





**Tink**

Teknoloji ve  
İnsan Kolejleri

# Tink Okulları Kurumsal Kimlik Ön Çalışması

# 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. Kadir Has Üniversitesi, 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

Teknoloji ve İnsan Kolejinin ana rengi hali hazırda global arenada bilinen ve güven odaklı çağrışımalar yaratan #FF8500 rengidir.

Ayrıca rahatlıkla uygulanabilen ve ayırt edici bir doku katan krem rengi, ikinci renk olarak çalışmaları önde plana çıkartmak ve uyumlu kompozisyonlar yaratmak için kullanılabilir.

Turuncu ve kremin ana renk olarak kullanımı; tüm marka iletişimlerinde ulaşılabilirlik, güven ve deneyim çağrışımlarının uyandırılmasını sağlar.

Ana Renk  
**TURUNCU**

CMYK 0 58 94 0  
RGB 255 133 0

#FF8500

Arkaplan  
**KOYU KAHVE**

CMYK 65 59 58 67

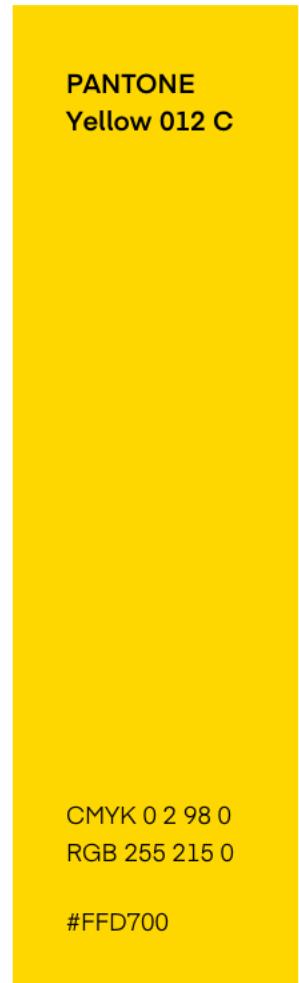
RGB 55 53 49

#373531

**KREM**

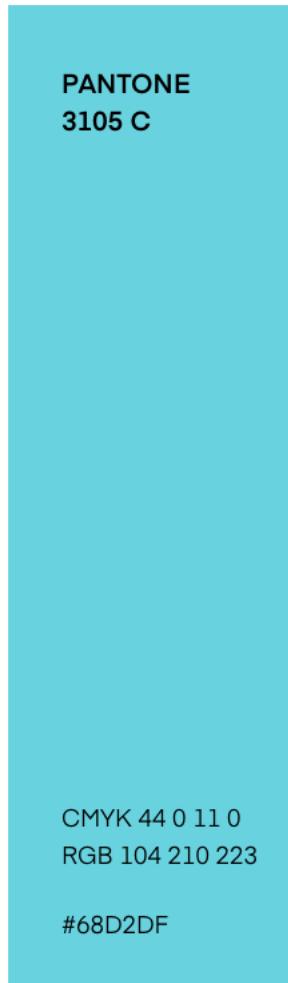
CMYK 7, 8, 9 ,0  
RGB 242, 239, 233

#F2EFE9



PANTONE  
Yellow 012 C

CMYK 0 2 98 0  
RGB 255 215 0  
`#FFD700`



PANTONE  
3105 C

CMYK 44 0 11 0  
RGB 104 210 223  
`#68D2DF`



PANTONE  
1785 C

CMYK 0 76 54 0  
RGB 248 72 94  
`#F8485E`



PANTONE  
360 C

CMYK 63 0 84 0  
RGB 108 194 74

## İkincil Renkler

Teknoloji ve İnsan Kolejinin 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 Teknoloji ve İnsan Kolejinin sitesini, afişlerini ve sosyal medya görsellerini incelediğimizde her bir çalışmada farklı yazı tiplerinin kullanıldığını görüyoruz.

Marka deneyimini ayırt edilebilir kılmak ve Teknoloji ve İnsan Kolejini sadece yazı tipinin kullanımı ile bile çağrıştırabilmek için tüm kurumsal kimlik çalışmalarında birincil yazı tipi olarak Ubuntu isimli yazı tipi kullanılmalıdır.

# Aa

# Ubuntu Font Family

Regular

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

1234567890

# Aa

## Droid Serif

Regular

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

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 Droid Serif, 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**

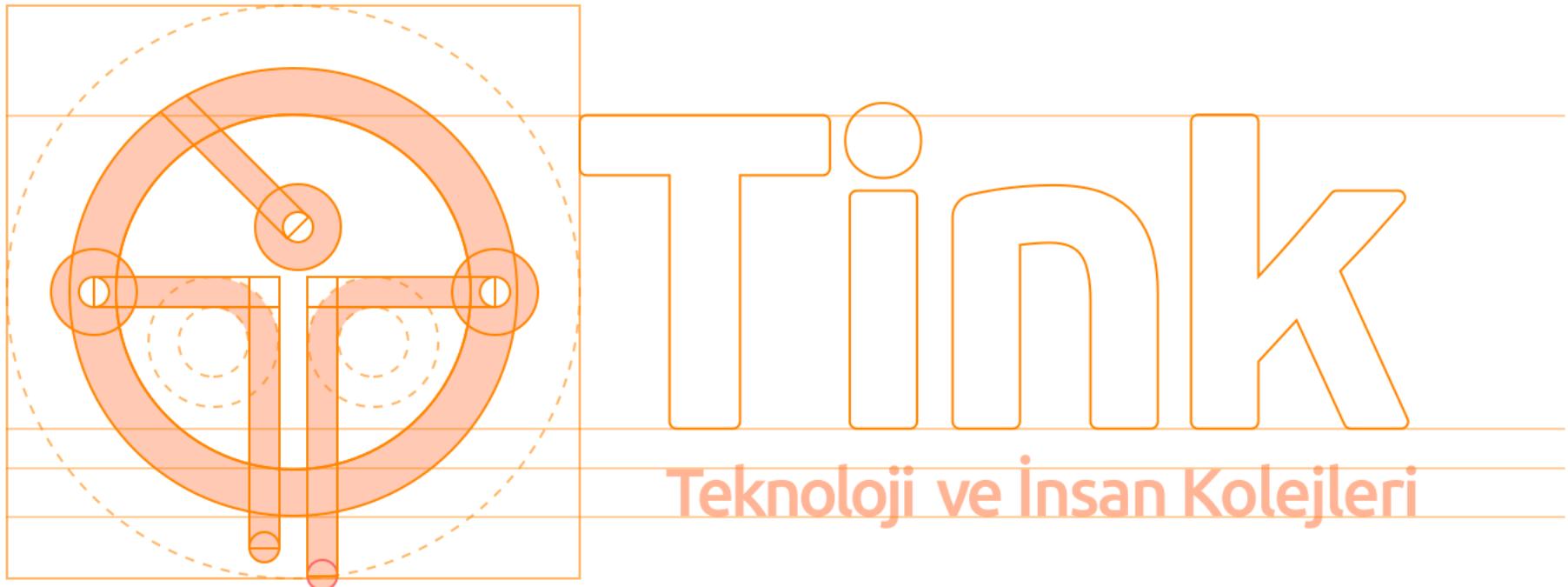
---

## Logo

Logo, bir marka için kullanıcı deneyiminin en kritik noktalarından biridir. Teknoloji ve İnsan Kolejinin ikonikleşmiş logosu, çeşitli kullanım ve uygulama kuralları belirtilerek kullanılmaya devam edilmelidir.

Kullanım deneyimine zarar vermemesi açısından Teknoloji ve İnsan Koleji logosu minimum 94 pixel, 0.97 inch ve 2.48 santimetre genişliğinde kullanılabilir. Daha küçük kullanımlarda marka deneyimi ve aktarım istenen mesaj sektöre ugrayabilir.





Teknoloji ve İnsan Kolejleri logosunun  
kullanılacağı herhangi bir etkinlik, departman,  
işbirliği çalışmasında logo ile yazı veya  
Teknoloji ve İnsan Kolejleri logosu ile partner  
marka logosu arasında logo genişliğinin 1,35  
katına tekabül eden bir boşluk olması  
gerekmektedir.



Logotype ile tasarılan departman logolarında Teknoloji ve İnsan Koleji logo genişliğinin %17'si kadar bir boşluk iki taraftan da bırakılmalı, bu boşluklar kullanım ölçüsüne göre beyaz bir sınır ile ayırmalıdır.



Paralel kullanımlarda Ubuntu yazı tipi ile yazılan fakülte ismi logotype'ın %125 katı olmalıdır ve fakülte isminin maksimum iki satır olacak şekilde yazılmasına özen gösterilmelidir.

## Reklam ve Tanıtım Görselleri

Teknoloji ve İnsan Koleji hali hazırda kullandığı farklı tarzdaki kompozisyonlarının yerine basit tasarımlarla güçlü mesajlar verebilecek uygulamalara ihtiyacı var. Bu noktada verilmek istenen mesajı bir cümlenin 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 uygulamaların daha efektif kılacaktır.



**Kayıtların  
başlamasına  
az kaldı!**



Teknoloji ve  
İnsan Kolejleri



1.1 Kurumsal Kimlik





# Arayüz

## Arayüz Tasarımı

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

Teknoloji ve İnsan Kolejinin website arayüzüni yenilerken dönüşüm oranlarını maksimize etmek amacıyla öncelikle website ziyaretçilerinin davranışörüntüleri, bekłentileri ve onları engelleyen kısıtları belirlememiz gerekiyor.

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



The screenshot shows the homepage of the Tink website. At the top, there is a dark header bar with three small white dots on the left, followed by contact information: 0850 214 7102, [iletisim@tinkturkiye.com](mailto:iletisim@tinkturkiye.com), and EN. Below the header is a navigation menu with the Tink logo (a stylized orange 'T' with a yellow bird icon) and the text "Teknoloji ve İnsan Kolejleri". The menu items include Ana Sayfa, Neden Tink?, Tink Eğitim Ekosistemi, Tink'te Yaşam, Haberler, Tink Menu, Tink Clubs, and İletişim. The main content area features a large, semi-transparent image of several people, including children and adults, working together at a table with various materials like paper and glue. Overlaid on this image is a large, bold white text that reads "Kayıt kabul ve bursluluk sınavımız devam ediyor". Below this main message, a smaller text states: "Kadir Has Üniversitesi Siber Güvenlik ve Kritik Altyapı Koruma UAM'da veri bilimi çalışan ekibimiz, dünyanın en büyük veri bilimi yarışma...". At the bottom left, there is a button with the text "Devamını Gör >". At the very bottom of the page, there are two small links: "Hakkımızda" on the left and a partially visible link on the right.

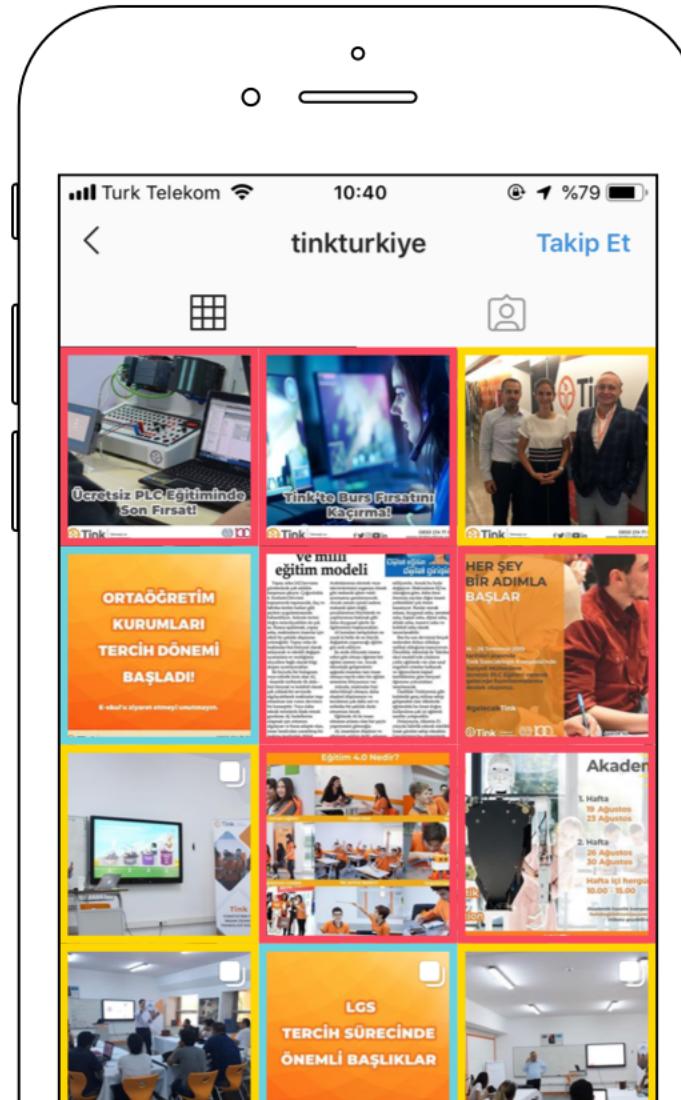
# Sosyal Medya

## Sosyal Medya Yönetimi

Teknoloji ve İnsan Kolejinin 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?

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

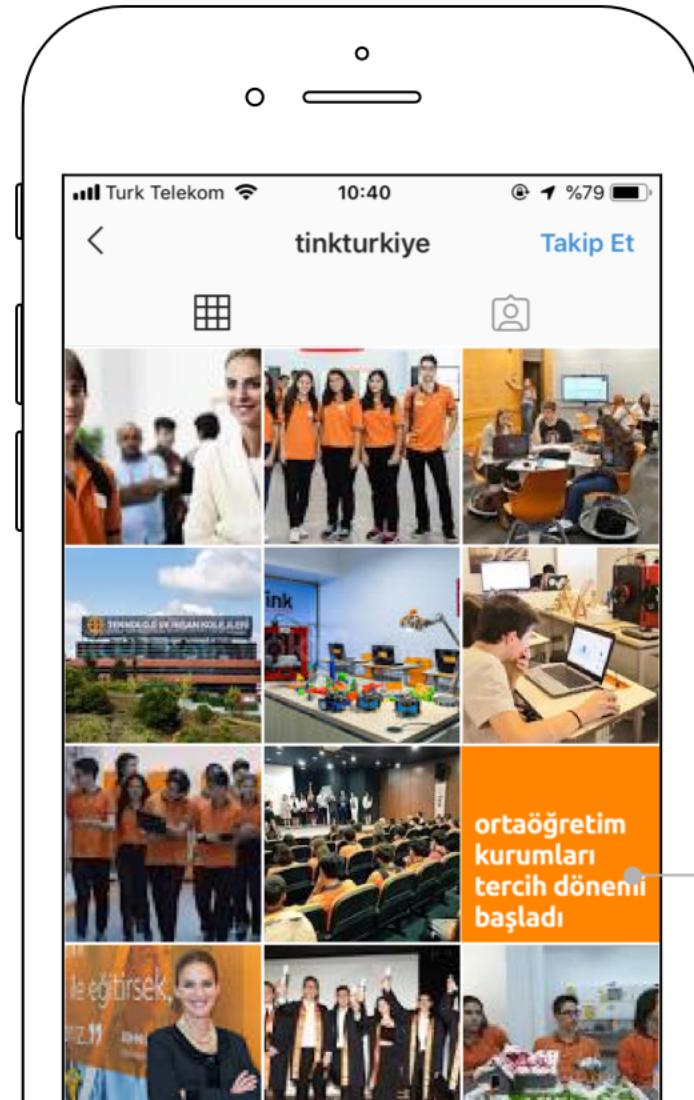


Gönderiler için belli bir tasarım olması sosyal medya için mantıklı görünse de sayfaya yeni gelen ziyaretçiler için oldukça karmaşık bir görünüm sebebi oluyor.

Bu tarz gönderiler sadece fotoğrafların arasında yerleştirildiği zaman amacına ulaşabilir. Ancak şu an sayfadaki karmaşıklığı arttırıyor.

Sayfada paylaşılan gönderiler insan odaklı olmalı.

Teknoloji ve İnsan Kolejinin sosyal medyadaki hedefi; okulun değer katan insanları, kampüsü, hayatı ve eğitimi nasıl birlikte sağladığını göstermek olmalıdır. Bu amaç doğrultusunda paylaşılacak fotoğraflarda odağı kolaylaşdıracak 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.

ortaöğretim  
kurumları  
tercih dönemi  
başladı

bursluluk  
sınavları

çook öne  
bir duyur

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

\*Öğrenci çalışmaları bu kurala uymak zorunda değildir.