi ön plana çıkarmaktır. Bu nedenle Etsy, yalnızca ürün satılan bir alan değil, aynı zamanda bir marka hikâyesi ve üretici kimliği sunulan bir pazaryeridir.

Platform üzerinde satılabilen ürünler genel olarak şu kategorilere ayrılır:

- Tasarım ve **kişiselleştirilmiş ürünler**
- El yapımı ürünler
- Vintage ürünler (en az 20 yıllık)
- Dijital ürünler (printable, dijital tasarım, dosya vb.)

Etsy, dünya genelinde milyonlarca aktif alıcıya sahip olup özellikle Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa ve Avustralya pazarlarında güçlü bir kullanıcı kitlesine sahiptir. Bu yönüyle Etsy, yerel üreticilerin küresel pazara açılmasını sağlayan önemli bir satış kanalıdır.

Etsy'nin diğ er e-ticaret platformlarından en temel farkı; satıcıdan beklenenin yalnızca ürün yüklemek değıl, aynı zamanda mağıza kimliğı oluşturmak, ürünleri doğıru şekilde sunmak ve müşteriyle güven temelli bir ilişki kurmaktır. Başarılı Etsy mağızaları, yalnızca fiyat rekabetiyle değıl; görsel dil, ürün anlatımı, hedef kitle uyumu ve marka algısıyla  ne çıkar.

Bu eğıtim kapsamında Etsy;

- Bir satış platformu olmanın ötesinde
- Uzun vadeli, sürdürülebilir bir iş modeli
- Doğıru yönetildiğinde ölçeklenebilir bir dijital marka alanı

olarak ele alınacaktır.

Neden Etsy?

Etsy, belirli bir ürün grubuna ve üretim anlayışına sahip satıcılar için, geleneksel e-ticaret platformlarına kıyasla daha erişilebilir ve yönetilebilir bir satış alanı sunar. Özellikle sınırlı bütçeyle başlayan, küçük ölçekli üretim yapan veya kişisel tasarımlarını satmak isteyen kişiler için Etsy, düşük giriş bariyeriyle  ne çıkar.

Etsy'nin tercih edilmesinin temel nedenlerinden biri, platformun niş pazarlara odaklı yapısıdır. Alıcılar Etsy'ye genellikle özgün, kişiselleştirilmiş veya seri üretimden farklı ürünler aramak amacıyla gelir. Bu durum, doğru hedef kitleye sahip ürünler için rekabetin yalnızca fiyat üzerinden değil; tasarım, sunum ve marka algısı üzerinden şekillenmesini sağlar.

Etsy'nin sunduğu hazır altyapı sayesinde satıcılar; ödeme sistemleri, uluslararası satış, dil ve para birimi dönüşümleri gibi teknik süreçlerle doğrudan ilgilenmeden satış yapabilir. Bu da özellikle e-ticarete yeni başlayanlar için süreci daha anlaşılır ve yönetilebilir hâle getirir.

Bununla birlikte Etsy, satıcının tamamen pasif kalabileceği bir platform değildir. Mağaza başarısı; ürün seçimi, görsel kalite, doğru kategori kullanımı, açıklamaların netliği ve mağaza yönetimi gibi birçok faktörün birlikte ele alınmasını gerektirir. Etsy, “ürünü yükle ve bekle” mantığıyla değil, bilinçli bir mağaza yönetimi anlayışıyla verimli sonuçlar sunar.

Etsy'yi tercih etmenin bir diğer önemli nedeni, platformun uzun vadede markalaşmaya imkân tanınmasıdır. Mağaza adı, görsel kimlik, ürün dili ve müşteri iletişimi; satıcının zaman içinde kendine ait bir marka algısı oluşturmalarını mümkün kılar. Bu yönüyle Etsy, yalnızca ek gelir elde edilen bir alan değil, doğru yönetildiğinde sürdürülebilir bir iş modeline dönüşebilir.

Ancak Etsy, her ürün ve her satıcı için uygun bir platform değildir. Seri üretim yapan, fiyat rekabetine dayalı çalışan veya platform kurallarına uyum sağlamakta zorlanan satıcılar için Etsy beklentileri karşılamayabilir. Bu nedenle Etsy'ye başlamadan önce, ürün yapısının ve hedeflerin platformun dinamikleriyle uyumlu olup olmadığının değerlendirilmesi önemlidir.

Bu eğitim kapsamında Etsy;

- Kısa vadeli kazanç beklentilerinden ziyade
- Doğru kurulum ve istikrarlı yönetimle ilerleyen
- Gerçekçi ve sürdürülebilir bir satış kanalı

olarak ele alınacaktır.

Bayilik Sistemi Ve İş Modeli

Etsy, temel olarak bireysel satıcıların kendi ürünlerini doğrudan son kullanıcıya sunduğu bir pazaryeri olarak yapılandırılmıştır. Ancak zamanla, farklı üretim ve satış modellerinin de platform üzerinde uygulanabildiği görülmektedir. Bu modellerden biri de, satıcı ile üretici arasındaki iş birliğine dayanan bayilik sistemidir.

Bayilik sistemi, Etsy’de ürünleri mağaza sahibi adına üreten veya tedarik eden ayrı bir üretici ile, ürünlerin satış, pazarlama ve müşteri yönetimini üstlenen mağaza sahibinin birlikte çalıştığı bir iş modelini ifade eder. Bu modelde mağaza sahibi, ürünlerin Etsy kurallarına uygun şekilde listelenmesinden, mağaza yönetiminden ve müşteri iletişiminden sorumludur.

Etsy’de bireysel satış modelinde, satıcı ürünün tasarımını, üretimini ve satışını doğrudan kendisi yürütür. Bayilik sisteminde ise bu süreçler ayrıştırılır. Üretim ve lojistik tarafı farklı bir yapı tarafından yürütülürken, mağaza yönetimi ve dijital marka süreci mağaza sahibinin sorumluluğundadır. Bu durum, özellikle üretim kapasitesi olmayan ancak dijital pazarlama ve mağaza yönetimi konusunda güçlü olan kişiler için alternatif bir iş modeli sunar.

Bayilik sisteminin avantajlarından biri, ürün tedarik sürecinin belirli bir standarda oturtulabilmesidir. Ürün kalitesi, teslim süreleri ve üretim süreçleri önceden netleştirildiğinde, mağaza sahibi operasyonel yükü daha kontrollü şekilde yönetebilir. Ayrıca bu model, aynı ürün grubunun farklı mağazalar aracılığıyla farklı pazarlara sunulmasına da imkân tanır.

Etsy’de bayilik sistemiyle ilerlemek isteyen satıcıların, bu modeli bir kısa yol olarak değil; sorumlulukları net tanımlanmış bir iş ortaklığı olarak değerlendirmesi gerekir. Üretim, tedarik ve satış süreçlerinin baştan doğru planlanması, uzun vadeli ve sürdürülebilir bir mağaza yapısı için belirleyici rol oynar.

Bu eğitimde bayilik modeli;

- Etsy kuralları çerçevesinde
- Şeffaf ve sürdürülebilir bir iş yapısı oluşturma amacıyla
- Gerçek uygulamalar üzerinden

ele alınacaktır.

Etsy’nin Hedef Kitlesi

Etsy’nin hedef kitlesi, genel e-ticaret platformlarındaki geniş ve heterojen alıcı profillerinden farklı olarak, belirli beklentilere ve alışveriş motivasyonlarına sahip kullanıcılardan oluşur. Etsy alıcıları çoğunlukla seri üretim ürünlerden ziyade, özgün tasarımlar, kişiselleştirilmiş ürünler ve anlam taşıyan alışveriş deneyimleri arayan kişilerden oluşur.

Platform üzerindeki kullanıcıların önemli bir bölümü, satın alma kararlarını yalnızca fiyat üzerinden değil; ürünün hikâyesi, tasarım dili, üretim süreci ve satıcının sunduğu güven algısı üzerinden verir. Bu durum, Etsy’de başarılı olmak isteyen satıcılar için ürün sunumunun ve mağaza kimliğinin kritik bir rol oynamasına neden olur.

Etsy alıcı profili demografik açıdan incelendiğinde, platformun özellikle belirli pazarlarda yoğunlaştığı görülür. Amerika Birleşik Devletleri, Avrupa ülkeleri ve Avustralya, Etsy’nin en aktif kullanıcı kitlesine sahip olduğu bölgeler arasında yer alır. Bu pazarlardaki alıcılar, çevrim içi alışverişe alışkın, dijital platformları aktif kullanan ve uluslararası alışverişe açık bir yapı sergiler.

Etsy’nin hedef kitlesi genel olarak şu özelliklerle öne çıkar:

- Özgün ve tasarım odaklı ürünlere ilgi duyan
- Kişiselleştirilmiş ve anlam taşıyan ürünleri tercih eden
- El emeği ve sınırlı üretim kavramlarına değer veren
- Marka hikâyesi ve satıcı iletişimini önemseyen
- Uluslararası alışverişe ve dijital ödemelere alışkın

Bu kullanıcı profili, Etsy’de satış yapan mağazaların yalnızca ürün değil, aynı zamanda bir deneyim sunduğunu hissettirmesini bekler. Paketleme dili, ürün açıklamaları, görsel anlatım ve satış sonrası iletişim; alıcının mağaza algısını doğrudan etkileyen unsurlar arasında yer alır.

Etsy’de hedef kitleyi doğru analiz etmek, ürün seçimi ve mağaza stratejisinin temelini oluşturur. Her ürün grubu ve tasarım dili, platformdaki her kullanıcıya hitap etmek zorunda değildir. Aksine, Etsy’de başarılı mağazalar genellikle dar ama net tanımlanmış bir hedef kitleye odaklanarak ilerler.

Bu nedenle Etsy’de mağaza açmadan önce;

- Hangi pazara hitap edileceği
- Ürünlerin hangi kullanıcı ihtiyacına cevap verdiği
- Fiyat, görsel ve dil kullanımının hedef kitleyle uyumu

gibi unsurların bilinçli şekilde değerlendirilmesi, uzun vadeli bir mağaza yönetimi için belirleyici olacaktır.

Mağazayı Açmadan Önce Gerekli Hazırlıklar

Mağaza açılıőı öncesinde satıcının hazır bulundurması gereken başlıca unsurlar şunlardır:

- Aktif bir e-posta adresi
- Etsy hesabıyla eşleştirilecek bir banka hesabı
- Ödeme alımına uygun kredi kartı
- Kimlik doğrulama süreci için gerekli bilgiler

Etsy, satıcı güvenliği ve yasal gereklilikler nedeniyle kimlik doğrulama ve ödeme bilgileri konusunda hassas bir sistem kullanır. Bu nedenle mağaza açılış aşamasında girilen bilgilerin doğru ve güncel olması, ilerleyen dönemlerde hesap kısıtlaması veya ödeme gecikmesi yaşanmaması açısından önemlidir.

Bu hazırlık süreci, mağazanın yalnızca açılmasını değil, aynı zamanda sürdürülebilir şekilde yönetilmesini de doğrudan etkiler. Altyapısı sağlam kurulmuş bir mağaza, sonraki aşamalarda satıcının dikkatini ürün, marka ve pazarlama süreçlerine odaklamasını kolaylaştırır.

Marka İsmi Ve Kimliği Belirleme

Etsy’de mağaza ismi ve marka kimliği, alıcıların mağaza hakkında edindiği ilk izlenimi oluşturur. Bu nedenle marka ismi seçimi yalnızca estetik bir tercih değil, aynı zamanda stratejik bir karardır.

Marka ismi belirlenirken;

- Okunabilir ve akılda kalıcı olması
- Hedef kitleyle uyumlu bir dil kullanması
- Mağazanın ürün kategorisini dolaylı olarak yansıtması
- Uzun vadede farklı ürün gruplarına da uyum sağlayabilmesi

gibi kriterler göz önünde bulundurulmalıdır.

Etsy mağaza ismi, yalnızca platform içindeki görünürlüğü değil; sosyal medya, web sitesi ve olası marka tescil süreçlerini de etkiler. Bu nedenle isim seçiminde, mevcut marka ve ticari isimlerle çakışma ihtimali de değerlendirilmelidir.

Marka kimliği ise yalnızca isimden ibaret değildir. Renk paleti, yazı tipi tercihleri, görsel dil ve iletişim tonu; markanın bütüncül algısını oluşturan unsurlar arasında yer alır. Etsy’de başarılı mağazalar, bu unsurları tutarlı bir şekilde kullanarak alıcıya güven veren bir kimlik sunar.

Mağaza Kategorisi Ve Ürün Stratejisi Belirleme

Etsy’de doğru kategori seçimi ve net bir ürün stratejisi, mağaza başarısının temel yapı taşlarından biridir. Mağazanın hangi kategoride konumlanacağı, hem Etsy algoritması hem de hedef kitle açısından belirleyici rol oynar.

Bu aşamada satıcının şu sorulara net cevaplar vermesi gerekir:

- Mağaza hangi ürün grubuna odaklanacak?
- Ürünler belirli bir tema veya kullanım alanı etrafında mı şekillenecek?
- Hedeflenen müşteri profili kimlerden oluşuyor?

Ürün stratejisi belirlenirken, yalnızca mevcut talep değil; rekabet yoğunluğu, fiyat aralıkları ve ürün farklılaştırma imkânları da değerlendirilmelidir. Etsy’de her kategoride satış yapmak mümkündür; ancak sürdürülebilir başarı genellikle dar ve iyi tanımlanmış bir ürün grubuna odaklanan mağazalarda görülür.

Bu süreçte yapılan pazar araştırması, satıcının ürünlerini doğru konumlandırmasına ve gereksiz rekabetten kaçınmasına yardımcı olur.

Logo Banner Ve Mağaza Görsel Kimliği

Etsy mağazasında logo ve banner, alıcının mağaza hakkında edindiği ilk izlenimi belirleyen en önemli görsel unsurlardır. Bu alanlar, mağazanın ne sattığını, nasıl bir marka dili benimsediğini ve ne kadar profesyonel bir yapı sunduğunu birkaç saniye içinde aktarmalıdır.

Doğru tasarlanmış bir logo ve banner, mağazanın güvenilirliğini artırırken; yanlış veya eksik tasarlanmış görseller, ürün kalitesi yüksek olsa dahi alıcının mağazadan uzaklaşmasına neden olabilir.

Etsy mağaza logosu, genellikle küçük bir alanda görüntülendiği için sade ve okunabilir olmalıdır. Logo içerisinde yer alması gereken temel unsur mağaza adıdır.

Logo tasarlanırken şu noktalara dikkat edilmelidir:

- Mağaza adı net ve kolay okunur olmalıdır
- Küçük boyutlarda da anlaşılabilir bir tasarım tercih edilmelidir
- Karmaşık detaylardan ve çok ince çizgilerden kaçınılmalıdır
- Marka renkleriyle uyumlu bir yapı oluşturulmalıdır

Logo içerisinde genellikle:

- Mağaza adı
- Basit bir sembol veya tipografik düzenleme

yer alması yeterlidir. Ürün fotoğrafı, slogan veya uzun açıklamalar logo alanı için uygun değildir.

Amaç, alıcının mağazayı tanıyabileceği ve hatırlayabileceği bir görsel kimlik oluşturmaktır.

Aşağıda farklı kategorilere ait mağazaların logoları verilmiştir.



Banner, Etsy mağazasının vitrini olarak değerlendirilmelidir. Bu alan, mağazanın ne sattığını ve nasıl bir tarza sahip olduğunu açıkça yansıtmalıdır.

Banner içerisinde yer alabilecek temel bilgiler şunlardır:

- Mağaza adı veya logosu
- Satılan ürün grubuna dair kısa ve net bir ifade
- Mağazanın tarzını yansıtan görseller

Banner’da uzun metinler, iletişim bilgileri veya kampanya duyuruları uzun uzun yer almamalıdır. Banner’ın amacı bilgi vermekten çok algı oluşturmaktır.

Örneğin:

- El yapımı dekor ürünleri satan bir mağazada, ürünlerin kullanım alanını gösteren sade bir görsel
- Dijital ürün satan bir mağazada, ürün örneklerini temsil eden temiz mockup’lar

banner için yeterlidir.

Banner İçerisinde Kullanılabilecek Fotoğraflar

Banner görselleri, mağazanın ürün yapısına uygun seçilmelidir. Kullanılabilecek görseller şunlar olabilir:

- Ürünün kendisini veya detayını gösteren net fotoğraflar
- Ürünün kullanım alanını yansıtan sahne fotoğrafları
- Dijital rnler için düzenli ve sade mockup görselleri
- Mağazanın genel tarzını destekleyen arka plan dokuları

Kullanılan fotoğrafların:

- Yüksek cznrlkl
- Aşırı kalabalık olmayan
- Logo ve metni glgelemeyen

bir yapıda olması önemlidir.

Banner'da stok fotoğraf hissi veren, ürünle ilgisiz veya çok karmaşık görsellerden kaçınılmalıdır.

Görsel Kimlikte Tutarlılık

Logo, banner ve ürün görselleri birbirinden bağımsız tasarlanmamalıdır. Renk paleti, yazı tipi ve genel tasarım dili tüm mağaza genelinde tutarlı olmalıdır.

Tutarlı bir görsel kimlik:

- Mağazanın profesyonel algılanmasını sağlar
- Alıcının mağazayı hatırlamasını kolaylaştırır
- Güven duygusunu artırır

Etsy’de başarılı mağazalar, karmaşık tasarımlar yerine sade ama tutarlı bir görsel dil kullanır.

Sık Yapılan Hatalar

Logo ve banner tasarımında sık karşılaşılan hatalar şunlardır:

- Logo içine çok fazla bilgi eklemek
- Banner’da okunması zor yazılar kullanmak
- Ürünle ilgisi olmayan görsellere yer vermek
- Her görselde farklı renk ve font kullanmak

Bu hatalar, mağazanın amatör algılanmasına neden olabilir.

Çoklu Banner Kullanımı ve Sağladığı Faydalar

Etsy, mağaza sahiplerine birden fazla banner görseli kullanma imkânı sunar. Bu özellik, mağazanın yalnızca estetik açıdan değil, aynı zamanda bilgilendirici ve yönlendirici bir yapıya kavuşmasını sağlar. Doğru kullanıldığında çoklu banner alanı, alıcının mağazayı daha iyi anlamasına ve ürünlere duyduğu güvenin artmasına katkıda bulunur.

Tek bir banner genellikle mağazanın genel kimliğini yansıtırken, çoklu banner kullanımı mağazanın hikâyesini parçalara ayırarak anlatma imkânı sunar. Bu sayede alıcı, mağazaya girdiği ilk anda yalnızca ne satıldığını değil, aynı zamanda nasıl üretildiğini ve neden tercih edilmesi gerektiğini de görsel olarak algılar.

Çoklu Banner Alanında Kullanılabilecek İçerik Türleri

Çoklu banner yapısı, farklı amaçlara hizmet eden görsellerden oluşturulabilir. Bu görseller, metin ağırlıklı olmadan; kısa, net ve açıklayıcı bir dil kullanılarak hazırlanmalıdır.

1. Müşteri Yorumlarından Oluşan Banner

Müşteri memnuniyeti, Etsy alıcılarının satın alma kararlarını doğrudan etkileyen unsurların başında gelir. Bu nedenle, gerçek müşteri yorumlarından alınan kısa ve net ifadelerin banner alanında kullanılması, mağazaya duyulan güveni artırır.

Bu tür banner'larda:

- Gerçek müşteri yorumlarından kısa alıntılar
- Yıldız puanı veya memnuniyet vurgusu
- Abartıdan uzak, sade bir görsel düzen

tercih edilmelidir.

Amaç, alıcıya mağazanın aktif ve güvenilir olduğunu hissettirmektir.



2. Özel Üretim ve Kişiselleştirme Sürecini Gösteren Banner

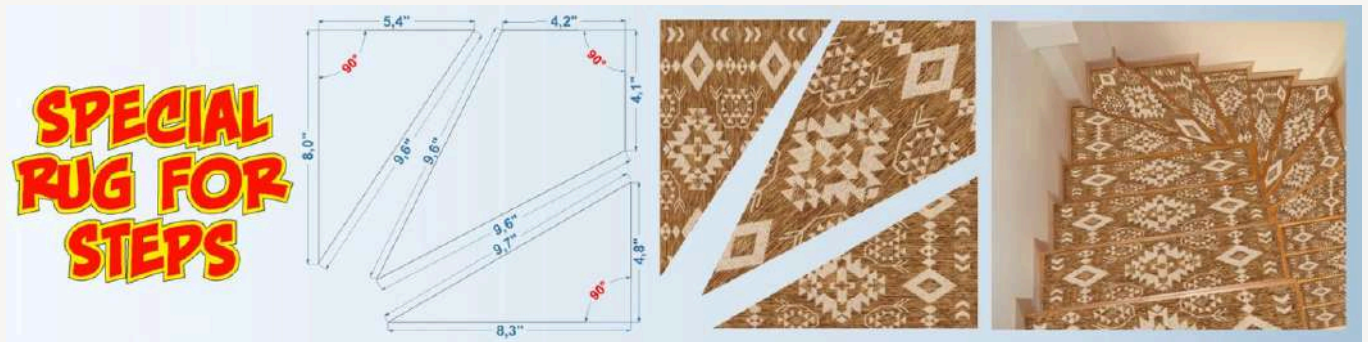
Kişiye özel veya sipariş üzerine üretilen ürünler sunan mağazalar için, üretim sürecini anlatan banner'lar büyük avantaj sağlar. Bu görseller, alıcının ürünün arkasındaki emeği ve süreci daha iyi anlamasına yardımcı olur.

Bu tür banner'larda:

- Ürünün farklı aşamalardan geçen detay görüntüleri
- Ölçü, form veya varyasyon örnekleri
- Ürünün nasıl hazırlandığını gösteren sade şemalar

kullanılabilir.

Resimde görülen ölçü çizimleri, parça detayları veya ürünün kullanım alanını gösteren görseller, özellikle özel üretim ürünlerde alıcının soru işaretlerini azaltır.



3. Ürün Detaylarını Açıklayıcı Görsellerle Anlatan Banner

Bazı ürünlerde, tek bir fotoğraf ürünün tüm özelliklerini anlatmak için yeterli olmayabilir. Bu durumda banner alanı, ürünün teknik veya fonksiyonel detaylarını göstermek için kullanılabilir.

Bu banner'larda:

- Ürün ölçülerini ve formlarını gösteren çizimler
- Kullanım alanlarını örnekleyen sahne görselleri
- Ürünün öne çıkan teknik özelliklerini vurgulayan detaylar

yer alabilir.

Bu yaklaşım, ürün açıklamalarını destekler ve alıcının ürünü zihninde daha net canlandırmasını sağlar.



Çoklu Banner Kullanımında Dikkat Edilmesi Gereken Noktalar

- Banner'lar birbirinden bağımsız değil, bir bütünün parçaları gibi tasarlanmalıdır
- Renk paleti ve yazı tipi tüm banner'larda tutarlı olmalıdır
- Görseller, ürün sayfalarındaki görsel dili desteklemelidir
- Aşırı metin kullanımından kaçınılmalıdır

Doğru kurgulanmış çoklu banner yapısı, mağazayı yalnızca estetik açıdan değil, aynı zamanda bilgilendirici ve profesyonel bir seviyeye taşır.





FOR TRUE FANS & COLLECTORS

50% DISCOUNT

- SACRED SYMBOLS
- BEATLES FAN JEWELRY
- PERSONALIZED JEWELRY
- STAR WARS COLLECTIBLES

STAR.JEWELRYBYAKKOC



LARGO MODERN

handmade custom rugs

@LARGOMODERN




CUSTOM RUGS

LARGO MODERN



Etsy Kuralları Ve Politikaları

Etsy’de satış yapabilmek için platformun belirlediği kurallara ve politikalara uyum sağlamak zorunludur. Bu kurallar, yalnızca mağaza açılış sürecini değil; mağazanın uzun vadede aktif kalmasını ve ödeme alabilmesini de doğrudan etkiler. Etsy, kural ihlallerine karşı toleransı düşük bir platformdur ve ihlaller çoğu zaman geri dönüşü zor sonuçlara yol açabilir.

Bu nedenle Etsy’de mağaza açmadan önce ve satış sürecinde, platformun temel kurallarının net şekilde anlaşılması gerekir.

Etsy’de Satılmasına İzin Verilen Ürünler

Etsy’de satışa sunulabilecek ürünler belirli kategorilerle sınırlandırılmıştır. Platformda yalnızca aşağıdaki ürün gruplarına izin verilir:

- El yapımı ürünler
- Tasarım ve kişiselleştirilmiş ürünler
- Vintage ürünler (en az 20 yıllık)
- Dijital ürünler (indirilebilir dosyalar)

Bu kategorilerin dışında kalan, seri üretim veya el emeği kriterini karşılamayan ürünler Etsy politikalarına aykırıdır. Ürün tanımının ve üretim sürecinin gerçeği yansıtması, mağaza güvenliği açısından kritik önem taşır.

El Yapımı ve Üretim Şeffaflığı

Etsy, el yapımı ürünlerde üretim sürecinin açık şekilde belirtilmesini zorunlu kılar. Satıcı;

- Ürünü kendisi mi üretiyor,
- Üretimde bir iş ortağı veya atölye kullanılıyor mu,

bu bilgileri doğru ve şeffaf şekilde beyan etmelidir.

Yanıltıcı üretim beyanları, Etsy tarafından ciddi ihlal olarak değerlendirilir ve mağaza kapatma ile sonuçlanabilir.

Telif Hakları ve Fikri Mülkiyet

Etsy’de en sık yaşanan mağaza kapatma nedenlerinden biri telif hakkı ihlalleridir. Satıcılar, yalnızca kullanım hakkına sahip oldukları tasarım, görsel, logo ve metinleri kullanabilir.

Aşağıdaki durumlar kesin ihlal olarak değerlendirilir:

- Marka, film, dizi, müzik grubu veya karakter isimlerinin izinsiz kullanımı
- Lisansı olmayan görsellerin ürünlerde veya banner’larda kullanılması
- Başkasına ait tasarımların kopyalanması veya türetilmesi

“Ben sadece referans aldım” veya “herkes satıyor” gibi gerekçeler, Etsy nezdinde geçerli kabul edilmez.

Yasaklı Ürünler ve İçerikler

Etsy, bazı ürün gruplarının satışına kesin olarak izin vermez. Bunlar arasında:

- Tehlikeli veya yasal kısıtlamaya tabi ürünler
- Nefret söylemi içeren veya ayrımcı ürünler
- Yanıltıcı sağlık veya medikal iddialar içeren ürünler

yer alır. Satıcılar, ürün açıklamalarında iddialı veya yanıltıcı ifadeler kullanmaktan kaçınmalıdır.

Mağaza Politikalarının Önemi

Mağaza politikaları; iade, iptal, kargo ve özel sipariş süreçlerini kapsar. Etsy, mağaza politikalarının açık ve net şekilde belirtilmesini zorunlu kılar.

Mağaza politikalarında özellikle şu başlıklar net olmalıdır:

- İade ve değişim koşulları
- Özel siparişlerin iptal durumu
- Kargo süresi ve teslimat bilgileri
- Dijital ürünlerde iade durumu

Belirsiz veya eksik politika bilgileri, müşteri memnuniyetsizliğine ve olumsuz yorumlara yol açabilir.

Müşteri İletişimi ve Davranış Kuralları

Etsy, satıcıların müşteriyle olan iletişimini yakından takip eder. Hakaret içeren, tehditkâr veya yanıltıcı mesajlaşmalar, mağaza güvenilirliğini zedeler.

Satıcıların:

- Mesajlara makul süre içinde yanıt vermesi
- Profesyonel ve sakin bir dil kullanması
- Sorun çözmeye odaklı yaklaşması

beklenir.

Kural İhlallerinin Sonuçları

Etsy’de kural ihlalleri şu sonuçlara yol açabilir:

- Ürünlerin kaldırılması
- Mağazanın geçici olarak askıya alınması
- Ödeme hesaplarının dondurulması
- Kalıcı mağaza kapatılması

Bu yaptırımlar çoğu zaman önceden uyarı yapılmadan uygulanabilir.

Model Ve Görsel Kaynağı Araştırma

Etsy’de ürün sunumunda kullanılan görseller, alıcının ürünü algılama biçimini doğrudan etkiler. Ürün fotoğrafları, mockup’lar, banner görselleri ve model fotoğrafları yalnızca estetik amaçla değil; aynı zamanda ürünü doğru ve şeffaf şekilde anlatmak için kullanılır.

Bu nedenle görsel kaynak seçimi, Etsy mağaza yönetiminde en dikkat edilmesi gereken konuların başında gelir. Yanlış veya izinsiz kullanılan görseller, telif ihlali nedeniyle ürünlerin kaldırılmasına veya mağazanın kapatılmasına yol açabilir.

Görsel Kaynak Seçiminde Temel İlkeler

Görsel veya model kullanımı sırasında şu sorular mutlaka netleştirilmelidir:

- Görselin ticari kullanım hakkı var mı?
- Ücretsiz mi, lisanslı mı?
- Etsy satışlarında kullanıma uygun mu?
- Tekrar satılabilir veya ürün sunumunda kullanılabilir mi?

“İnternette açık olması” veya “herkesin kullanıyor olması”, görselin yasal olarak kullanılabileceği anlamına gelmez.

Ücretsiz Stok Fotoğraf Siteleri (Ticari Kullanıma Uygun)

Bu sitelerden alınan görseller, genellikle ticari kullanım için ücretsizdir. Ancak her zaman site içi lisans açıklamaları kontrol edilmelidir.

- Unsplash – lifestyle, arka plan ve sahne fotoğrafları
- Pexels – ürün sunumuna uygun sade fotoğraflar
- Pixabay – arka plan ve konsept görseller
- Burst (Shopify) – e-ticaret odaklı stok görseller

Ayrıca yandex görseller ve pinterest de kaynak olarak kullanılabilir.

Bu tür siteler özellikle:

- Banner arka planları
- Ürün kullanım sahneleri
- Mağaza konsept görselleri

için uygundur.

Ücretli Stok ve Profesyonel Görsel Siteleri

Daha özgün ve profesyonel bir görünüm için ücretli görsel kaynaklar tercih edilebilir. Bu sitelerde lisanslı ve ticari kullanıma uygun içerikler bulunur.

- Shutterstock
- Adobe Stock
- iStock
- Depositphotos

Mockup ve Ürün Sunum Siteleri

Dijital ürünler, baskı ürünleri ve kişiselleştirilmiş tasarımlar için mockup kullanımı yaygındır. Mockup'lar, ürünün gerçek hayatta nasıl görüneceğini alıcıya gösterir.

Kullanılabilecek platformlar:

- Placeit – dijital ve baskı ürün mockup'ları
- Smartmockups
- Mockup World
- GraphicBurger

Mockup kullanırken, ürünün gerçek ölçü ve oranlarını yansıtmaya dikkat edilmelidir.

Tasarım ve Grafik Kaynak Siteleri

Bu sitelerde vektör, arka plan, doku ve tasarım öğeleri bulunur. Ancak kullanım lisansları dikkatle incelenmelidir.

- Freepik
- Creative Market
- Envato Elements
- Design Bundles

Model Kullanımı ve Etik Kurallar

Model fotoğrafları kullanılan ürünlerde:

- Modelin görsel kullanım izni olmalı
- Görsel, ürünle birebir uyumlu olmalı
- Alıcıyı yanıltacak sunumlardan kaçınılmalı

Özellikle kişiselleştirilmiş ürünlerde, görsellerin “örnek amaçlı” olduğu açıkça belirtilmelidir.

Sık Yapılan Hatalar

- Google’dan rastgele görsel almak
- Lisans bilgisi kontrol edilmeden mockup kullanmak
- Aynı görseli çok sayıda mağazada birebir kullanmak

Bu hatalar, Etsy tarafından ciddi ihlal olarak değerlendirilir.

Yapay Zekâ Destekli Görsel Kullanımı

Yapay zekâ, Etsy mağazalarında görsel üretim sürecini destekleyen yardımcı bir kaynaktır. Banner, konsept görseller, mockup ve arka plan çalışmaları için kullanılabilir.

Yapay zekâ ile oluşturulan görseller temsilîdir ve gerçek ürün fotoğrafı gibi sunulmamalıdır. Alıcıyı yanıltacak kullanım, Etsy politikalarına aykırıdır.

Yapay zekâ, doğru kullanıldığında görsel anlatımı güçlendirir; yanlış kullanıldığında mağaza için risk oluşturur.

Görsel Üretimi İçin Kullanılabilecek Yapay Zekâ Araçları

- ChatGPT (Görsel üretim) – Konsept, sahne ve temsili görseller
- Gemini – Yapay zekâ destekli görsel ve taslak üretimi
- Midjourney – Konsept ve sahne görselleri üretimi
- DALL·E – Özgün görsel ve arka plan tasarımları
- Adobe Firefly – Ticari kullanıma uygun görsel üretimi
- Canva AI – Banner ve mağaza görselleri oluşturma
- Decohere – Ürünler için dekoratif sahne, arka plan ve stil varyasyonları

Model ve Oda Görseli Seçerken Dikkat Edilmesi Gerekenler

Ürün sunumunda kullanılan model ve oda görselleri, mağazanın gerçekçiliğini ve profesyonel algısını doğrudan etkiler. Bu nedenle görsel seçiminde yalnızca estetik değil, teknik kriterler de göz önünde bulundurulmalıdır.

Model görsellerinde:

- Görsel çözünürlüğü yüksek olmalıdır
- Ölçüler uyarlanabilir yapıda olmalıdır
- Kare formatta olan görseller, dikdörtgen ürün sunumları için her zaman uygun değildir

Özellikle ürün ölçüsü değiştirilebilen veya kişiselleştirilen çalışmalarda, model görselinin farklı oranlara adapte edilebilir olması önemlidir.

Oda ve sahne görsellerinde ise ışık kullanımı belirleyici bir faktördür. Aşırı gölgeli, karanlık veya dengesiz ışık alan mekânlar, ürünün gerçekçi görünümünü zayıflatır ve mağaza algısını olumsuz etkiler.

Oda görsellerinde dikkat edilmesi gereken başlıca noktalar:

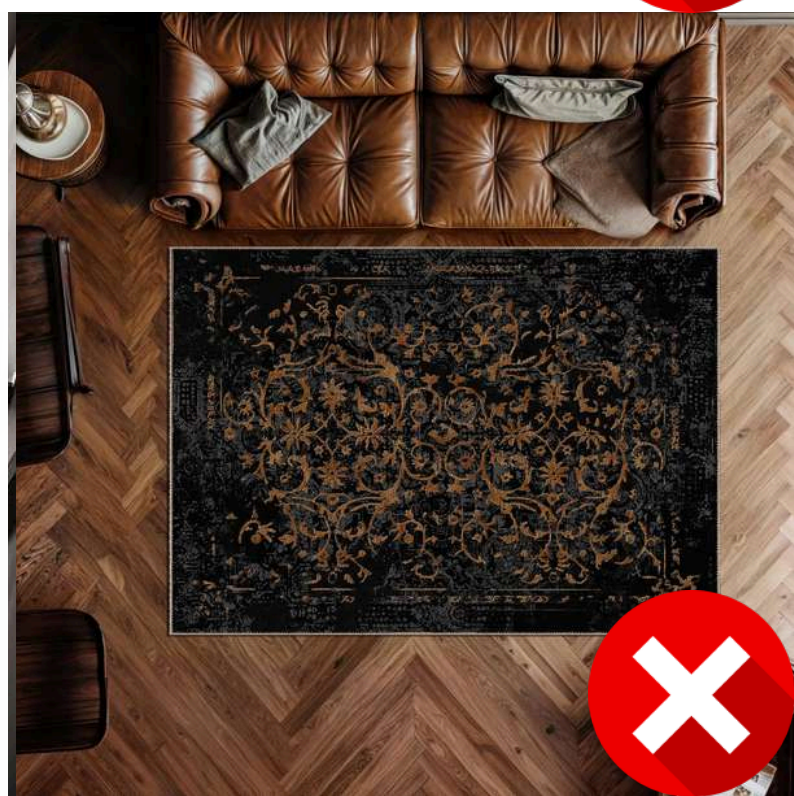
- Doğal ve dengeli ışık kullanımı
- Ürünü gölgede bırakmayan sahne düzeni
- Odanın çok karanlık veya aşırı kontrastlı olmaması
- Halı üzerinde dikkat dağıtacak derecede fazla eşya bulunmaması

Halı veya benzeri ürünlerin sergilendiği oda görsellerinde, ürünün önüne geçen mobilya ve aksesuarlar, alıcının ürünü net algılamasını zorlaştırır. Sade bir sahne düzeni, ürünün formunu ve desenini daha doğru şekilde öne çıkarır.

Ürün yerleşimi açısından, ürünün tamamen tepeden çekilmiş görselleri yerine; ürünü daha estetik ve farklı bir açıdan gösteren sahne fotoğrafları tercih edilmelidir. Bu yaklaşım hem görsel olarak daha dikkat çekicidir hem de ürünün birebir kopyalanmasını zorlaştırır.

Tam tepeden çekilmiş, düz ve detaylı görseller; hem alıcının ilgisini daha az çeker hem de ürün tasarımının kolayca kopyalanmasına zemin hazırlayabilir.

Bu nedenle doğru açı, doğru ışık ve sade sahne kullanımı; yalnızca estetik değil, aynı zamanda mağaza güvenliği ve marka korunumu açısından da önemlidir.



CANVA EĞİTİMİ

Model Tasarımı

Canva, Etsy mağazası için logo, banner, ürün görselleri ve tanıtım materyalleri hazırlamada pratik ve erişilebilir bir tasarım aracıdır. Canva'ya giriş yapıldığında karşılaşılan ana dashboard, tüm tasarım sürecinin yönetildiği merkezdir. Temel bilgiler aktarıldıktan sonra ,danışanla birlikte uygulamalı çalışma yapılabilir.

Ana dashboard üzerinde kullanıcıyı karşılayan temel alanlar şunlardır:

Ana Arama Alanı

Dashboard'un üst kısmında yer alan arama çubuğu, istenilen tasarım türüne hızlıca ulaşmayı sağlar.

Bu alanda:

- Logo
- Banner
- Instagram post
- Sunum
- Özel ölçü tasarım

gibi anahtar kelimelerle arama yapılabilir.

Etsy için tasarım yaparken genellikle logo, banner ve özel boyut seçenekleri kullanılır.

Tasarım Türleri ve Ölçü Seçimi

Canva, hazır ölçüler sunar; ancak Etsy için çoğu zaman özel ölçü kullanmak gerekir.

Ana dashboard üzerinden:

- “Tasarım oluştur”
- “Özel boyut”

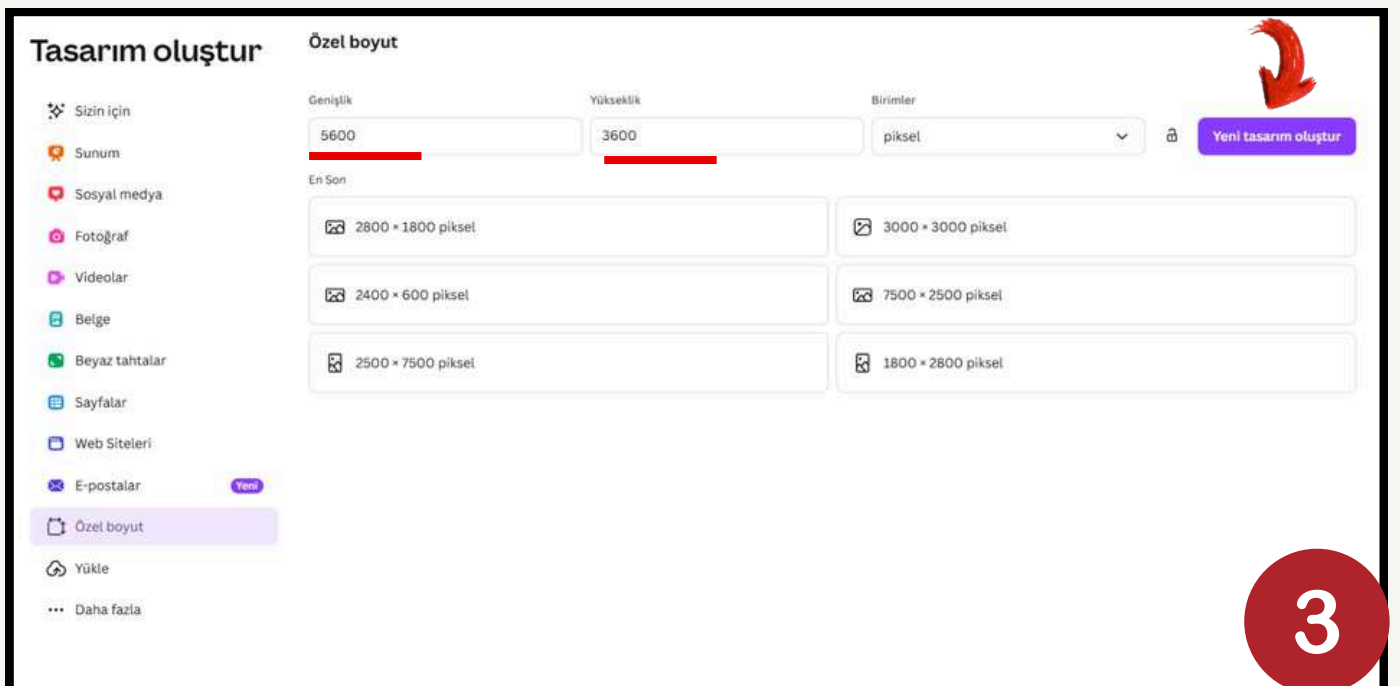
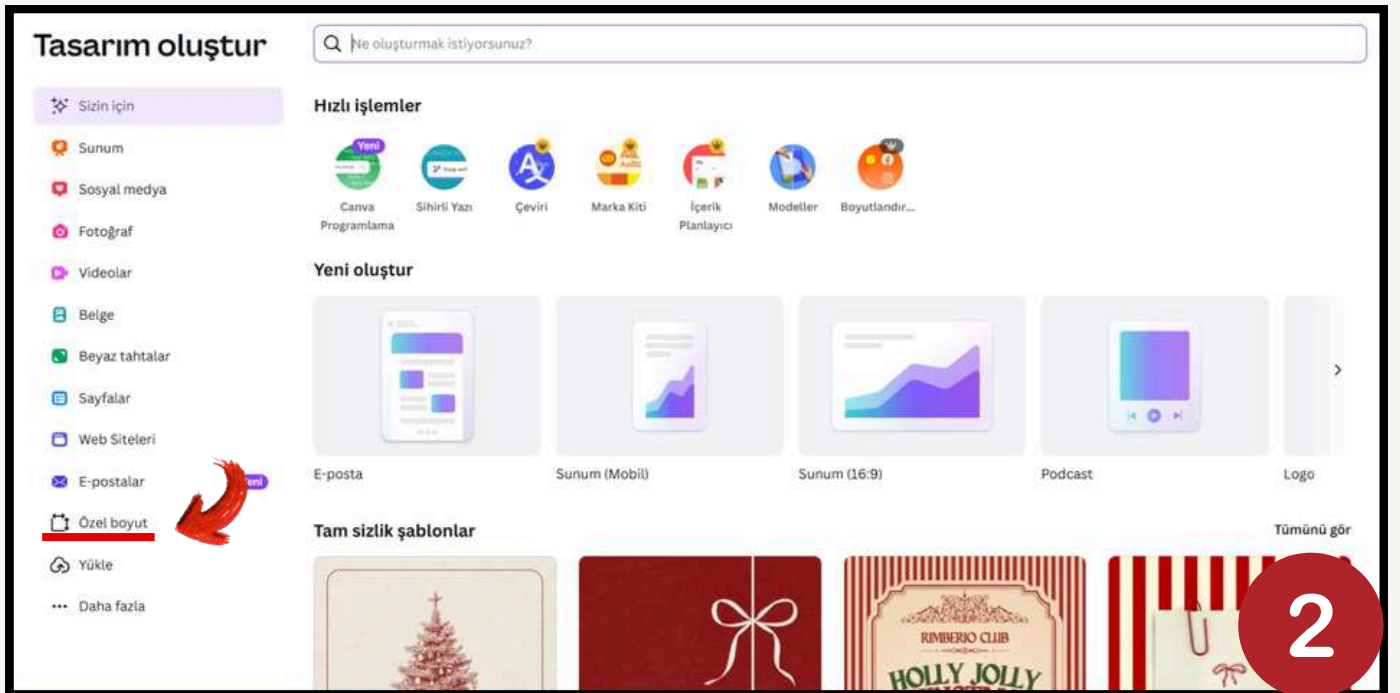
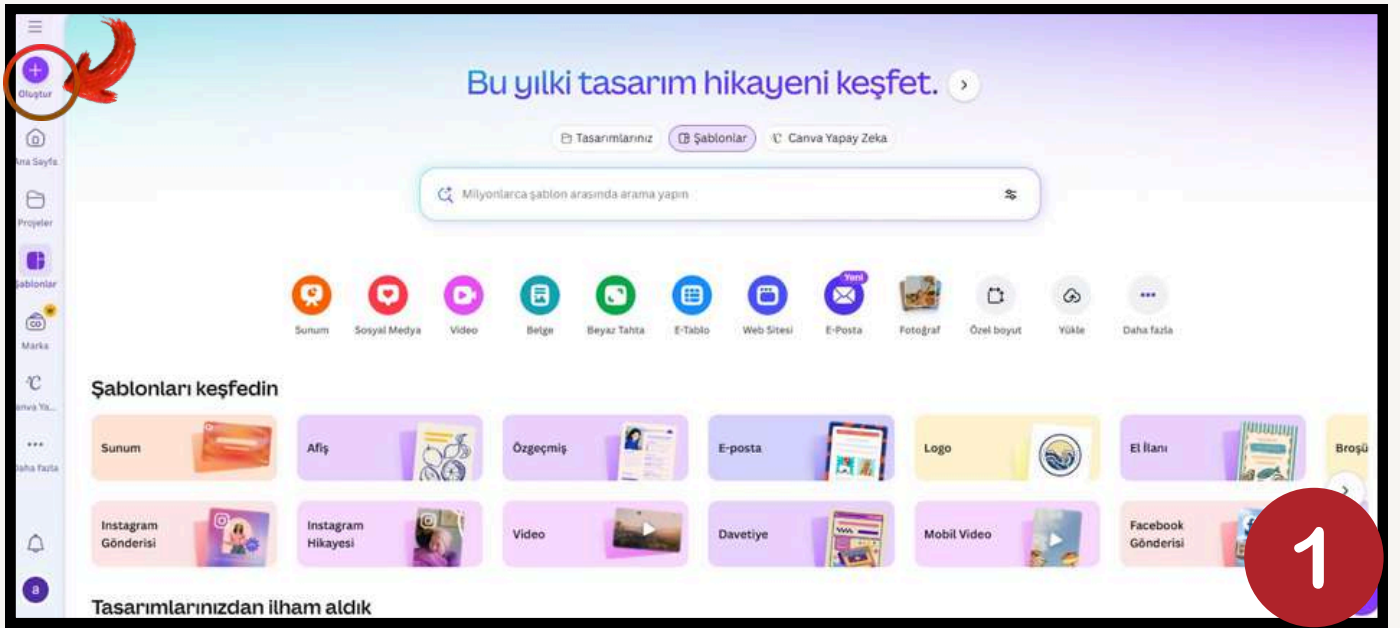
seçenekleri ile Etsy banner, ürün görseli veya kapak tasarımları için uygun ölçüler belirlenebilir.

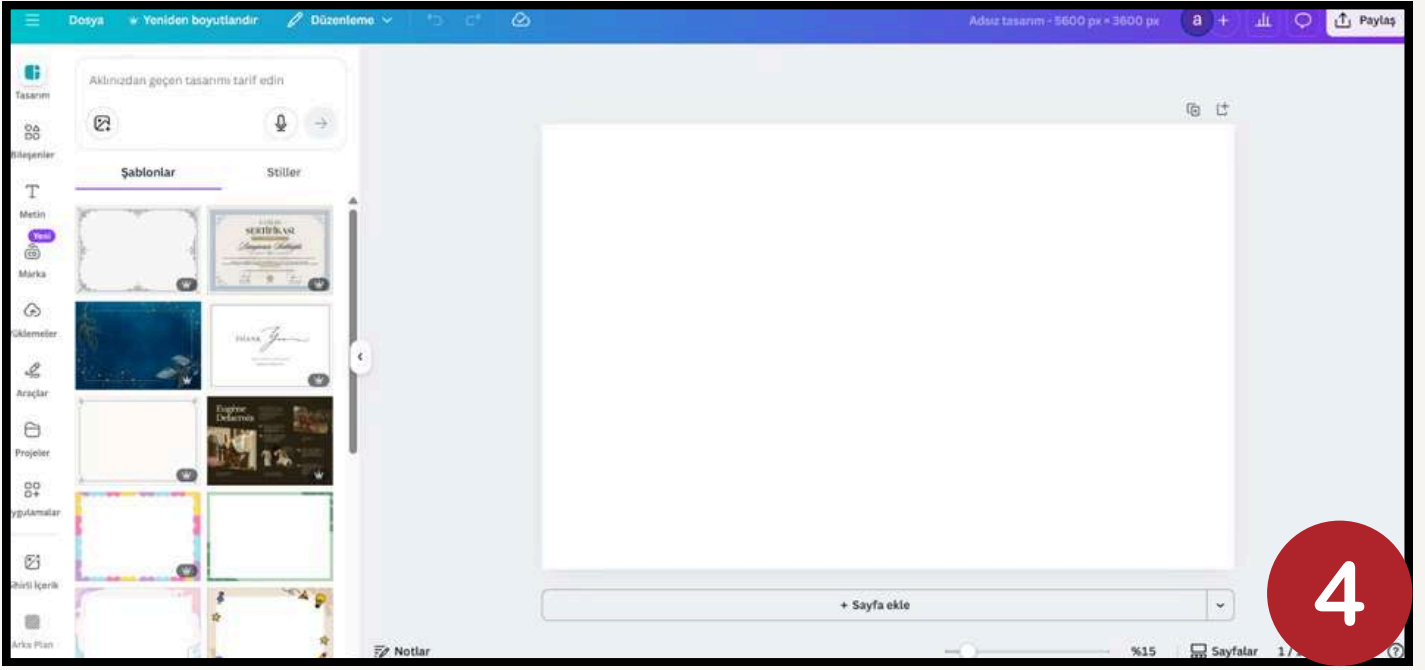
Doğru ölçüyle başlamak, tasarımın sonradan bozulmasını önler.

Yatay model için üretebildiğimiz halı ölçüleri arasından 180x280 cm ölçüsünü kullanıyoruz genelde. Bu oran 1:1,56 dır. Bu orandak tüm ölçülerdeki halılara uyumlu bir model yapmış oluruz. Piksel olarak da canva da Genişlik=5600 px Yükseklik=3600 px olarak seçebiliriz.

Dikey model yapmak istersek aynı mantık da genişlik=3600 px yükseklik=5600 px seçilebilir.

Sonrasında çalışma sayfamız açılacaktır. Görsellerle birlikte adım adım tekrar edelim.





Çalışma alanı açıldıktan sonra, masaüstünüzde bulunan dosyaları sürükle-bırak yöntemiyle kolayca tasarım alanına ekleyebilirsiniz.

Şimdi Canva'nın sol menüsünü inceleyelim. Sol menüde bulunan her araç, tasarım sürecinde farklı bir ihtiyaca karşılık gelir.

Tasarımlar

Daha önce oluşturulan veya kaydedilen tasarımlara hızlı erişim sağlar. Aynı tasarımı kopyalayarak tekrar kullanmak için idealdir.

Bileşenler (Elements)

Şekiller, çizgiler, ikonlar ve grafik öğelerinin bulunduğu alandır. Tasarımlarda düzen ve vurgu oluşturmak için kullanılır.

Metin

Başlık, alt başlık ve açıklama metinleri eklemek için kullanılır. Logo, banner ve ürün görsellerinde metin yerleşimi bu bölümden yapılır.

Marka

Markaya ait renk paleti, yazı tipleri ve logoların saklandığı alandır. Mağaza görsellerinde tutarlılık sağlar.



Yüklemeler

Bilgisayardan veya harici kaynaklardan yüklenen ürün fotoğrafları, mockup'lar ve özel görseller bu bölümde yer alır.

Çizimler

Elle çizim veya serbest formlu grafik eklemek için kullanılır. Daha özgün tasarımlar oluşturmayı sağlar.

Projeler

Tüm tasarımların klasörler halinde düzenlendiği alandır. Mağaza ve ürün bazlı düzen sağlar.

Uygulamalar

Canva'ya entegre edilen ek araçlar ve yapay zekâ destekli özelliklere erişim sunar.

Stil Kitleri

Belirli renk, yazı tipi ve tasarım kombinasyonlarını hızlıca uygulamaya yarar.

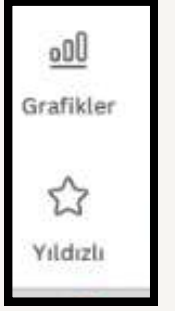
Arka Plan

Tasarımın zemin rengini veya dokusunu belirlemek için kullanılır. Banner ve ürün görsellerinde sade görünüm sağlar.



Grafikler

İstatistiksel veya görsel anlatım gerektiren tasarımlar için grafik ekleme alanıdır.



Yıldızlar

Favori olarak işaretlenen öğelere hızlı erişim sağlar.

Logo Ve Banner Tasarımı

Etsy Logo Ölçüsü

Etsy’de logo, mağaza profil görseli olarak kullanılır ve daire formatta görüntülenir. Bu nedenle tasarım kare ölçüde hazırlanmalı ve önemli detaylar ortada konumlandırılmalıdır.

Canva için önerilen logo ölçüsü:

- 500 × 500 px
- Alternatif yüksek kalite: 1000 × 1000 px

Logo tasarımında:

- Yazılar kenarlara çok yakın olmamalı
- Daire kırılacağı düşünülerek boşluk bırakılmalıdır
- Karmaşık detaylardan kaçınılmalıdır

Canva, logo ve banner tasarım sürecini hızlandırmak için çok sayıda hazır şablon sunar. Bu şablonlar, tasarıma sıfırdan başlamak istemeyen kullanıcılar için güçlü bir başlangıç noktası sağlar.

Hazır şablonlar birebir kullanılmak zorunda değildir. Aksine, bu şablonlar üzerinde:

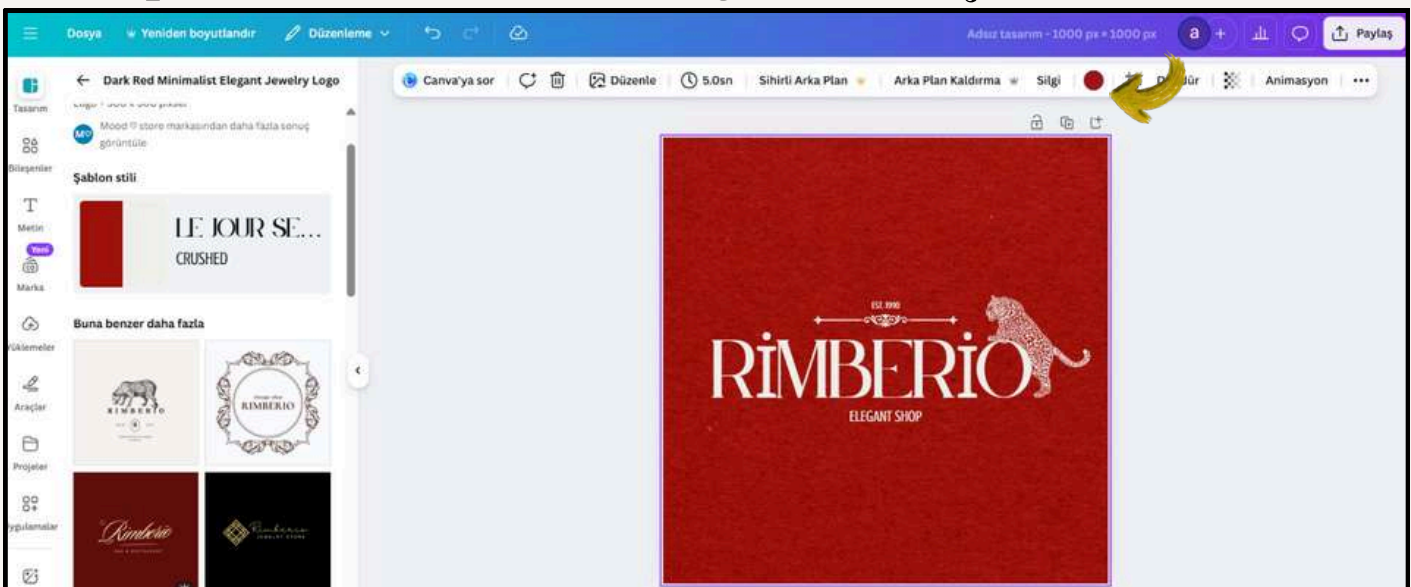
- Renkler değiştirilebilir
- Yazı tipleri düzenlenebilir
- Metin içerikleri mağaza kimliğine göre uyarlanabilir
- Logo ve ikonlar eklenip çıkarılabilir

Bu sayede her mağaza, aynı şablondan yola çıkmasına rağmen kendine özgü ve profesyonel bir görsel kimlik oluşturabilir.

Hazır şablonlar özellikle:

- Yerleşim dengesi
- Yazı–görsel oranı
- Renk uyumu

konularında kullanıcıya rehberlik eder. Ancak marka algısının güçlü olması için, şablonların mutlaka mağazanın renk paletine ve ürün tarzına göre özelleştirilmesi önerilir..



Canva’da tasarım sürecinde kullanılan tüm bileşenler tek tıkla eklenip çıkarılabilir. Sol menüden seçilen herhangi bir öge, çalışma alanına tıklandığında otomatik olarak eklenir; kullanılmak istenmeyen bileşenler ise yine tek tıkla silinebilir. Bu yapı, tasarım sürecini hızlı ve pratik hâle getirir.

Eklenen bileşenlerin renkleri, üst menüden seçilerek kolayca değiştirilebilir. Böylece logo ve banner tasarımları, mağazanın renk paletine uygun şekilde hızlıca uyarlanabilir. Renk değiştirme işlemi, marka bütünlüğünü korumak ve tasarımlar arasında görsel tutarlılık sağlamak açısından büyük avantaj sağlar.

Etsy Banner Ölçüsü

Etsy mağaza banner’ı, mağaza sayfasının üst kısmında yer alır ve mağazanın genel stilini yansıtır. Banner tasarımı yatay formatta hazırlanmalıdır.

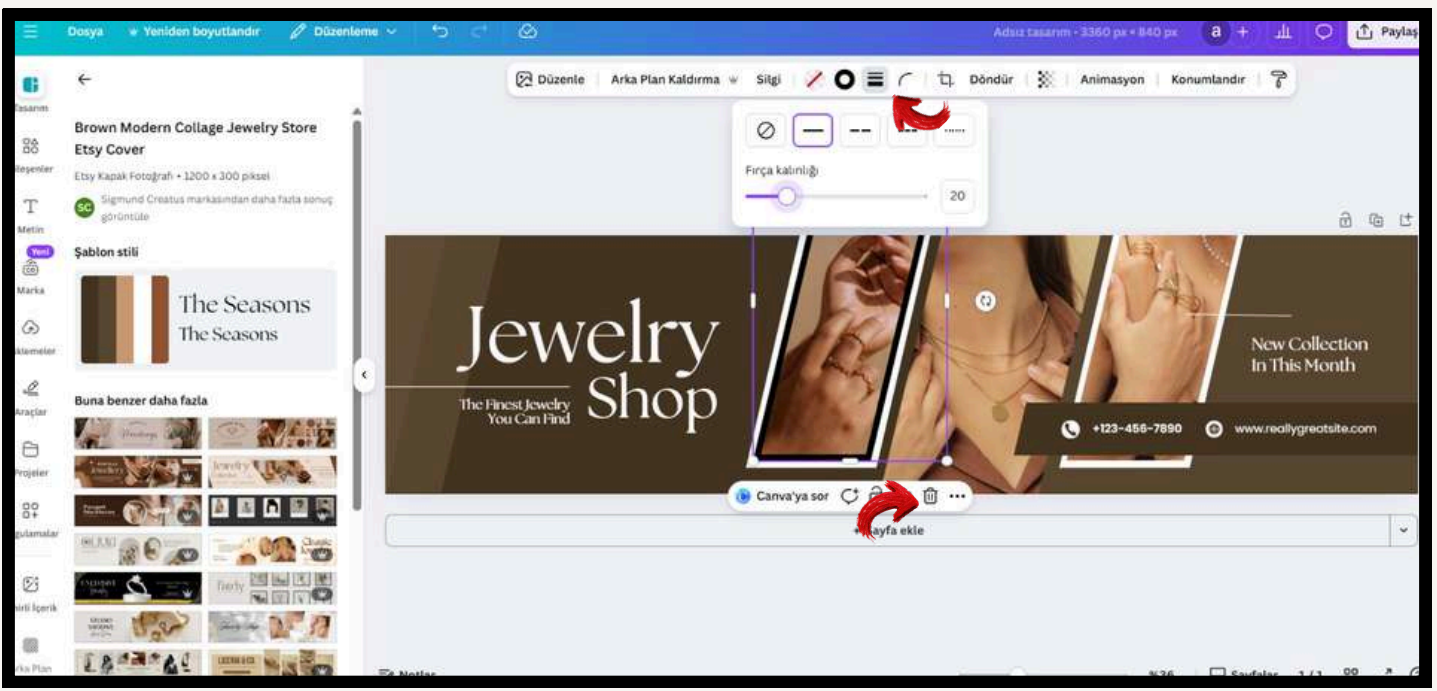
Canva için önerilen Etsy banner ölçüsü:

- 3360 × 840 px

Bu ölçü:

- Masaüstü ve mobil görünümde uyumludur
- Netlik kaybı yaşanmaz
- Görseller kırılmadan düzgün şekilde görüntülenir

Banner tasarımında metin ve önemli görseller, orta alana yakın yerleştirilmelidir. Kenarlara yerleştirilen detaylar, farklı ekranlarda kesilebilir.



Örneğin ,Banner ölçüleriyle çalışma alanı oluşturulduktan sonra, tasarımlar bölümünden hazır bir şablon seçilebilir. Seçilen şablon üzerinde düzenleme yapmak için değiştirilmek istenen alan tıklanarak aktif hâle getirilir ve üst menüde yer alan renk aracı kullanılarak renk değişikliği yapılır.

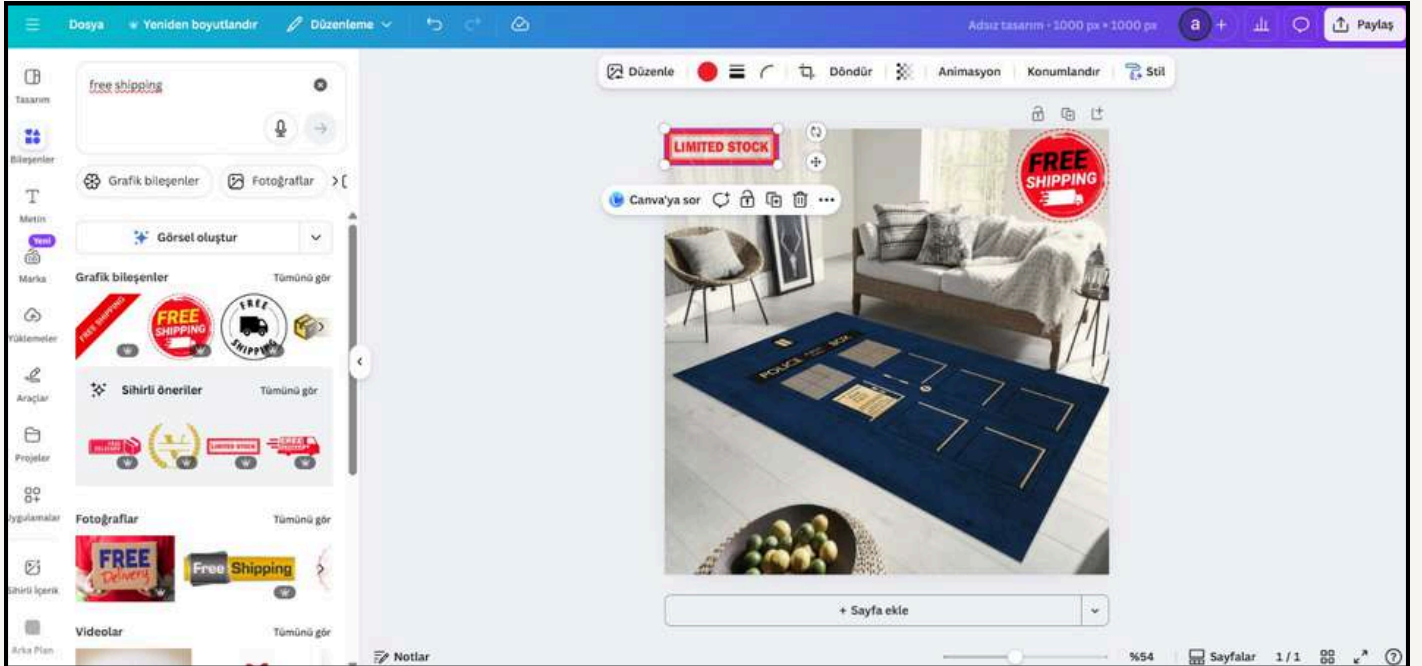
Üst menüde bulunan çerçeve ve kenarlık araçları sayesinde, eklenen bileşenlerin yalnızca dokunularak kalınlık ve görünüm ayarları düzenlenebilir. Tasarımda kullanılmak istenmeyen bir bileşen ise üzerine tıklanarak silme (Delete) komutu ya da çöp kutusu simgesi aracılığıyla kolayca kaldırılabilir.

Canva'da yer alan tüm bileşenler hareketli ve düzenlenebilir yapıdadır. Bu sayede tasarım süreci boyunca öğeler serbestçe konumlandırılabilir, yeniden boyutlandırılabilir ve mağaza görsel kimliğine uygun şekilde özelleştirilebilir.

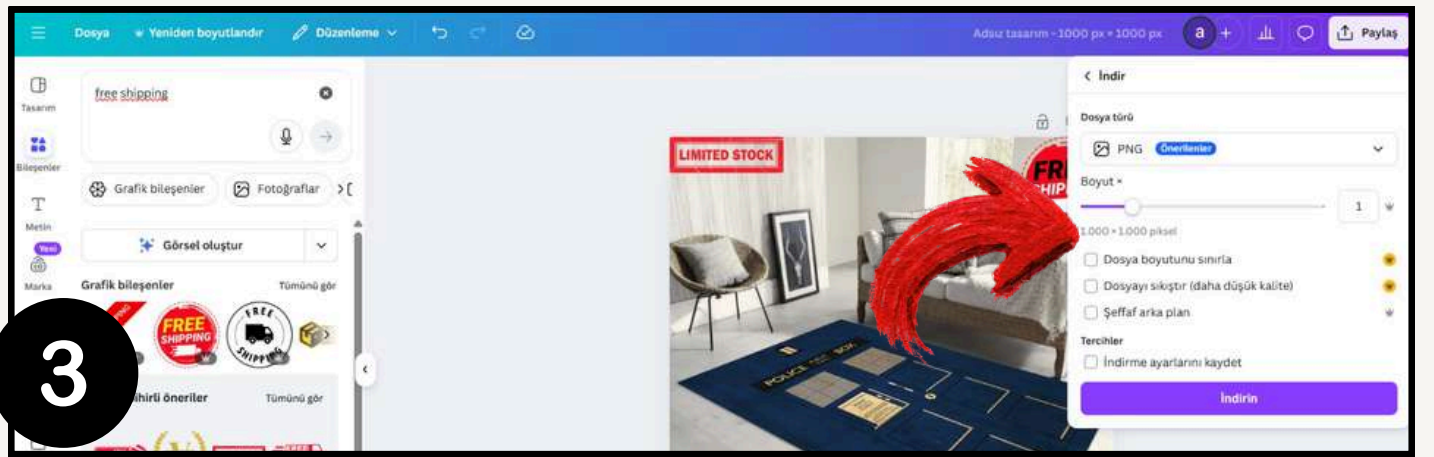
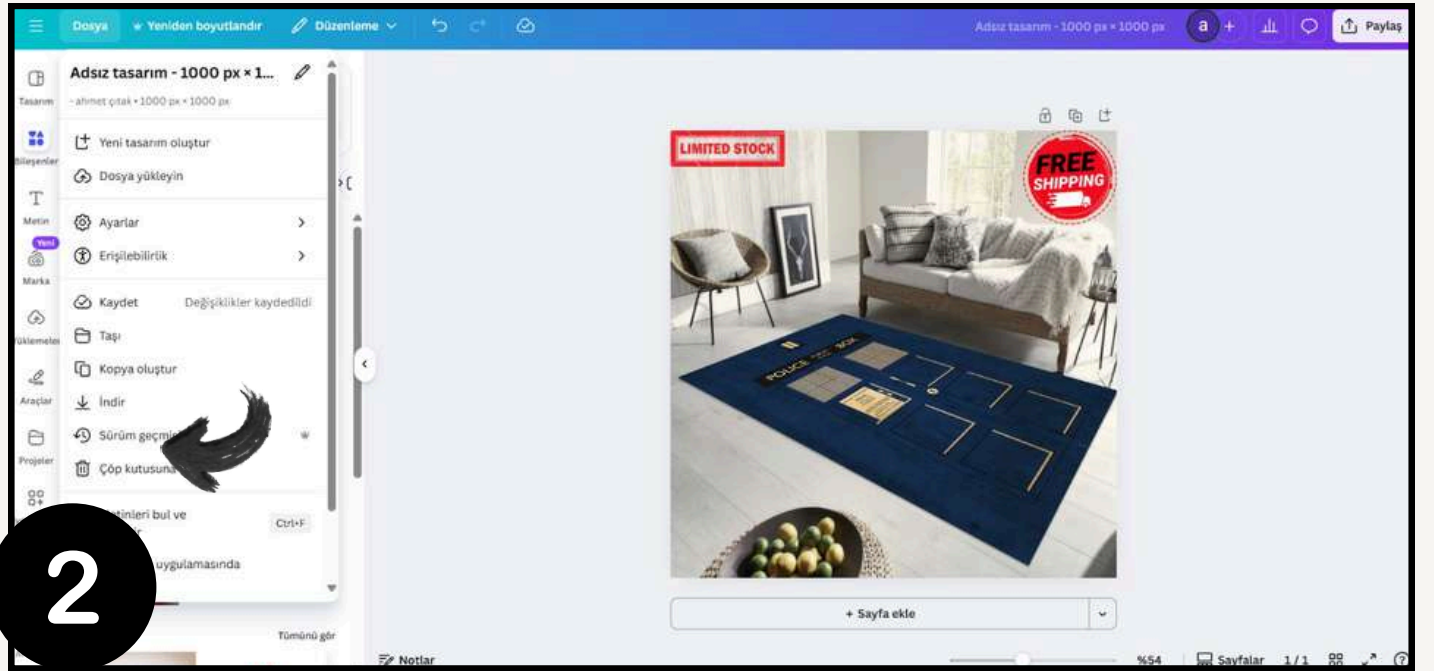
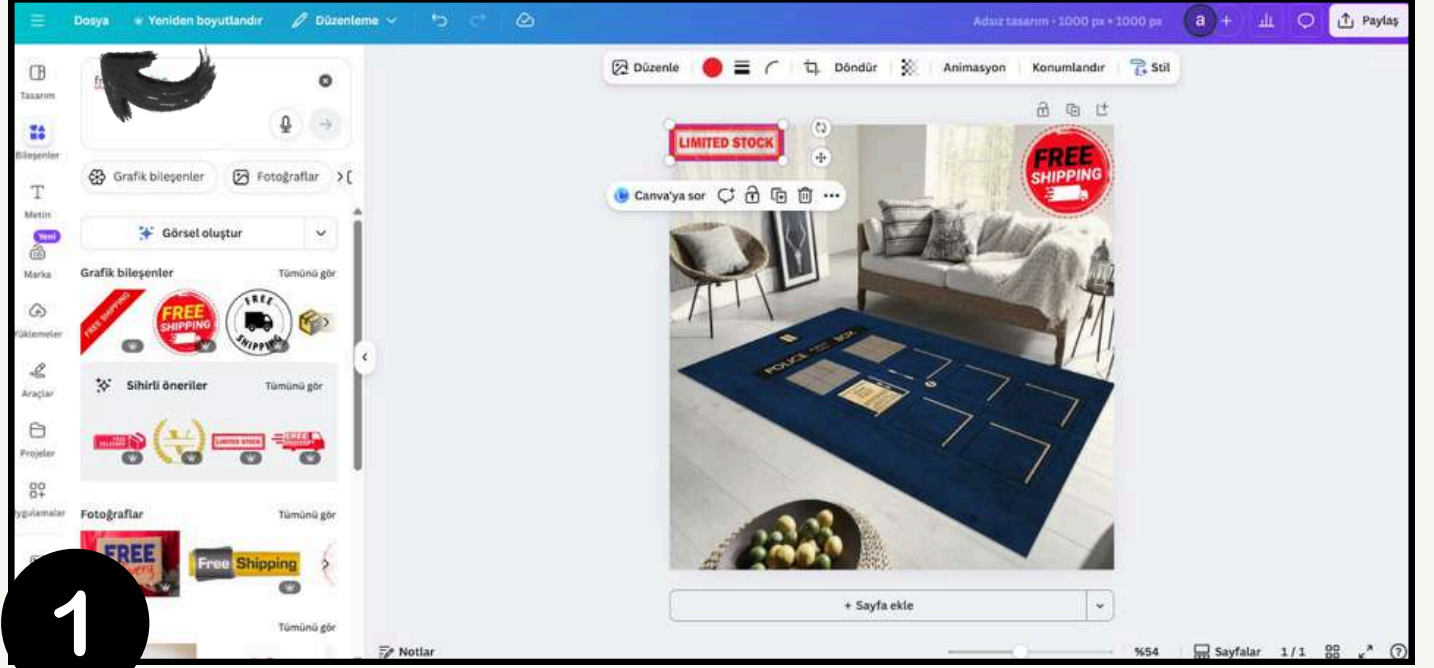
Ürün Görseli Düzenleme

Ürün görselleri düzenlenirken, oda veya sahne görsellerinin üzerine “Tomorrow Shipping”, “Free Shipping”, “High Quality” gibi bilgilendirici etiketler eklenebilir. Bu etiketler, alıcının dikkatini hızlıca çekerek ürünün öne çıkan avantajlarını ilk bakışta anlatmayı sağlar. Canva üzerinde metin veya grafik etiketler kullanılarak yapılan bu eklemeler, ürün görselinin sade yapısını bozmadan, satın alma kararını destekleyen güçlü bir görsel iletişim oluşturur.

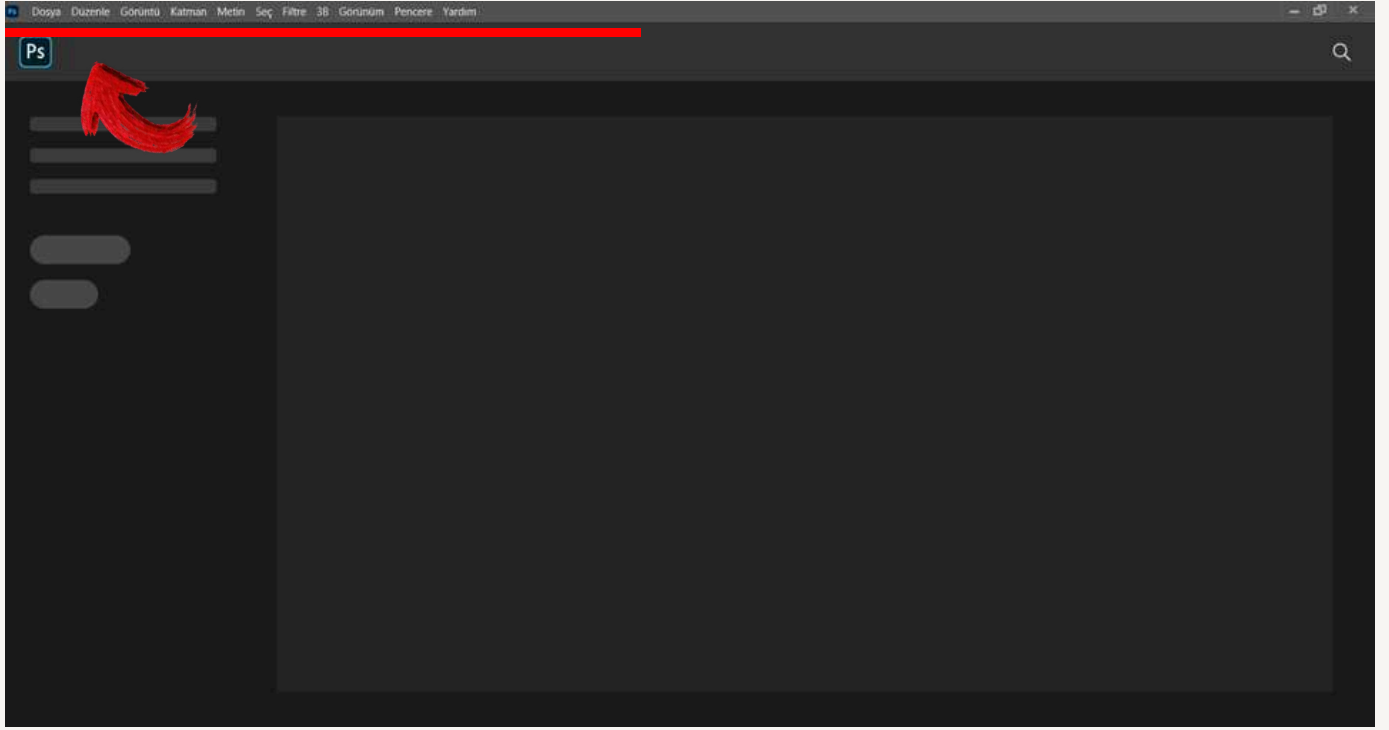
Oda görselim kare olduğu için kare bir çalışma alanı oluşturum.(1000x1000px)Üzerinde düzenleme yapacağım oda görselini çalışma alanıma sürükleyip bıraktım.Bileşenler kısmından ihtiyacım olan iconları aratarak ekledim.



Yaptığımız her bir tasarımdan sonra indirme işlemi için sol üstte bulunan doysa kısmına tıklıyoruz daha sonra açılan sayfadan indir butonuna sağ tarafta açılan pencerede indirmek istediğimiz türü ve kaliteyi de seçerek indiriyoruz.



PHOTOSHOP EĞİTİMİ



Photoshop'u açtığımızda ilk olarak başlangıç ekranı gelir. Bu ekran, çalışmaya hızlı başlamamız için hazırlanmıştır.

Bu ekranda neler var?

Üst Menü (Başlangıç Alanı)

Sol tarafta Photoshop'un bize sunduğu hazır başlangıç seçenekleri bulunur:

- **New File (Yeni Dosya)**

→ Sıfırdan tasarım başlatmak için
(afiş, poster, mockup, sosyal medya görseli vb.)

- **Open (Aç)**

→ Bilgisayardan var olan bir dosyayı açmak için

- **Home / Recent (Son Dosyalar)**

→ Daha önce üzerinde çalıştığımız dosyaları hızlıca görürüz

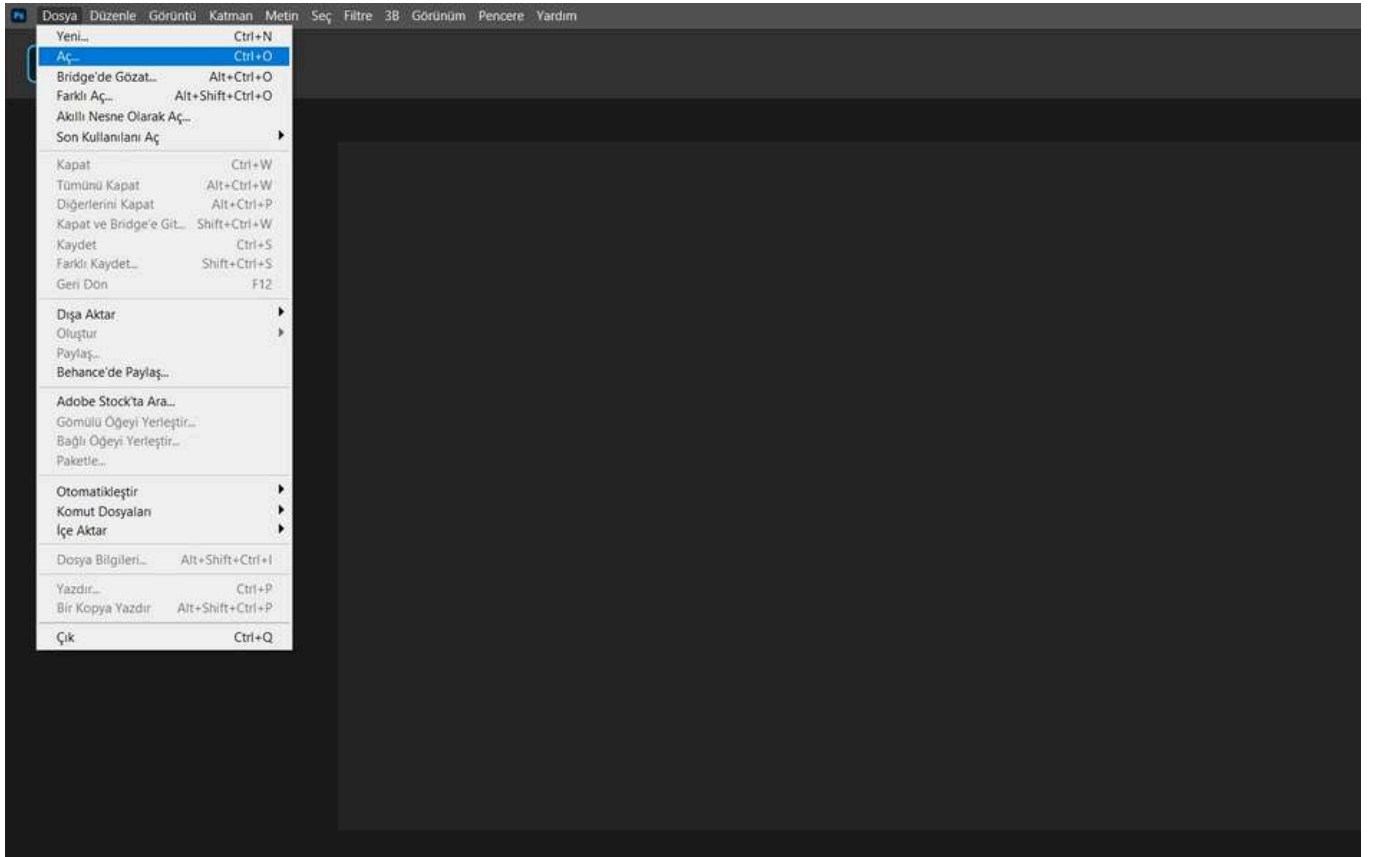
Orta Alan (Çalışma Alanı)

Orta kısım çalışma önizleme alanıdır.

Burada:

- Son açılan dosyalar
- Hazır şablonlar
- Mockup başlangıç seçenekleri görüntülenir.

Temel Düzenleme İşlemleri



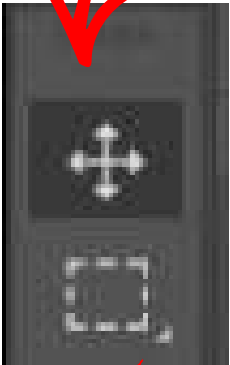
Düzenlemek istediğim görseli dosya-aç butonlarından sonra seçerek photoshop çalışma alanıma alıyorum,



Solda okla gösterilmiş olan kısım araçlar kısmıdır.Yapmak istediğimiz düzenlemelerde kullanacağımız araçlar burada bulunur hepsinin görevleri aşağıda kısaca belirtilmiştir.

Taşıma Aracı (Move Tool)

- Seçili katmanı, görseli veya yazıyı taşımak için kullanılır
- Katman düzenlemenin temel aracıdır



Dörtgen İşaretleme Aracı (Rectangular Marquee Tool)

- Kare veya dikdörtgen alan seçer
- Kırpma ve düzenleme öncesi alan belirlemek için kullanılır

Çokgen Kement Aracı (Polygonal Lasso Tool)

- Düz çizgilerle serbest alan seçimi yapar
- Köşeli nesneleri seçmek için idealdir

Sihirli Değnek Aracı (Magic Wand Tool)

- Benzer renklere sahip alanları otomatik seçer
- Arka plan ayırma işlemlerinde kullanılır

3B Malzeme Damlalık Aracı (3D Material Eyedropper Tool)

- 3B nesneler üzerindeki malzemeyi ve rengi örnekler
- 3B tasarımlarda malzeme uyumu sağlar

Fırça Aracı (Brush Tool)

- Boyama, rötuş ve maskeleye işlemleri için kullanılır
- Boyut ve sertlik ayarlanabilir

Klonlama Damga Aracı (Clone Stamp Tool)

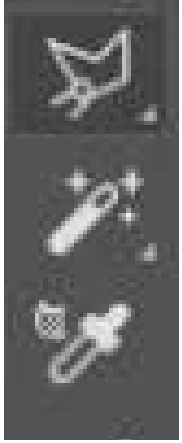
- Bir alanı kopyalayarak başka bir alana uygular
- Lekeleri ve istenmeyen detayları düzeltmek için kullanılır

Silgi Aracı (Eraser Tool)

- Görselin istenmeyen kısımlarını siler
- Aktif katman üzerinde çalışır

3B Malzeme Bırakma Aracı (3D Material Drop Tool)

- Seçilen 3B malzemeyi nesne üzerine uygular
- 3B model düzenlemelerinde kullanılır



10 Yatay Yazım Aracı (Horizontal Type Tool)

- Görsel üzerine yatay yazı ekler
- Yazılar ayrı bir katman olarak oluşturulur

Kalem Aracı (Pen Tool)

- Düzgün ve profesyonel çizimler yapar
- Kesim ve yol (path) oluşturmak için kullanılır

Yol Seçim Aracı (Path Selection Tool)

- Kalem aracıyla oluşturulan yolları seçer ve düzenler
- Vektörel çalışmalarda kullanılır

Dikdörtgen Aracı (Rectangle Tool)

- Dikdörtgen şekiller oluşturur
- Arka plan ve tasarım düzeni oluşturmak için kullanılır

El Aracı (Hand Tool)

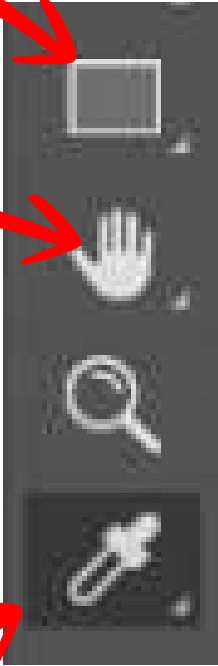
- Görseli ekranda sağa–sola taşır
- Görüntüyü hareket ettirir, düzenleme yapmaz

Yakınlaştırma Aracı (Zoom Tool)

- Görseli yakınlaştırır veya uzaklaştırır
- Detaylı çalışmalar için kullanılır

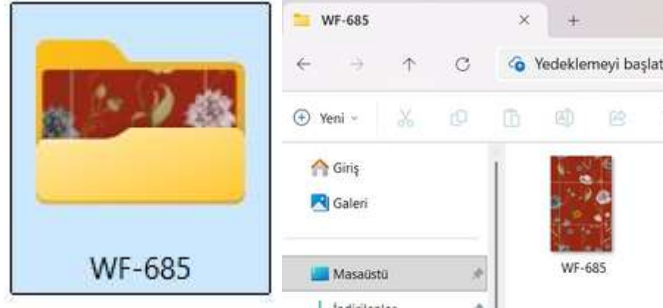
Damlalık Aracı (Eyedropper Tool)

- Görsel üzerindeki renkleri örnekler
- Renk uyumu ve doğru tonlama sağlar



Klasör ve Kodlama Sistemi

Öncelikle bulduğumuz yada tasarladığımız mokaba yerleştirmek istediğimiz modellere kod veriyoruz.Ve her bir kodlu model için aynı kodda klasör açıyoruz.Bu modeli içine atıyoruz.Daha sonra mokaba yerleştirdiğimiz oda görsellerini de bu klasöre atacağız.



Hazır Mokap Üzerine Model Yerleştirme

Mokaplarınız size photoshop formatında iletildikten sonra modelleri nasıl yerleştirdiğimize adım adım bakalım.

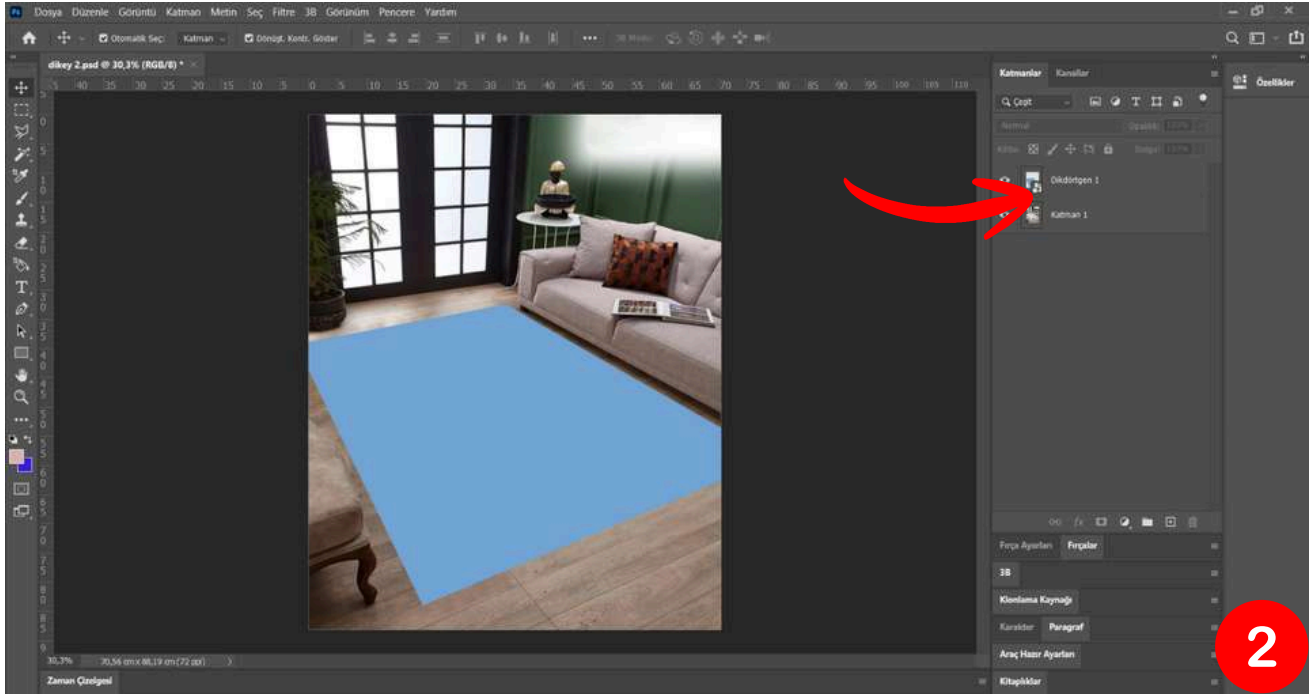
Photoshop açık olmasa bile,bilgisayarınızda bulunan Photoshop formatındaki (PSD) bir mockup dosyasına tıkladığınızda,Photoshop otomatik olarak açılır ve mockup dosyası doğrudan çalışma alanında görüntülenir.

Bu işlem sırasında:

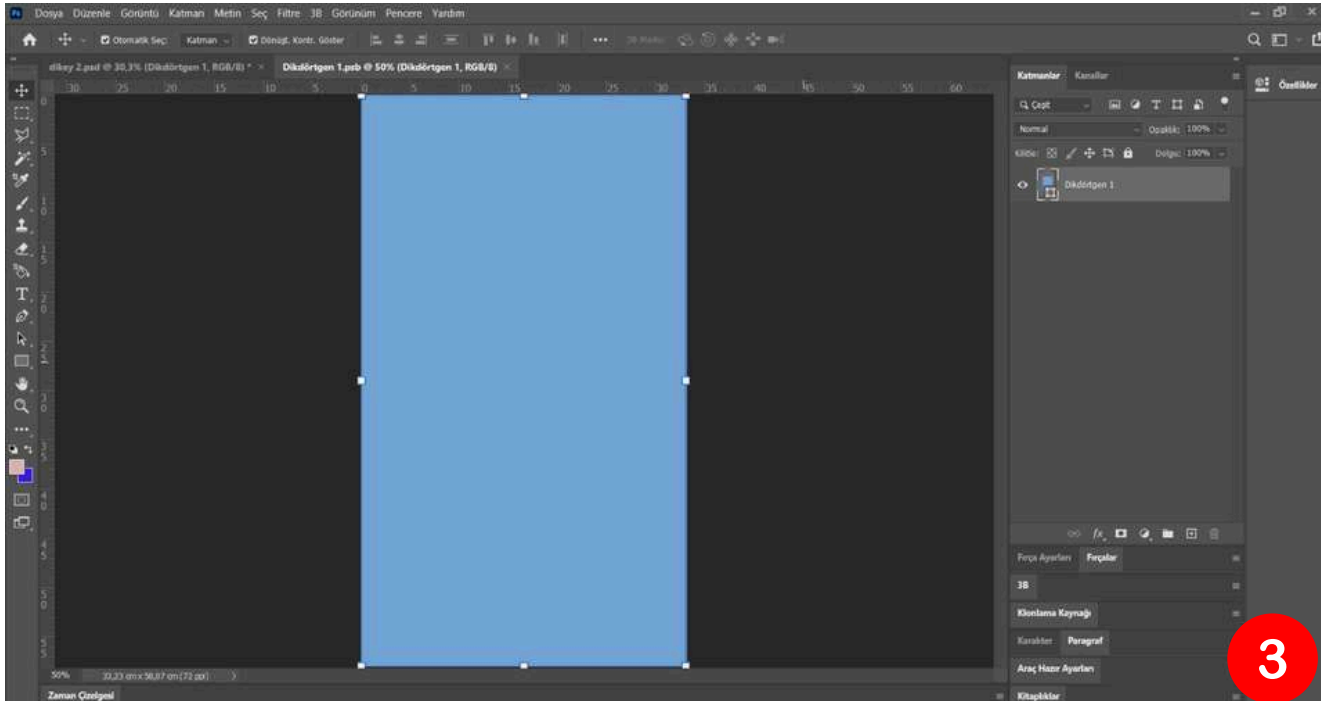
- Photoshop'u önceden açmanıza gerek yoktur
- Mockup, Photoshop ile bağlantılı olarak otomatik yüklenir
- Dosya açılır açılmaz düzenlemeye başlanabilir

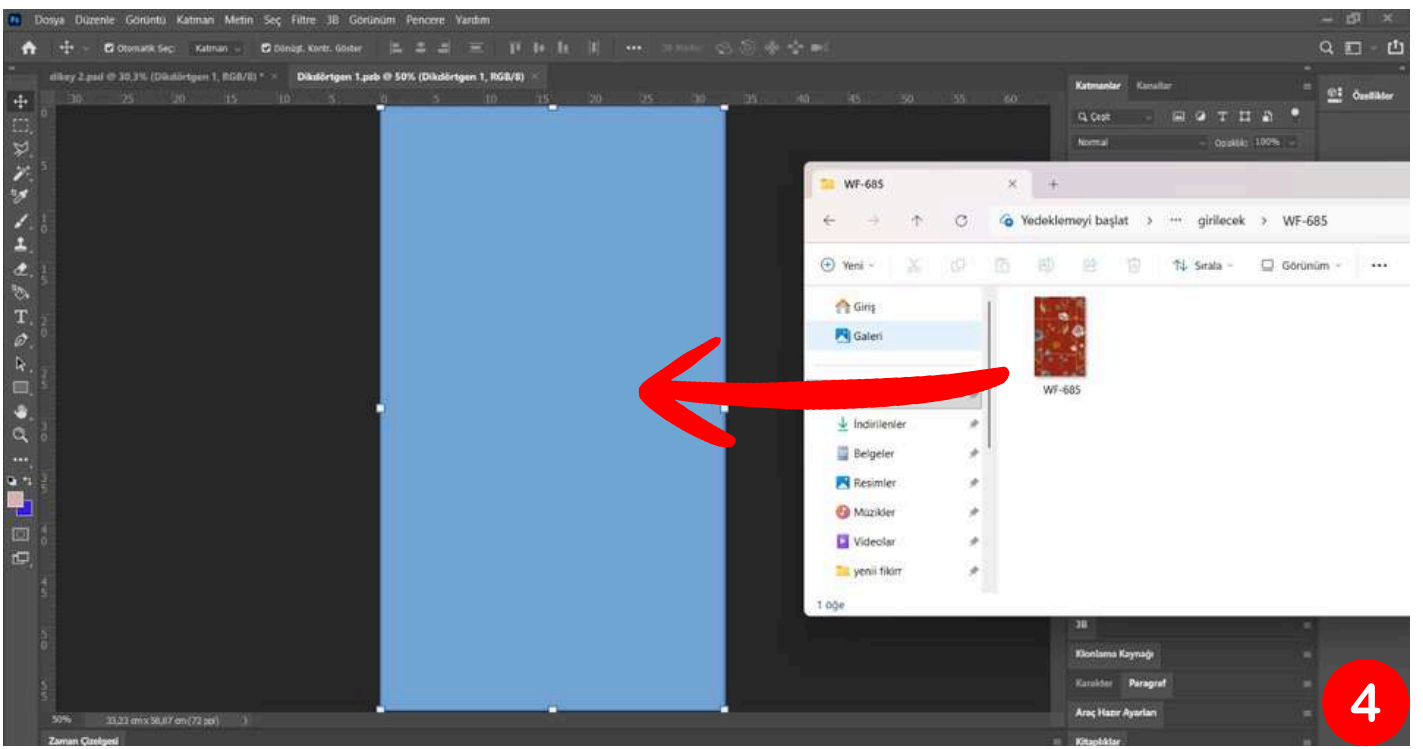
PSD mockup dosyasına tıkla → Photoshop açılır → Mockup hazır şekilde karşına gelir



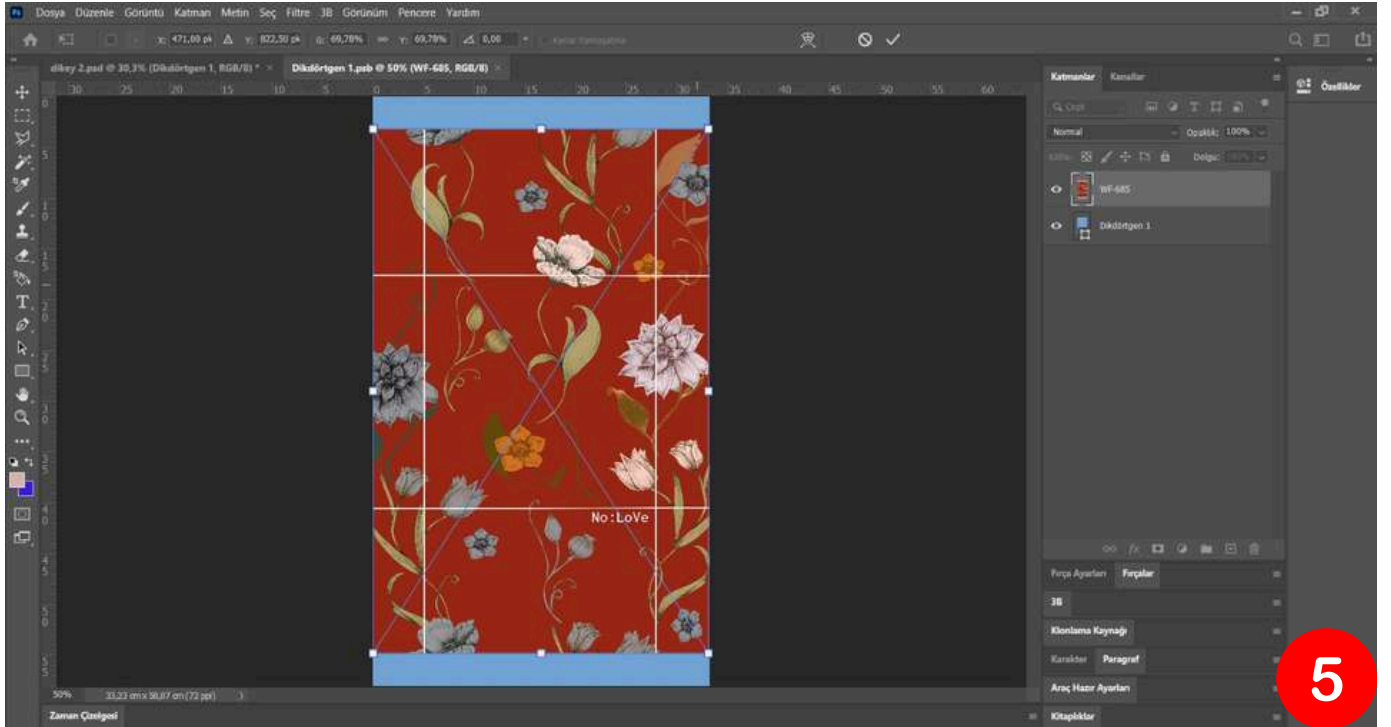


Çalışma alanı açıldıktan sonra sağ tarafta katmanlar kısmında bulunan ok ile gösterilen kısma çift tıklayarak çalışma alanımızı açıyoruz.

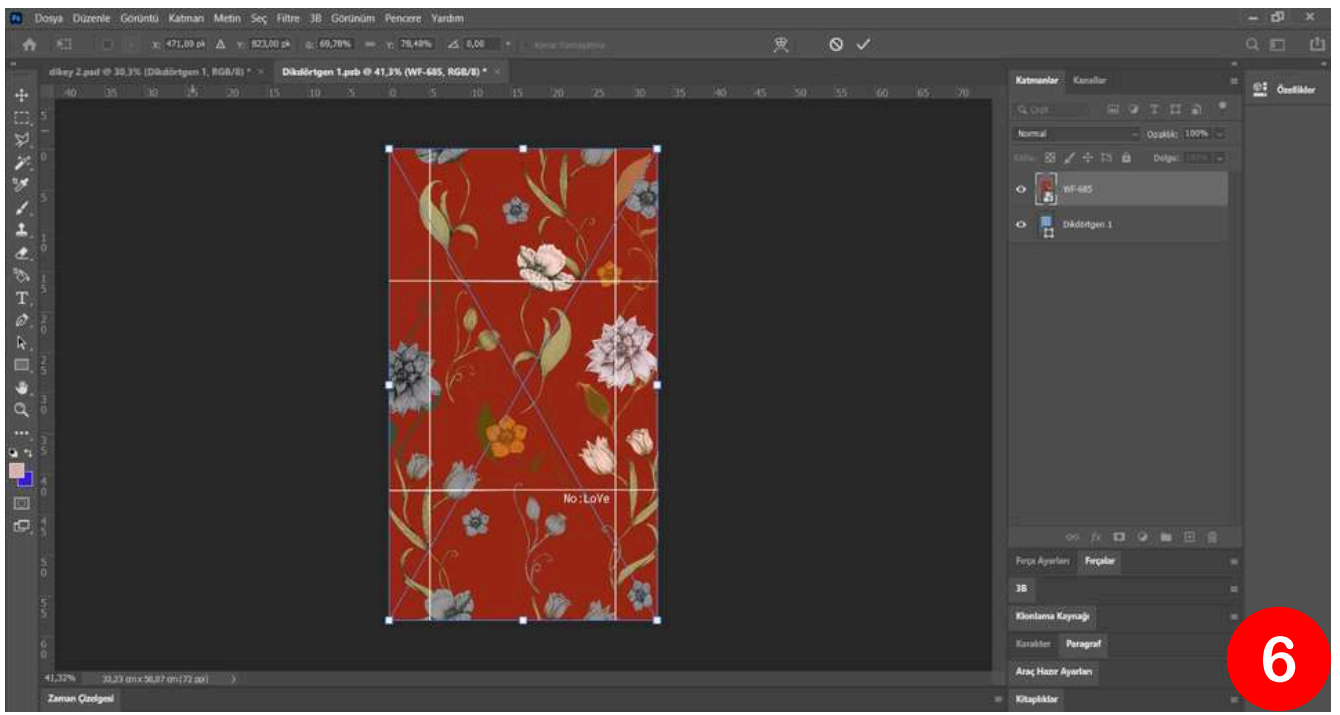




Artık direkt olarak mavi alana odaya yerleştirmek istediğimiz modeli sürükleyip bırak mantığıyla geçirebiliriz.

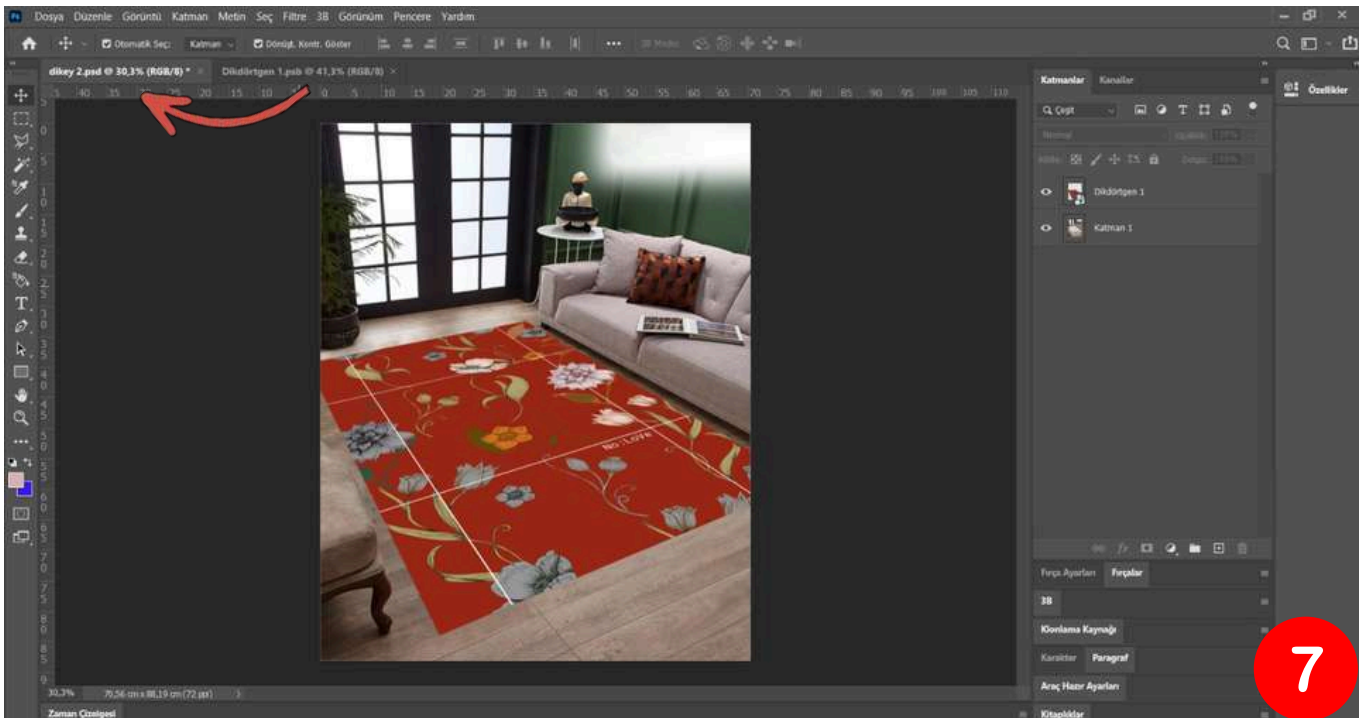


Model şuanda mavi sayfayı tam olarak doldurmuyor. Etrafındaki minik kutular üzerine mouse u getirdiğimizde çıkan oklarla yerleştirme yapalım. Mavi alan hiç görünmemeli.

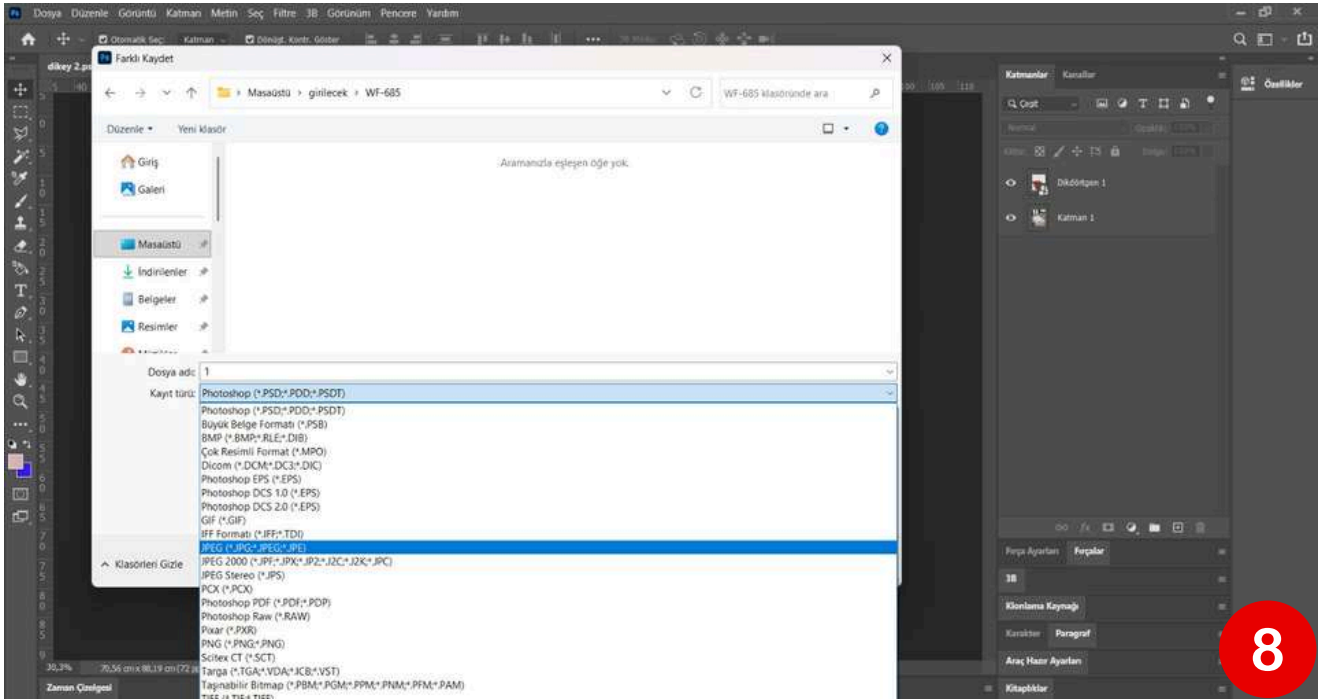


Bu şekilde tamamını yerleştirdikten sonra enter a basıyoruz. Yerleştirme işlemi yaparken orantılı büyütme için Shift ' e basılı tutarak yerleştirme yapabilirsiniz.Çalışma alanını daha yakın yada uzaktan görmek isterseniz Alt tuşuna basılı tutarak mouse tekerleği ile uzaklaştırıp yakınlaştırabilirsiniz.

Enter'a bastıktan sonra modelimizin oda görseli içerisine yerleşmesi için Ctrl+S tuşuna basıyoruz.Ve oda görselini görebilmek için oda görseli penceresine geçiyoruz.



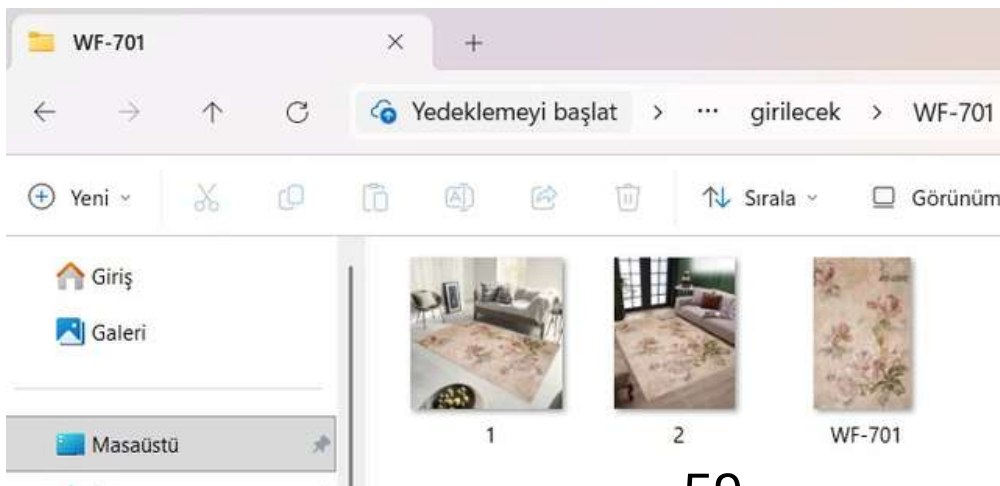
Sorunsuz şekilde yerleştğini teyit ettikten sonra artık kaydetme işlemine geçebiliriz. Ctrl+Shift+S tuşlarına birlikte basıyoruz.



Masaüstünden modelin kodu ile oluşturduğumuz klasörü bulup seçiyoruz dosya adını 1 türünü ise görselde gösterildiği üzere JPEG seçiyoruz ve kaydediyoruz.

Aynı model için birden fazla oda kullanacaksak tüm adımları aynı şekilde uyguluyoruz 2. oda için dosya adına 2 3. oda için dosya adına 3 yazıp JPEG formatında kaydediyoruz.

Bir modeli tüm oda görsellerine yerleştirdiğimizde modelin sahip olduğu kodlu klasör şu şekilde olmalı;Modelin baskı dosyası ve yerleştirdiğimiz oda görselleri.

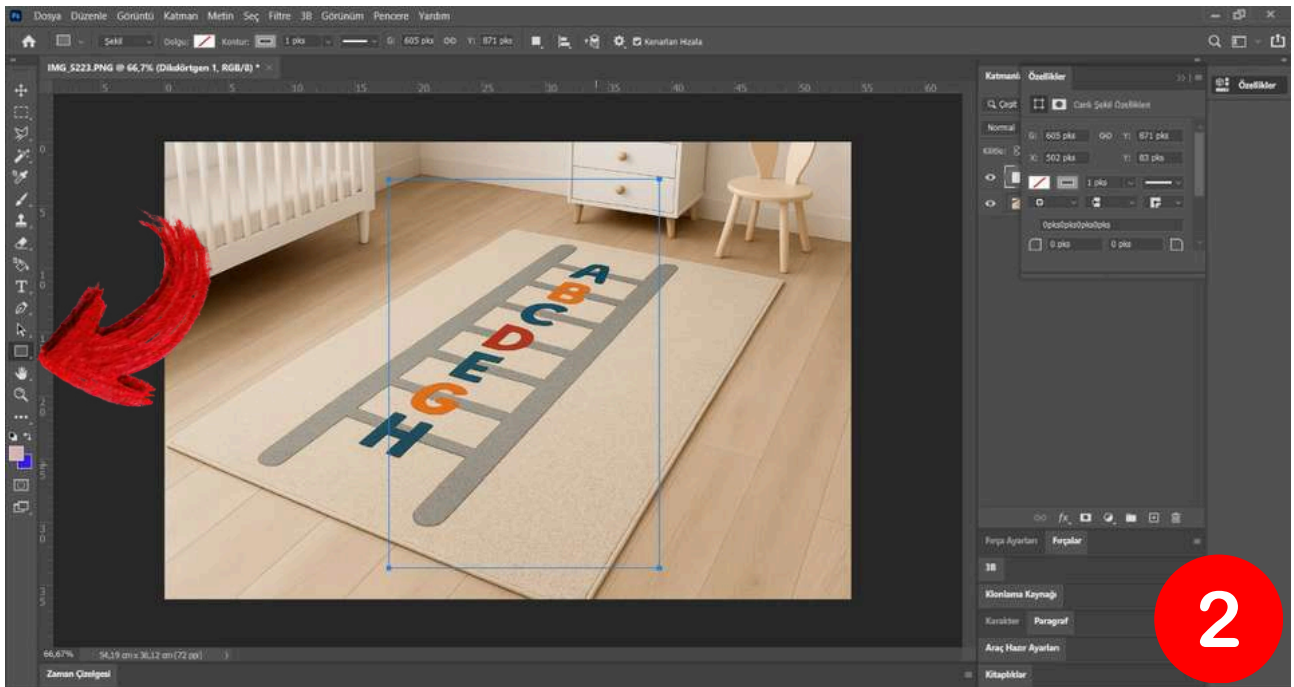


Kendi Mokap Tasarımını Oluşturma

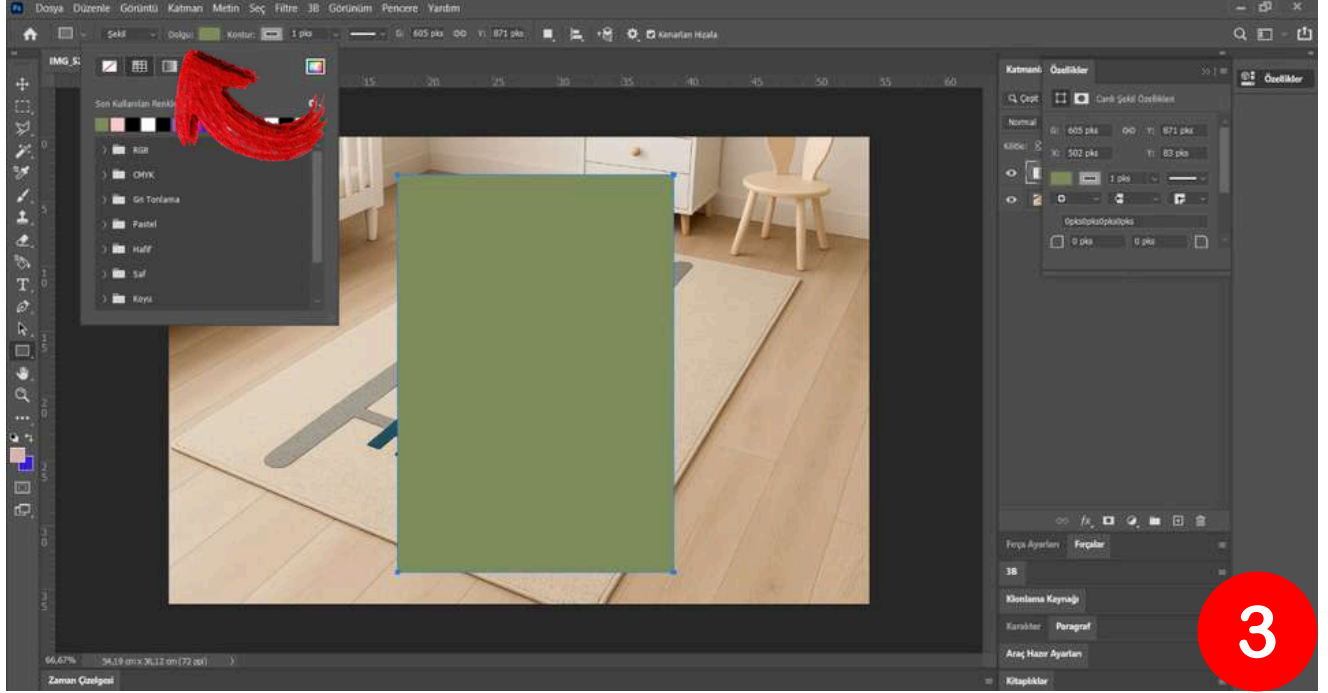
Önce mokabını yapacağımız oda görselini dosya -aç kısmından yada sürükle bırak mantığıyla açıyoruz.



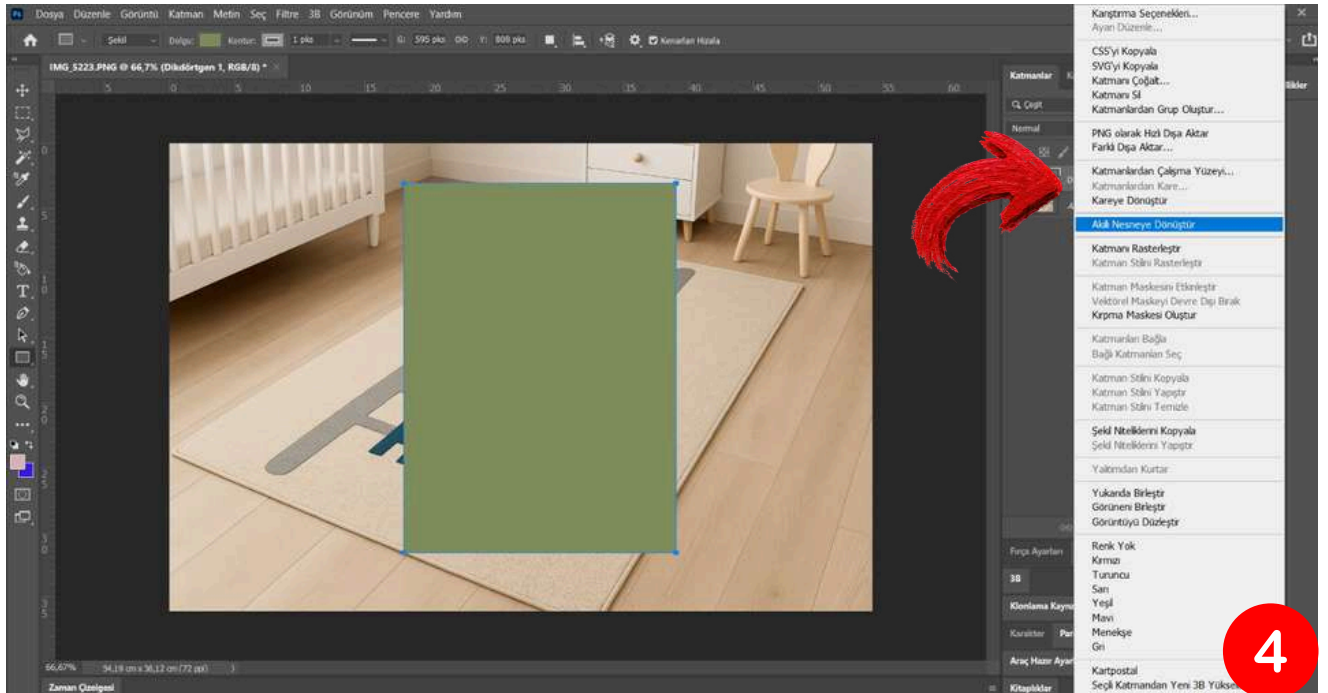
Sonrasında Dikdörtgen aracını seçip halının boyutlarına yakın bir dikdörtgen çiziyoruz mouse ile.



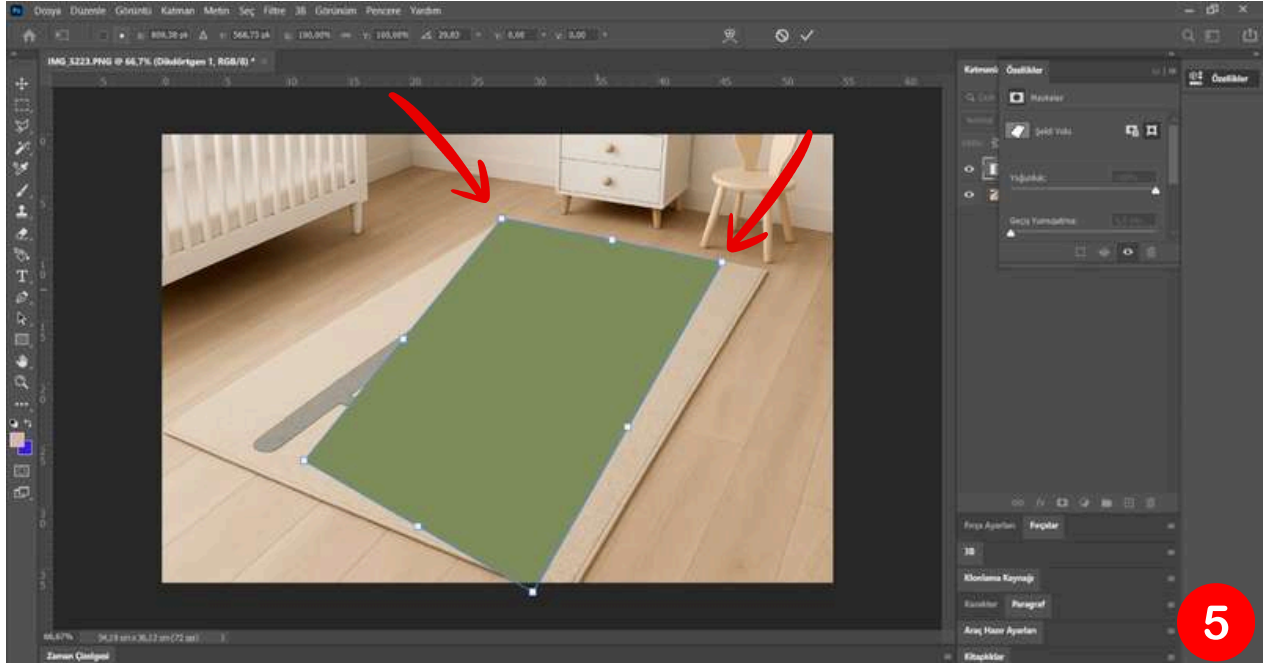
Dolgu kısmından çalışma alanımızın rengini seçiyoruz.



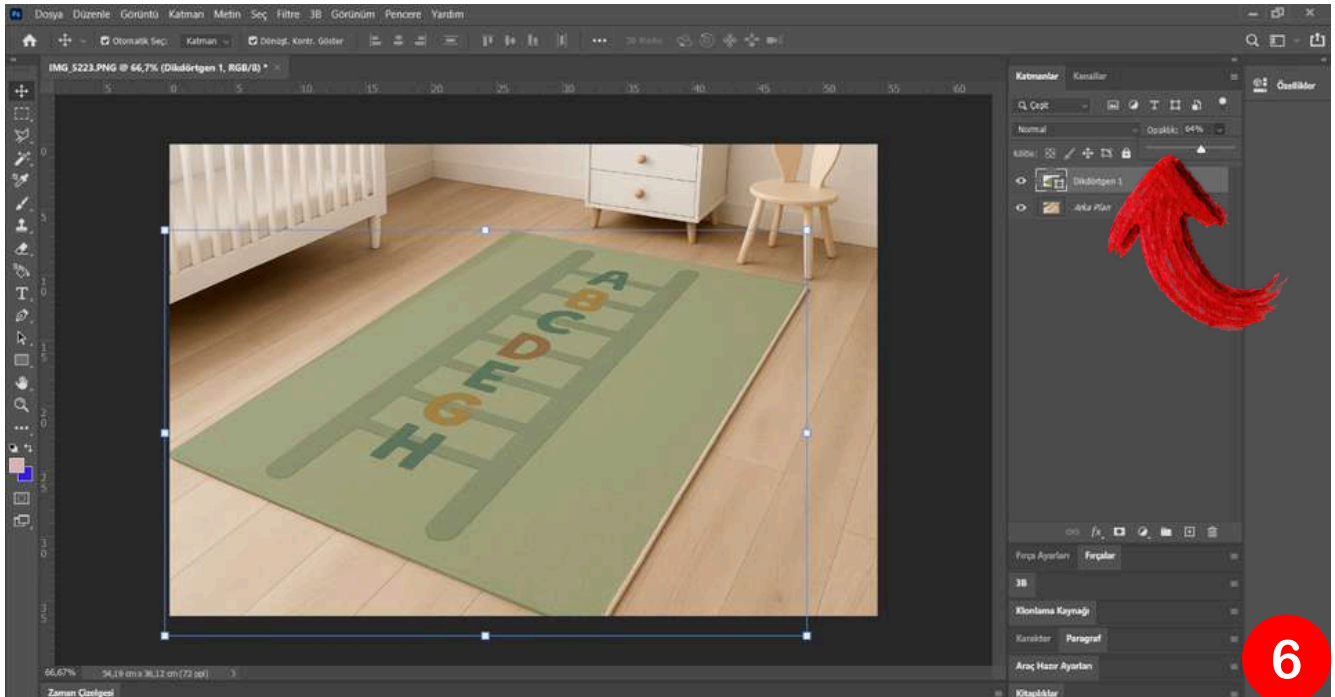
Sonra sağda oluşturduğumuz katman üzerine sağ tıklayıp akıllı nesneye dönüştür diyoruz. Bu adım çalışma alanımızı diğer pencerede açmamızı sağlıyor.



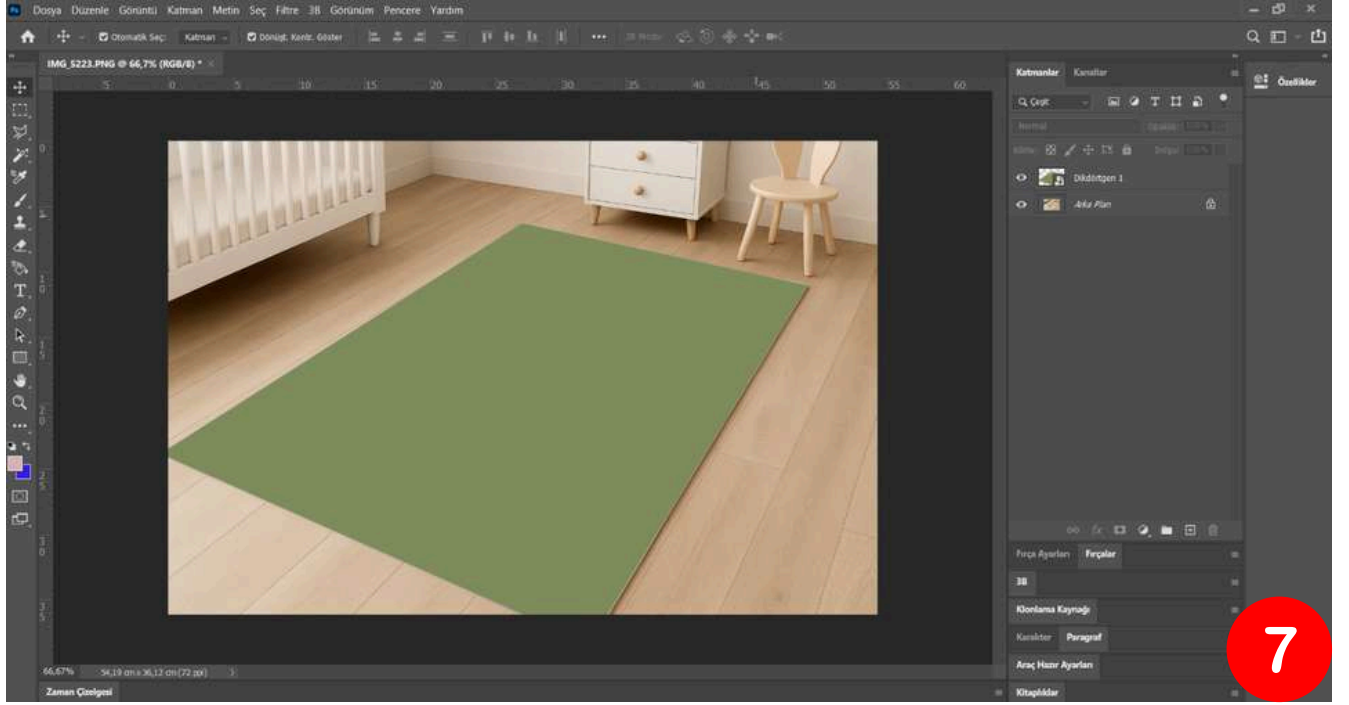
Artık bu yeşil dikdörtgeni yerdeki halıyı referans olarak yerleştirme zamanı.Ctrl'ye basılı tutup uçlardan halının köşelerini ayarlıyoruz.Eğer bu aşamada yeşil dikdörtgen alanın minik kutucukları çıkmazsa Ctrl+T ye basıyoruz.Bu adım ayarlama kutucuklarının gelmesi için.



Yerleştirirken halıyı göremediğimiz için zorlandığımız kısımda opaklığı düşürüp daha kolay çalışma alanı oluşturabiliriz.Tamamen yerleştirdince opaklığı eski haline getirelim.



Tamamen yerleştirdikten sonra mokap artık hazır.



Kaydetmek için yine Ctrl+Shift+S tuşlarına aynı anda basıyoruz Çıkan sekmeden kaydedeceğimiz yeri seçip dosya adını yazıp bu kez photoshop formatında kaydediyoruz.

