



**Şekil:** Şekil tutarlılığının görsel görünümü bazı markaları da tanımlar. Örneğin, bir alkolsüz içeceğin benzersiz kare şekilli şişesi veya bir oyun sisteminin denetleyici doğrusal şekilleri, markayı hemen tanımlayabilir.

**Grafikler:** Farklı desenler aynı zamanda belirli bir marka etrafında bir bellek yapısı oluşturmaya yardımcı olabilir ve bu da tanımlamayı anlık hale getirir.

**Dil:** Spesifik kelime seçimi veya "diksiyon", markayla bağlantılı olarak kullanılan kelime dağarcığıdır ve markanın tonunu ve tutumunu şekillendirmeye yardımcı olur. Tüketicilerle iletişim kurmak için kullanılan dilin türü, markanın çektiği tüketici türünü belirleyecektir ve marka kişiliği ile ilişkilendirilmelidir.

**Ses:** Bir markanın sesi veya benzersiz bir nota, ton veya ses grubu, marka bilinirliğini artırmaya yardımcı olur. Çoğu zaman, müzikal bir jingle marka adını canlandırarak daha güçlü bir marka kimliğine yol açar. Özellikle çıtır çıtır bir paket fişin veya bir cep telefonunun tanınabilir zil sesinin "kırıksık, çatırtı, çatırdaması", etkili marka kimliği için gereken bütünsel deneyim ve somut bağlantılara yardımcı olur.

**Tat:** Bir markanın sunduğu lezzet veya lezzet kombinasyonları önemli bir rol oynar. Örneğin, bir restoran belirli bir yemekte gizli bir sos sunarken, belirli bir meşrubat markası kendine has 27 lezzet sunabilir.

## **MARKA KİMLİĞİ NASIL OLUŞTURULUR**

Şirketin ve ürünün değerleri ve özellikleri ile tutarlı bir marka kimliği oluşturmak, başarı için gerekli bir adımdır. Her ayrıntının dikkate alınması ve merkezi bir anlama doğru uyumlu bir şekilde çalışması gereken çok boyutlu bir adımdır. Etkili bir marka kimliği oluşturmak için şunları yapmalısınız:

Araştırma yapın.

İş hedeflerini belirleyin.

Müşterileri tanımlayın.

Kişiliği ve mesajı belirleyin.

Marka tasarımına başlayın.

### **1. ARAŞTIRMA YAPIN**

Pazarı analiz ederek ve güçlü yönleri, fırsatları ve zayıf yönleri belirleyerek başlayın. Şirket olarak kim olduğunuzu ve fark noktanızı anlayın. Sizi diğer markalardan benzersiz kılan unsurları kesin olarak belirleyin.

### **2. İŞ HEDEFLERİNİ BELİRLEYİN**

Markanızın yeteneklerine ve markanızın arkasındaki nedene dayalı olarak misyon beyanınızı oluşturun. Hangi unsurların sizi farklı kıldığını ve ürünlerinize veya hizmetlerinize neden ihtiyaç duyulduğunu belirtin.

### **3. MÜŞTERİLERİ TANIMLAYIN**

Bir tüketici grubunu belirlemek için anketler, odak grupları ve görüşmeler yapın. Müşteri ihtiyaç ve beklentilerini anlamak, müşteri sadakatini en iyi şekilde oluşturmak için marka kimliğini şekillendirmeye yardımcı olacaktır.

#### **4. KİŞİLİĞİ VE MESAJI BELİRLEYİN**

Markanın sesi, markalaşma süreci boyunca tutarlı kalması gereken ve marka kimliğinde metodik seçimler yoluyla iletilmesi gereken bir kimliktir. Markanın adından renk seçimlerine ve tipografisine kadar tüm unsurları, tutarlı ve tutarlı bir kimlik oluşturmak için hizalanmalıdır.

#### **5. MARKA TASARIMINA BAŞLAYIN**

Tasarım da dahil olmak üzere her ögenin markanın mesajına katkıda bulunması gerekir. Bu stilistik seçimler markanın temelini oluşturacak ve müşterilerin markanız hakkında nasıl görüldüğünü ve nasıl hissettiğini belirleyecektir. İnce bir yazı tipi bir rahatlama duygusu ileticek, Times New Roman ise gelenek ve istikrarı canlandıracak. Funda grisinin renk seçimi dinginliği ifade edebilirken, daha güçlü ve daha canlı bir yeşil tonu güveni yansıtacaktır. Müşterilerinizi tanımak ve iyi tanımlanmış bir vizyona sahip olmak, marka kimliği oluşturma kararlarınızın birçoğunda belirleyici faktörler olacaktır.