

1997





Kadir Has Üniversitesi Kurumsal Kimlik Ön Çalışması

2 Takım

6 Renk Paleti

12 Tipografi

18 Logo

30 Arayüz

34 Sosyal Medya

40 Kapanış

Takım

Studio WTF; yazılım ve tasarım odaklı çözümler sunan İstanbul merkezli bir stüdyodur.

Studio WTF; arayüz ve kullanıcı deneyimi tasarımları, mobil ve web uygulama yazılımları, e-ticaret çözümleri, illüstrasyon ve animasyon tasarımları, sosyal medya yönetimi ve growth hacking konularında çözümler sunmaktadır. Ayrıca büyümeye odaklı stratejilerle pazarlama stratejinizi oluşturuyor, online reklamlar ve sosyal medya yönetimi ile markanızı geliştiriyoruz.

Son teknoloji ve tasarım yaklaşımlarını kullanarak kalıplasmış fikirlerin dışında bir yol izliyoruz. Markalarımızı dijital alanda müşterileri ile buluşturan mecralar ve ürünler yaratıyoruz. Bu buluşmada kullanıcıların en iyi deneyimi yaşaması için amaca yönelik tasarımlar üretiyoruz.

Ürünler değil, deneyimler tasarlıyoruz.

Bu yaklaşımıla birlikte estetik ve teknik performans arasında bir köprü kurabilmek için 5 yılı aşkın profesyonel deneyimimizde 100'den fazla markaya hizmet sunduk.

9 kişilik multidisipliner ekibimiz ile birlikte değer yaratmak isteyen markalar için çözümler sunuyoruz. Tofaş, Fenerbahçe, Eczacıbaşı Bilişim, UsabilityHub gibi yerel ve global birçok marka için kurguladığımız deneyimler ile dönüşüm oranlarını artırmayı hedefliyoruz. Çalıştığımız projelerde iletişim kurduğumuz ilk andan, markanıza değer katan deneyimleri yayına aldığımız son ana kadar her detayda hayran kalacağınız bir süreç yönetiyoruz.



Yerel ve global markaların yanısıra ekibimizden çıkan fikirleri de hayatı geçirmeye ve birikimimizi paylaşmaya da önem veriyoruz. Bu doğrultuda bugüne kadar etkinlik ve sosyal medya sektörlerinde hizmet veren iki farklı girişimde bulunduk. Ayrıca Akademi WTF markası adı altında toplamda 5 bine yakın kişiyi ağırladığımız çeşitli eğitimler ve etkinlikler organize ettik. Boğaziçi Üniversitesi başta olmak üzere birçok eğitim kurumunda eğitimlerimize devam etmekteyiz.

Renk Paleti

Ana Renkler

Kadir Has Üniversitesinin ana rengi hali hazırda global arenada bilinen ve güven odaklı çağrımlar yaratın Pantone 294 C rengidir.

Ayrıca rahatlıkla uygulanabilen ve ayırt edici bir doku katan beyaz rengi, ikinci renk olarak çalışmaları ön plana çıkarmak ve uyumlu kompozisyonlar yaratmak için kullanılabilir.

Lacivert ve beyazın ana renk olarak kullanımı; tüm marka iletişimlerinde ulaşılabilirlik, güven ve deneyim çağrımlarının uyandırılmasını sağlar.

Ana Renk
PANTONE 294 C

CMYK 100 69 7 30
RGB 0 47 108

#002F6C

Arkaplan
PANTONE 656 C

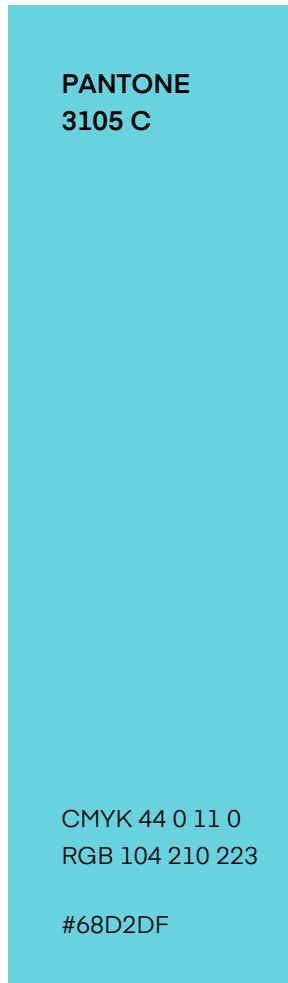
CMYK 10 2 0 0
RGB 221 229 237
#DDE5ED

BEYAZ

CMYK 0, 0, 0, 0
RGB 255, 255, 255
#FFFFFF



PANTONE
Yellow 012 C



PANTONE
3105 C



PANTONE
1785 C



PANTONE
360 C

İkincil Renkler

Kadir Has Üniversitesi'nin yaptığı marka çalışmalarındaki en önemli eksiklerinden biri belirlenmiş ikincil renklere sahip olmaması; bu sebeple belirlediğimiz ve hareketi, gençliği, kampüs hayatını çağrıştırmasını planladığımız renkler illüstrasyon, afiş ve arayüz tasarımlarında rahatlıkla kullanılabilir.

Tipografi

Tipografi

Bir markanın kullandığı yazı tipi eşsiz ve ayırt edilebilir olmalıdır. Ayrıca tüm kompozisyonlarda kurallar göz önünde bulundurularak kullanılmalıdır. Ancak Kadir Has Üniversitesinin sitesini, afişlerini ve sosyal medya görsellerini incelediğimizde her bir çalışmada farklı yazı tiplerinin kullanıldığını rahatlıkla görebiliriz.

Marka deneyimini ayırt edilebilir kılmak ve Kadir Has Üniversitesini sadece yazı tipinin kullanımı ile bile çağrıştırabilmek için tüm kurumsal kimlik çalışmalarında birincil yazı tipi olarak Trajan Pro isimli yazı tipi kullanılmalıdır.



Regular

Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

1234567890

1234567890

Aa

Eina Font Family

Bold

Semibold

Regular

Light

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

ABCDEFGHIJKLM

NOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ

NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm

abcdefghijklm

abcdefghijklm

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

nopqrstuvwxyz

nopqrstuvwxyz

nopqrstuvwxyz

1234567890

1234567890

1234567890

1234567890

Tipografi

Daha önce de bahsettiğimiz gibi her kompozisyonda farklı yazı tipleri kullanılması sorununu çözmemiz için kurumsal kimlik ile uyum sağlayacak, tutarlı ve basit bir yazı tipi seçmemiz gerekiyordu.

Yaptığımız testlerde Eina, yazı tipinin kurumsal kimliği oluşturabilecek anahtar elementlerden biri olabileceği karar verdik. Bu noktada bu yazı tipinin farklı kullanım alanları için farklı seçenekler sunabilmesi ve kullanım hiyerarşisine göre "farkındalık, harekete geçme, bilgi alma" gibi çeşitli mesajlar verebilmesi önemli birer etken oldu.

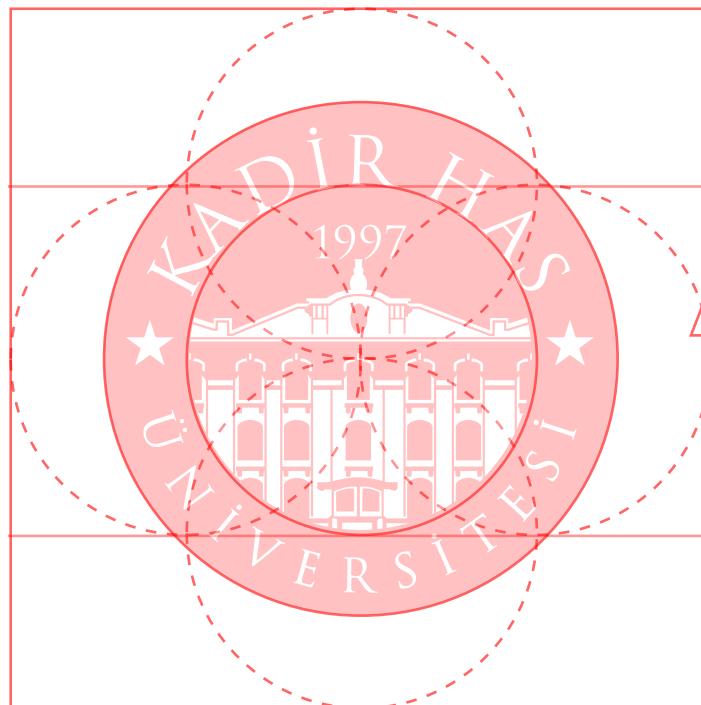
Logo

Logo

Logo, bir marka için kullanıcı deneyiminin en kritik noktalarından biridir. Kadir Has Üniversitesi'nin ikonikleşmiş logosu, çeşitli kullanım ve uygulama kuralları belirtilerek kullanılmaya devam edilmelidir.

Kullanım deneyimine zarar vermemesi açısından Kadir Has Üniversitesi logosu minimum 68 pixel, 0.70 inç ve 1.8 santimetre genişliğinde kullanılabilir. Daha küçük kullanımlarda marka deneyimi ve aktarım istenen mesaj sekteye uğrayabilir.





Art & Design Faculty

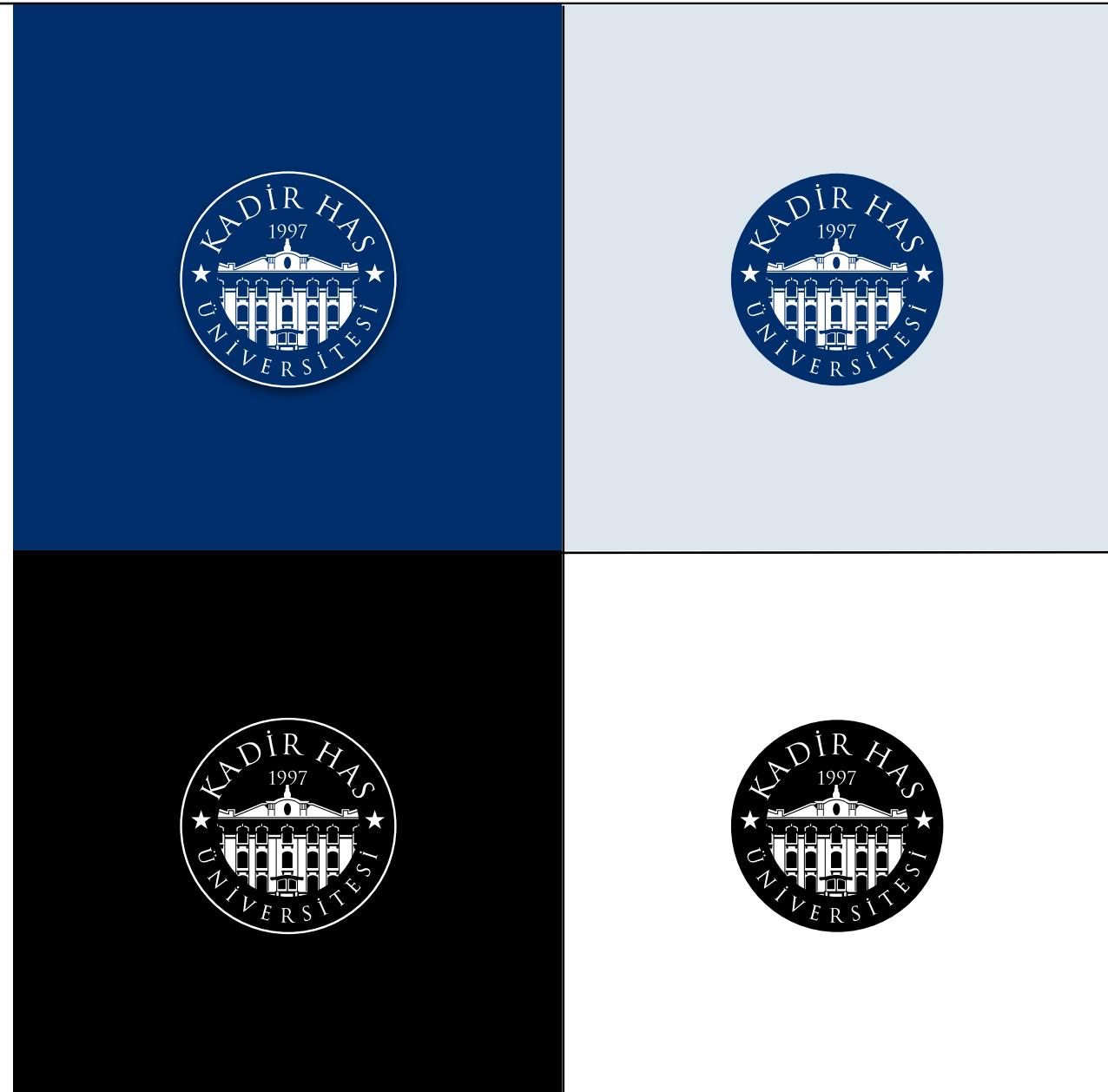
Kadir Has Üniversitesinin logosunun
kullanılacağı herhangi bir etkinlik,
departman, işbirliği çalışmasında logo ile
yazı veya Kadir Has Üniversitesi logosu ile
partner marka logosu arasında üniversite
logo genişliğinin 1,75 katına tekabül eden
bir boşluk olması gerekmektedir.

Logo

Logo kullanımı ile verilmeye çalışılan mesajın iletilenbilmesi ve Kadir Has Üniversitesi markasının ilk bakışta çağrıştırılabilmesi için farklı zeminler farklı uygulamalar gerçekleştirilmelidir.

Logonun lacivert arkaplanının kullanılacağı alanlarda logoya oranla %107'lük bir beyaz sınırın uygulanması gerekmektedir. Bu sayede Kadir Has Üniversitesi markasını daha ayırt edilebilir sunmak amaçlanmaktadır. Bu uygulama siyah beyaz kullanım gibi benzer kompozisyonlarda da geçerli olmalıdır.

Ayrıca Kadir Has Üniversitesi logosu, siyah beyaz kullanım dışında herhangi bir amaç veya uygulama sebebiyle kesinlikle Pantone 294 C rengi harici bir arkaplana sahip olamaz.



KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ

Ayrıca yine bu uygulamalarda "Kadir Has Üniversitesi" yazısı, Pantone 294 C ve koyu arkaplanlarda beyaz ile yazılrken; açık renk arkaplari kullanımlarında Pantone 294 C rengi ile yazılmalıdır.

KADİR HAS
ÜNİVERSİTESİ

KADİR HAS
ÜNİVERSİTESİ

Logotype

Çeşitli uygulama alanları ve partnerlik çalışmaları sebebiyle logo yerine logotype'ın yer aldığı çalışmalar yapılabilir.

Ancak bu çalışmalarda Trajan Pro yazı tipinin logotype olarak kullanılması gerekmektedir.

Fakülte Logoları

Daha önceki kısımlarda da belirttiğimiz gibi fakülteler için kullanılacak logolarda Kadir Has Üniversitesi logosu ile departman ismi arasında 1.75x'lik bir boşluk bırakılması gerekmektedir. Ayrıca fakülte ismi maksimum 3 satır olmak üzere Eina yazı tipi ile yazılmalı ve Kadir Has Üniversitesi logosunu ortalamalıdır.



**Faculty of
Engineering and
Natural Sciences**



**Faculty of
Engineering and
Natural Sciences**

KADİR HAS
ÜNİVERSİTESİ

Faculty of Engineering
and Natural Sciences

KADİR HAS ÜNİVERSİTESİ
Faculty of Engineering
and Natural Sciences

Logotype ile tasarılan fakülte logolarında Kadir Has Üniversitesi logo genişliğinin %17'si kadar bir boşluk iki taraftan da bırakılmalı, bu boşluklar kullanım ölçüsüne göre beyaz bir sınır ile ayrılmalıdır.



Faculty of
Engineering and
Natural Sciences



Faculty of
Communication



Design Team

Paralel kullanımlarda Eina yazı tipi ile yazılan fakülte ismi logotype'in %150 katı olmalıdır ve fakülte isminin maksimum iki satır olacak şekilde yazılmasına özen gösterilmelidir.

Reklam ve Tanıtım Görselleri

Kadir Has Üniversitesinin hali hazırda kullandığı farklı tarzdaki kompozisyonların yerine basit tasarımlarla güçlü mesajlar verebilecek uygulamalara ihtiyacı var. Bu noktada verilmek istenen mesajı bir cümleyi aşmayacak bir başlıkta sunabileceğimiz ve ana renkleri yoğunlukta kullanarak kurguladığımız marka deneyimini yansıtabileceğimiz kompozisyonlar kullanmalıyız.

Logoyu temel alarak tanımlayacağımız "grid" sistemi, marka dilinin farklı boyutlarda uygulanabilir olmasını sağlayacaktır. Ayrıca uygun kompozisyonları tamamlamak için kullanacağımız "logo yüksekliği = 1.5x temel bileşen ve ikinci başlık yükseliği = ana başlık yüksekliğinin 1/2'si" formülü, yapılacak uygulamaları daha efektif kılacaktır.





Kayıtların
başlamasına az
kaldı!



Kayıtların
başlamasına
az kaldı!



Kayıtların başlamasına
az kaldı!

KADİR HAS
ÜNİVERSİTESİ

Kayıtların başlamasına az kaldı!



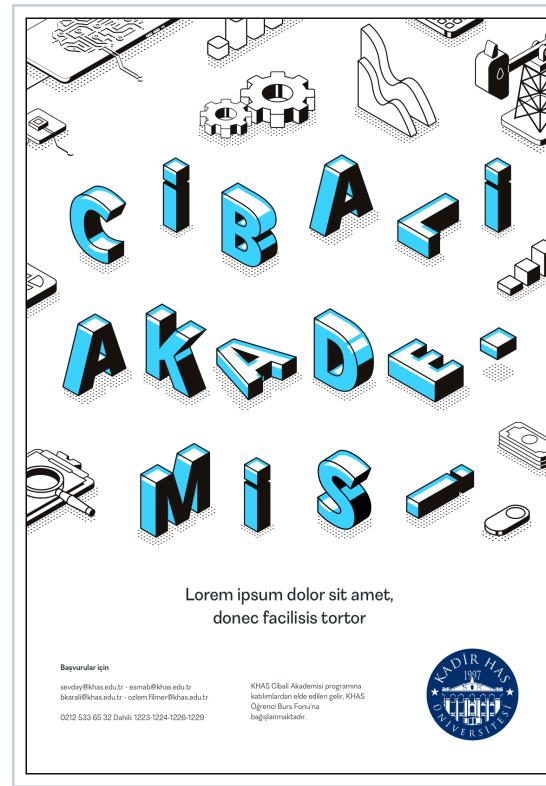
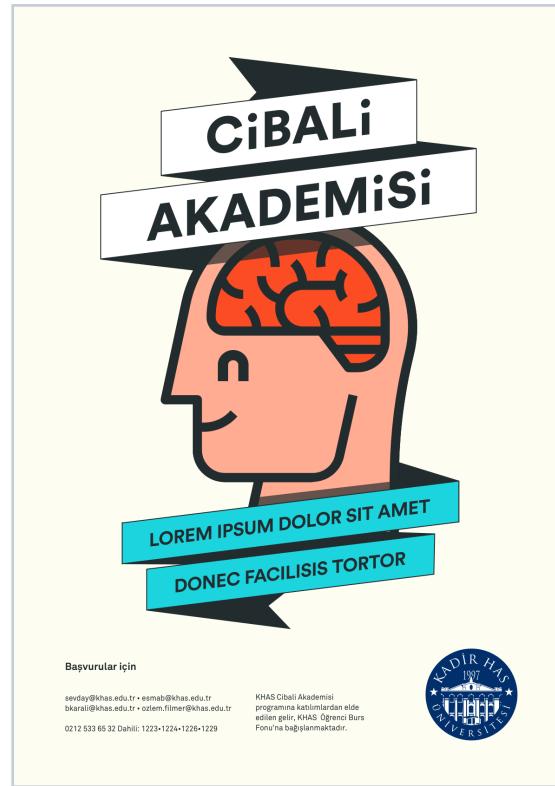
Kayıtların başlamasına
az kaldı!

Afiş ve Doküman Tasarımları

Reklam görsellerinde logoyu temel olarak tanımladığımız "grid" sistemi, yine aynı şekilde farklı boyutlarda ve farklı doküman türlerinde marka deneyimini yansıtacak şekilde kullanılmalıdır.

Kurumsal kimlik rehberi hazırlanırken farklı doküman türleri için görsellerin konumu, sayfa düzeni, sütun sayısı ve boyutu, renk kullanımı gibi tipik özellikler belirlenmelidir.

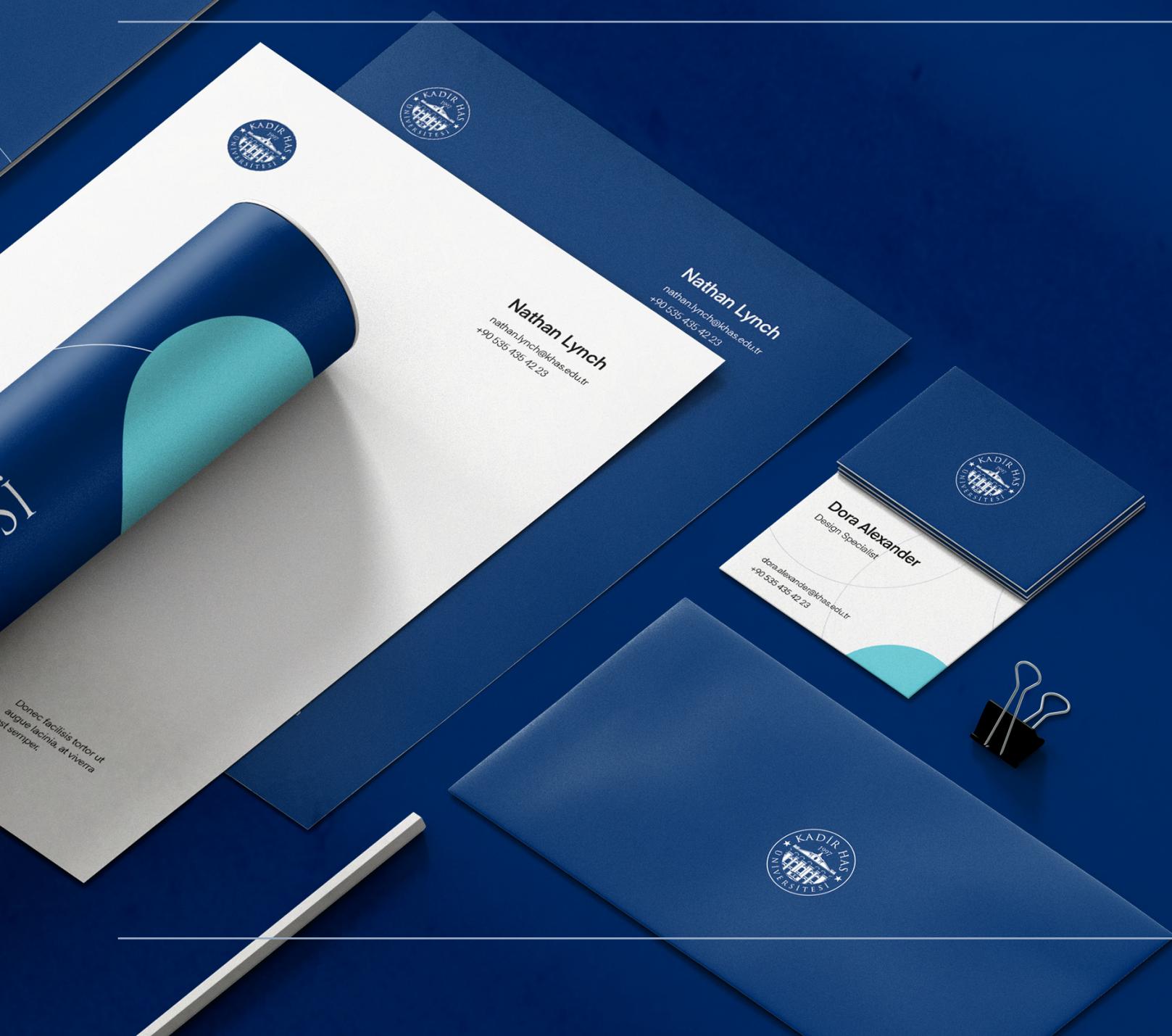




Kadir Has Üniversitesinin düzenlediği etkinliklerde hali hazırda kullanılan ve kurumsal kimlik rehberi olmadan hazırlanan afişler yerine Z ve Alpha kuşağına hitap eden, geri dönüşüm oranlarını maksimuma çıkaran tasarımlar çalışılmalıdır. Kurumsal kimlik rehberi oluşturulurken yapılacak A/B testleri doğru iletişim dilinin seçilmesinde önemli bir rol oynayabilir.



0.1 Logo



Arayüz

Arayüz Tasarımı

İyi bir dijital deneyim tasarlamak doğru stratejiye, doğru bir strateji ise kapsamlı bir analiz sürecine dayanır.

Kadir Has Üniversitesinin website arayüzüni yenilerken dönüşüm oranlarını maksimize etmek amacıyla öncelikle website ziyaretçilerinin davranışörüntüleri, beklenileri ve onları engelleyen kısıtları belirlememiz gerekiyor.

Sonrasında verilere dayalı kararlar verebilmek amacıyla analistikler üzerinde gerçekleştirdiğimiz analiz çalışmasına ek olarak, web sitesi üzerinde yayınladığımız A/B testleri ve kullanıcıların web deneyimleri hakkındaki detaylı geri bildirimlerle oluşturulan UXAAR adını verdiğimiz kullanıcı deneyimi analiz raporu sonucunda basitleştirilmiş ve odaklı bir arayüz tasarım sürecine adım atmalıyız.

The screenshot shows the Kadir Has University website's homepage. At the top, there is a navigation bar with links: 01 Üniversite Hakkında, 02 Eğitim, 03 Araştırma, 04 Öğrenciler, 05 Aday Öğrenciler, 06 Üniversitede Yaşam, Arama Yap, and EN. Below the navigation is a large banner featuring a photograph of a kitchen or laboratory setting with various containers and equipment. Overlaid on the image is the text: "KHAS Veri Bilimi Ekibi, Kaggle'da Dünya Beşincisi Oldu". Below this, a smaller text reads: "Kadir Has Üniversitesi Siber Güvenlik ve Kritik Altyapı Koruma UAM'da veri bilimi çalışan ekibimiz, dünyanın en büyük veri bilimi yarışma...". A green button labeled "Devamını Gör" is visible. To the left of the banner, the university's logo is displayed. Below the banner, there is a section titled "Üniversiteden Haberler" with a date "17 NİSAN" and a link to an article about the university's team winning at the Istanbul Film Festival. To the right, there is a sidebar with a link "Tümünü Görüntüle" and a list of recent news items: "17 NİSAN 2017 İstanbul Film Festival'inin "En İyi Film"inde Kadir Has Üniversitesi İmzası", "22 MART 2019 Kadir Has Ödülleri İki Bilim Kadınına Verildi", "19 MART 2017 KHAS Türkiye Toplumunun Enerji Tercihleri Araştırması 2018 Sonuçları Açıklandı", and "19 ŞUBAT 2017 Uluslararası Proje Başvurularında İki STK Fonundan Destek".

The screenshot shows the Kadir Has University website's homepage. At the top, there is a horizontal navigation bar with six items: "Üniversite Hakkında", "Eğitim", "Araştırma", "Öğrenciler", "Aday Öğrenciler", and "Üniversitede Yaşam". To the right of the navigation are search and language selection ("Arama Yap" and "EN"). The main content area features a large banner with a blue-toned photograph of a kitchen or food preparation area. Overlaid on the banner is the text: "KHAS Veri Bilimi Ekibi, Kaggle'da Dünya Beşincisi Oldu". Below this, a smaller text reads: "Kadir Has Üniversitesi Siber Güvenlik ve Kritik Altyapı Koruma UAM'da veri bilimi çalışan ekibimiz, dünyanın en büyük veri bilimi yarışma...". A green button labeled "Devamını Gör" is visible. At the bottom of the page, there are two news cards. The first card on the left is titled "Üniversiteden Haberler" and has a date "17 NİS". The second card on the right is titled "Tümünü Görüntüle" and has a date "17 NİSAN 2017" and the text "İstanbul Film Festivali'nin "En İyi Film"inde Kadir Has Üniversitesi İmzası".

01 Üniversite Hakkında 02 Eğitim 03 Araştırma 04 Öğrenciler 05 Aday Öğrenciler 06 Üniversitede Yaşam

Arama Yap EN

KHAS Veri Bilimi Ekibi, Kaggle'da Dünya Beşincisi Oldu

Kadir Has Üniversitesi Siber Güvenlik ve Kritik Altyapı Koruma UAM'da veri bilimi çalışan ekibimiz, dünyanın en büyük veri bilimi yarışma...

Devamını Gör

Üniversiteden Haberler

17 NİS

Tümünü Görüntüle →

17 NİSAN 2017

İstanbul Film Festivali'nin "En İyi Film"inde Kadir Has Üniversitesi İmzası

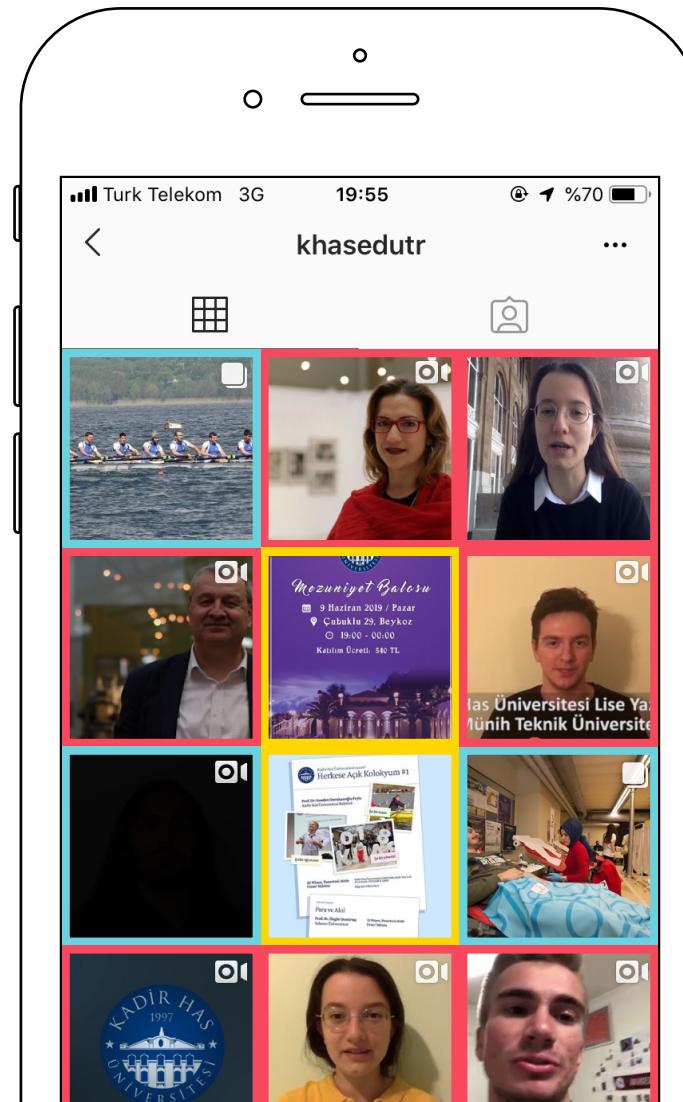
Sosyal Medya

Sosyal Medya Yönetimi

Kadir Has Üniversitesinin sosyal medyasını konumlandırma süreci boyunca ve her bir gönderide birkaç anahtar soruya odaklanmalıyız.

- İçerik hedef kitleye hitap ediyor mu?
- Gönderi dili içerik türüne uygun mu?
- Eğer gönderi ile "call-to-action" bekleniyorsa, bu aksiyon açıkça belirtilmiş mi?

Üniversiteye daveti, odak noktası olarak alacağımız sosyal medya çalışmalarında Alpha kuşağı ile etkileşim kurabilecek deneyim ve hikayelere yer vermeliyiz.

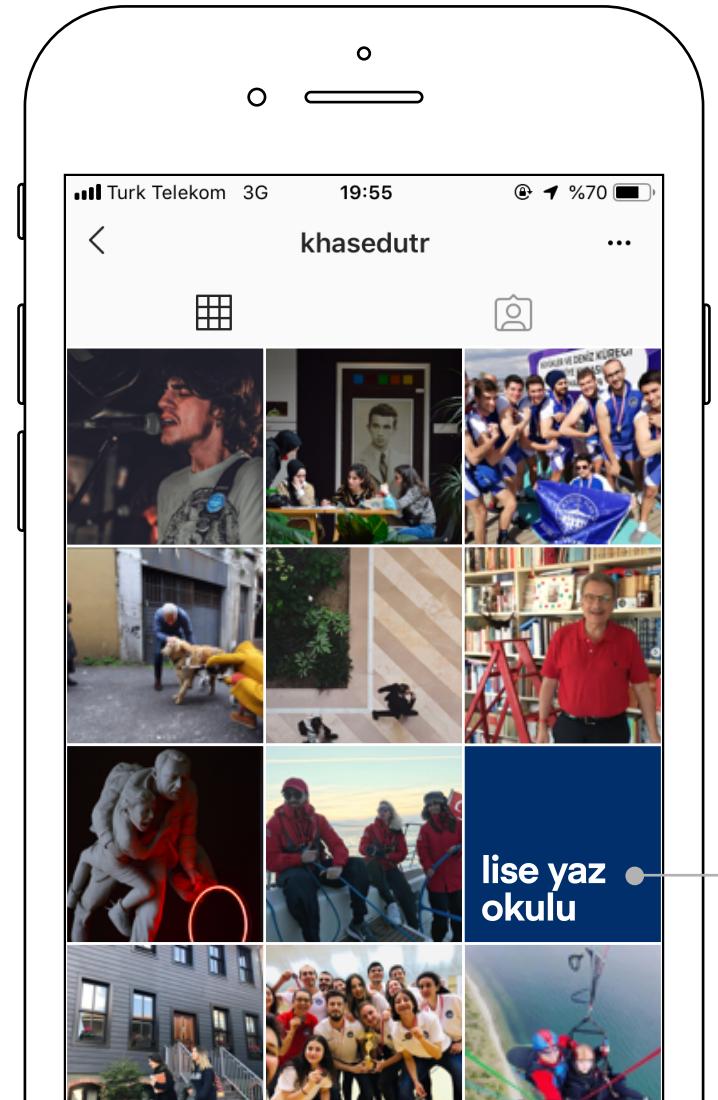


Etkinliklere yönelik gönderiler Feed'de değil Story alanında veya etkinlik için oluşturulmuş ayrı bir Instagram profilinde paylaşılmalı.

Thumbnail seçimine özen gösterilmeli. Daha ilgi çekici ve renkli fotoğraflar kullanılmalı.

Etkinlikler için hazırlanmış afiş görselleri Feed'de paylaşılmamalı.

Kadir Has Üniversitesinin sosyal medyadaki hedefi; üniversitenin insanları, kampüsü, hayatı ve eğitimi nasıl birlikte sağladığını göstermek olmalıdır. Bu amaç doğrultusunda paylaşılacak fotoğraflarda odağı kolaylaştıracak açık alanlardaki negatif arkaplanlardan yararlanılmalı ve kompozisyonu basit tutarak kişi-hareket ilişkisi sağlanmalıdır.



Etkinlik, özel gün, kutlama, duyuru içerikli postlar Feed'de paylaşılmamalı. İstisnai durumlar için ise bu kompozisyon kullanılmalı.

lise yaz
okulu

okul tatil

çok
önemli
bi'şey

Bu postlar dışında Feed'de broşür, afiş, etkinlik bildirimi gibi tasarımsal görseller kullanılmamalı.

*Öğrenci çalışmalar bu kurala uymak zorunda değildir.