 **KOMPROF®**



www.komprof.com

Hoş Geldiniz

Welcome

أهلاً وسهلاً بكم

Completely Professional

احترافية كاملة

Komple Profesyonel

The World's Electronics Center

مركز الإلكترونيات العالمي

Dünyanın Elektronik Merkezi



C:0 M:38 Y:81 K:0



C:91 M:79 Y:62 K:97







KOMPROF®



Brand Name

KOMPROF®

Color Codes

◆ C:0 M:38 Y:81 K:0
◆ C:91 M:79 Y:62 K:97

Logo



Brand Slogan

Completely Professional

Brand Overview





İsim Soyisim
Genel Müdür



www.komprof.com



+90 530 662 44 08



info@agratin.com



Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad.
Menç Sk. Unal İş Merkezi NO:11 D:4
BAĞÇELİEVLER / İSTANBUL



www.komprof.com

KOMPROF®



www.komprof.com

Sirinevler Mah. Mahmutbey Cad.
Meriç Sk. Unal İş Merkezi NO:13 D:4
BAHÇELİEVLER / İSTANBUL

+90 530 662 44 08

info@komprof.com

#komprof



KOMPROF®

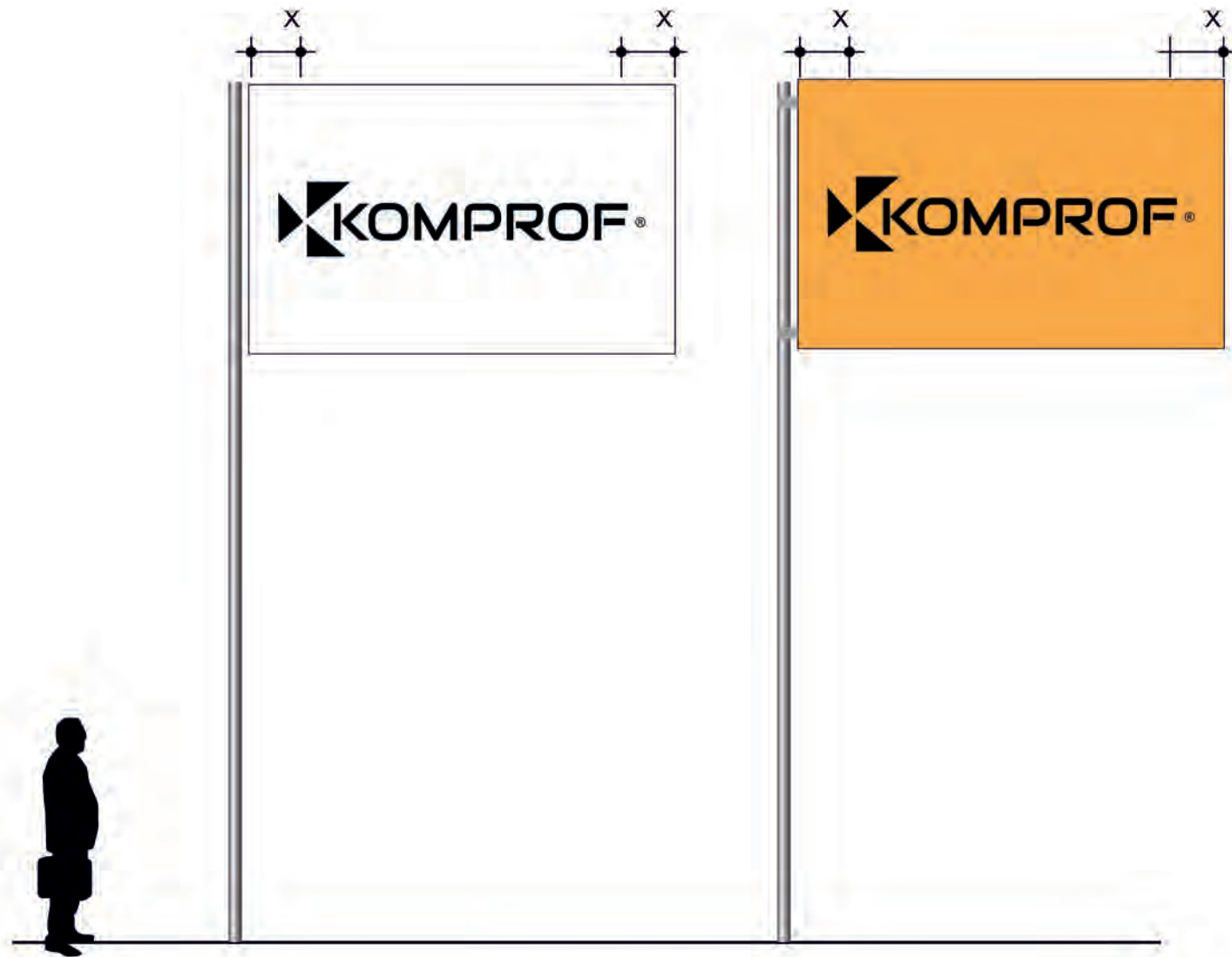


www.komprof.com









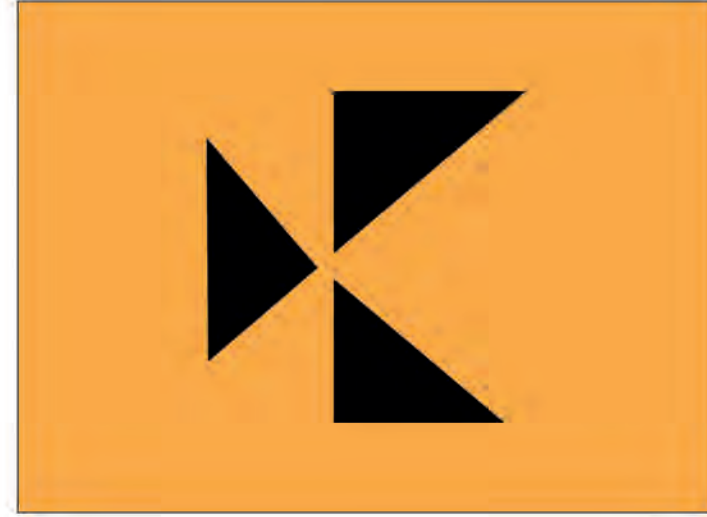
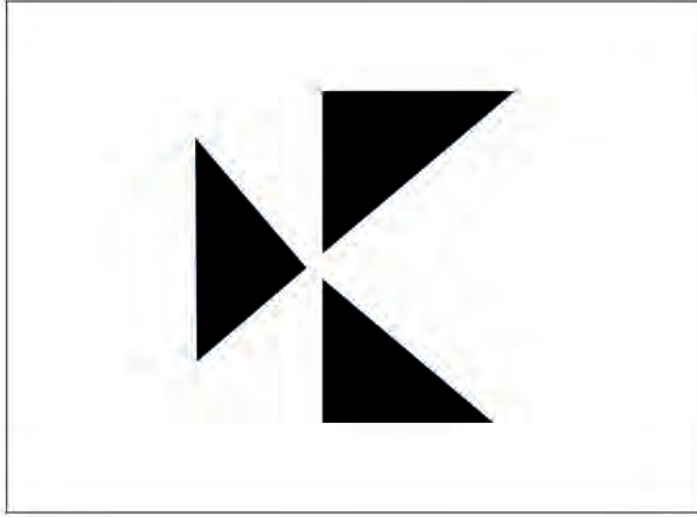


T-shirt Tasarımı

T-shirt Design

تصميم القميص







15 cm

15 cm



1. Completely Professional
2. The World's Electronics Center
3. Professional Solutions, Complete Quality
4. Your Home's Electronics Hub
5. Quality Products for Your Needs
6. Happiness and Innovation Together
7. Electronics for Better Days
8. Delivering Quality and Trust
9. The Source of Your Electronics Needs
10. Quality Products for Home Appliances
11. Always Reliable, Always Quality Service
12. Complete Electronics, Always Affordable

1. احترافية كاملة
2. مركز الإلكترونيات العالمي
3. حلول احترافية، جودة متكاملة
4. مركز الإلكترونيات في منزلك
5. منتجات عالية الجودة تلبي احتياجاتكم
6. السعادة والابتكار معا
7. منتجات إلكترونية لأيام أجمل
8. نقدّم الجودة والثقة
9. المكان الذي يلبي احتياجاتكم الإلكترونية
10. منتجات عالية الجودة للأدوات والأجهزة المنزلية
11. خدمة موثوقة وذات جودة عالية دائما
12. إلكترونيات متكاملة، بأسعار اقتصادية دائما

1. Komple Profesyonel
2. Dünyanın Elektronik Merkezi
3. Komple Elektronik Daima Ekonomik
4. Profesyonel Çözümler Komple Kalite
5. Evinizin Elektronik Merkezi
6. İhtiyaçlarınıza Uygun Kaliteli Ürünler
7. Mutluluk ve Yenilik Bir Arada
8. Elektronik Ürünler Kaliteli Günler
9. Kalite ve Güven Sunar
10. Elektronik İhtiyaçlarınızın Üretim Yeri
11. Ev araç ve gereçleri İçin Kaliteli Ürünler
12. Her Zaman Güvenilir ve Kaliteli Hizmet







 **KOMPROF®**





 **KOMPROF®**



A low-angle, upward-looking shot of a modern building's corner. The building features a dark grey, cantilevered upper section and a lower section with a grid of large, dark-tinted glass windows. The sky is bright blue with scattered white clouds. The entire image is framed by a thick orange border.

 **KOMPROF®**









KOMPROF®



 **KOMPROF®**



KOMPROF®

The image shows the entrance to a KOMPROF store. The storefront is set into a light-colored stone wall. Above the glass entrance is a dark, rectangular sign with the KOMPROF logo and name in silver, three-dimensional lettering. The interior of the store is visible through the glass, showing a warm, orange-toned ceiling with recessed lighting.

 **KOMPROF®**

OTOYK
H888

OTOYK
H888

The logo features a stylized 'K' icon on the left, composed of two mirrored triangles meeting at a central point. To the right of the icon, the word 'KOMPROF' is written in a bold, metallic, sans-serif typeface. Each letter has a three-dimensional appearance with highlights and shadows. A small registered trademark symbol (®) is positioned at the end of the word.

KOMPROF®



KOMPROF®

The image shows a close-up of a metallic surface, likely a laptop lid, with a brushed metal texture. The KOMPROF logo is embossed in the center. The logo consists of a stylized 'K' made of three triangles pointing towards each other, followed by the word 'KOMPROF' in a bold, sans-serif font. A small registered trademark symbol (®) is located at the end of the word. The lighting creates highlights and shadows on the metallic surface, emphasizing the texture and the embossed logo.













 **KOMPROF®**

A photograph of a modern glass skyscraper with a grid of windows. The building is set against a blue sky with white clouds. The KOMPROF logo is mounted on the glass facade. The logo consists of a stylized 'K' icon followed by the word 'KOMPROF' in a bold, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) at the end. The entire image is framed by a thick orange border.

KOMPROF®





KOMETRON®

The image features a 3D metallic logo for 'KOMETRON®'. The logo is composed of a stylized symbol on the left, which consists of four triangles meeting at a central point, and the word 'KOMETRON' in a bold, sans-serif font. A registered trademark symbol (®) is positioned at the end of the word. The entire logo is rendered with a highly reflective, chrome-like finish, showing bright highlights and shadows. It is set against a background of soft, out-of-focus light blue and white, with a bright, circular light source in the upper right corner creating a lens flare effect. The entire image is framed by a solid orange border.



KOMPROF®



 KOMPROF®







The logo consists of a stylized 'K' formed by three black triangles pointing towards each other.

KOMPROF®









KOMPROF



www.komprof.com

KOMPROF



www.komprof.com

KOMPROF



www.komprof.com







KOMPROF®

Professional Solutions, Complete Quality

حلول احترافية، جودة متكاملة

www.komprof.com

Shop Now



Your Home's Electronics Hub
مركز الإلكترونيات في منزلك



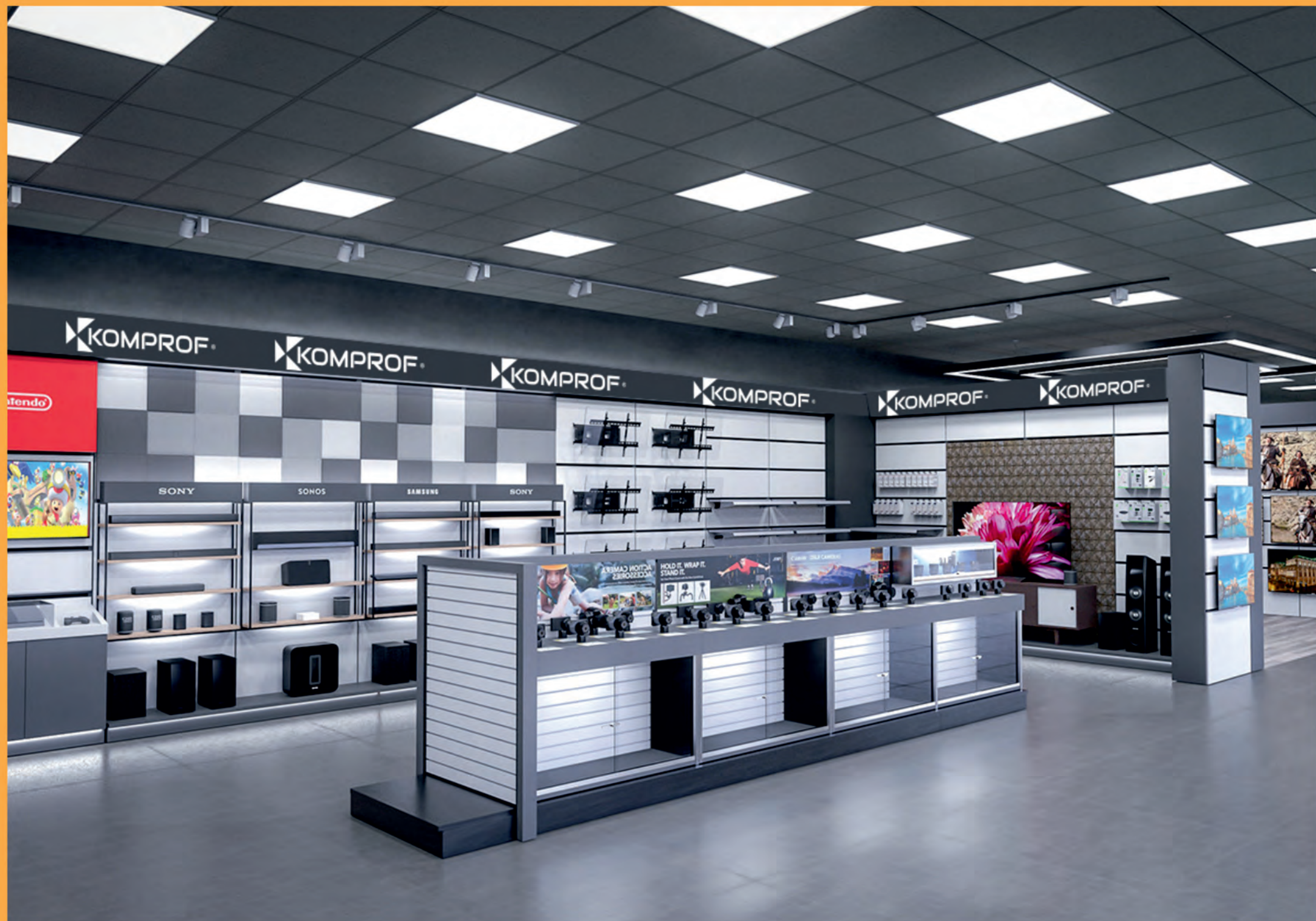
www.komprof.com

KOMPROF

Quality Products for Your Needs

www.komprof.com









Happiness and Innovation Together

KOMPROF

www.komprof.com



www.komprof.com

Electronics for Better Days

منتجات إلكترونية لأيام أجمل



KOMPROF®
www.komprof.com

Delivering Quality and Trust



The Source of Your Electronics Needs





KOMPROF®
www.komprof.com

Your Home's Electronics Hub
مركز الإلكترونيات في منزلك



 **KOMPROF®**

The World's Electronics Center



www.komprof.com



KOMPROF®
www.komprof.com

Complete Electronics, Always Affordable





Professional Solutions, Complete Quality



www.komprof.com

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.

2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.

3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.

4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



Branding:

A name is a word or phrase that distinguishes an organization from others. For a successful corporate identity, a company name must convey positive values. A company with this name increases the value of its products and services. When designing our company name, we ensured that it was familiar, reminiscent of the business we operate in, and unique. We ensured that our brand name would carry a positive connotation on both the global and national levels and establish a unified image. Thus, we identified the functional aspect of our business in our brand name. The name we chose would express the characteristic of the product or organization, or the need it fulfills. Linking the name " **KOMPROF**" to the brand name, logo, and logo concept with the electrical and electronics industry adds value to our concept.

Brand Name Design Steps:

- * During the naming phase, we first gathered information such as the organization's field of activity, the goods and services to be produced, the organization's objectives, and the target audience.

- * Our naming unit prepared a comprehensive list of names. A preliminary selection was then made from these selected names.

- * Names deemed inappropriate for this list were excluded. Official channels were used to investigate any linguistic, phonetic, or legal issues related to the brand name and to determine whether it had been used previously.

- * The use of the name was then examined for any legal obstacles.

- * The name's pronunciation, memorability, and suggestive meaning were considered. The search was conducted with particular attention to whether the name sounded attractive, was free of inappropriate connotations, and had different meanings used in other languages.

- * "**KOMPROF**" was selected as a suitable brand name following a confidential survey conducted in accordance with the above criteria.

- * A domain name search was conducted to determine the brand name on the Internet, and the brand name was found to be suitable in all respects.

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.
2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.
3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.
4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



Why choose KOMPROF?

At Markalize, we take specific criteria into account when designing a brand name. First, we gathered detailed information about the company to facilitate the planning process. This information included the company's field of activity, the functions of the products and services to be produced, the company's objectives, and its target audience. Markalize then meticulously executed the brand name design stages. The final name, "KOMPROF," was chosen and designed to reflect the company's field of activity. The brand was designed keeping in mind our company's field of activity, the functions of the products and services, and the impact and impression it would leave on the target audience.

"KOMPROF" is an authentic brand name, embedded in its sector because it is a functional name and because it embodies and highlights its essential qualities. As a superbrand name, it has a general character. As a company operating in the electrical and electronics sector, we chose the name KOMPROF for its easy recognition and association with others, with the goal of creating the impression that it is a strong brand name in this field. The brand name we chose for our company, KOMPROF, evokes the name of the electrical and electronics sector. The brand name we created is easy to understand by the target audience and reflects our field of activity, giving it positive values. The KOMPROF brand name is easy to pronounce and pronounce. The brand name, in line with the logo, conveys a completely professional connotation. We wanted to emphasize that we produce professional products and services.

Its easy-to-pronounce and easy-to-brand nature will also make it easy to brand. One of the most important aspects is that it is a generic brand name, not limited to a single product. It is designed to be suitable for use as a leading brand in the electrical and electronics sector.

Phonology: KOMPROF is a strong, rich, structured, effective, and engaging brand name; high-quality, easy-to-understand, authentic, natural, and communicative in its purpose; and an empathetic, sincere, and easy-to-pronounce brand name that evokes the emotions of the electrical and electronics sector.

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.
2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.
3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.
4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



KOMPROF Corporate Identity Colors:

Colors have multiple effects on human perception. Our subconscious reactions to colors are often innate. However, some colors are culturally programmed or learned. Colors are a fundamental component of visual perception. Color, defined as a reflection of objects, triggers a mental and emotional reaction. We experience the ramifications of this reaction in every aspect of our daily lives: at home, in the office, while eating, while shopping—in short, in every moment of our daily lives.

When choosing corporate colors, it's important to avoid extremism and choose colors that convey a positive image. Target audiences typically see and absorb colors before they receive the messages conveyed by the company. Corporate colors have a lasting impact on this audience, and these colors are immortalized in the memory of organizations. We took great care in selecting colors during our design, choosing colors that best express our company, our business, and our goals.

KOMPROF in Black: Black is the color of clarity, strength, and quality. Black symbolizes strength, nobility, dignity, and ambition. Black reminds us of the following: it expresses confidence and determination. It is also the color of seriousness, formality, and authority. For these reasons, we use black in our logo to express our strong brand identity and our relentless and continuous efforts to ensure the satisfaction of our target audience with the services provided by the KOMPROF brand. By using black in the KOMPROF logo, we emphasize the strength of our brand and its leadership in its field.

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.
2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.
3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.
4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



KOMPROF Logo, Style, and Font:

Logos, images that represent a company's name, identity, or vision, are the company's external face. They form an integral and integral part of the brand and are a visual element of the brand's culture. Therefore, it is important to design a logo that aligns with the company's identity.

Our primary goal in designing our logo was to raise awareness of KOMPROF among our target audience and create a design that would familiarize them with our business. To distinguish ourselves in our choice of fonts, we designed a unique logo, style, and handwriting style that exclusively showcases our brand. Each letter of the "KOMPROF" logo is spaced and arranged in a specific order.

The KOMPROF brand font is entirely hand-drawn and unique. No other font compares to it, with its spaced letters and proportions. This uniquely designed logo highlights our new and distinct brand identity.

Our logo was carefully designed, using appropriate colors to create a strong brand image in the textile sector. To keep the design simple, we focused on the brand name and emphasized it, ensuring it harmonized with the company's name, logo, and industry. We wanted the logo to resemble the letter K, the first letter of the brand name.

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.
2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.
3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.
4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



Logo Concept:

Logos are an important tool for a brand to communicate with its target audience. What should brand logos be like?

L. Whittier, author of *Creative Advertising*, explains in his book what a logo should be like: "It should convey the value of the product or service, help the target audience understand the brand's message, be consistently highlighted in advertising, and be a memorable structure." Marketing and advertising literature on brand logos aligns closely with Whittier.

In other words, a brand logo should be clear and understandable. The brand's target audience and stakeholders shouldn't have to think long and hard to extract meaning from the logo. The brand's promise to the consumer should be present on a rational or emotional level. Because, as is often emphasized, the ideal strategy is built on a single promise. A logo clearly communicates that promise. Slogan comprehension and memorability are also important criteria. By seeking global attention through our brand's reference logo, we give our brand a global culture.

Corporate Identity and Branding Efforts Creating a Creative Communication Concept

1. A communication concept and idea were developed to be used in promoting KOMPROF.
2. The concept was developed by presenting KOMPROF's features and taking into account the target audience's expectations.
3. The creative concept, slogans, and related phrases were identified and, through their use with other materials, translated into a reinforcing advertising language.
4. The developed concept and texts will be applied to all communication and promotional materials.



“Complete Professional”

We primarily wanted the "Complete Professional" slogan to align with our brand name, and we used it harmoniously. We created a brand image that is consistently professional and offers the best products at the best prices

Other Campaign Slogans and Company Promises

The other slogans differ from the brand's logo, but they represent a promise to the brand's consumers in the campaign and the perception of the target audience. They are as follows:

1. Completely Professional
2. The World's Electronics Center
3. Professional Solutions, Complete Quality
4. Your Home's Electronics Hub
5. Quality Products for Your Needs
6. Happiness and Innovation Together
7. Electronics for Better Days
8. Delivering Quality and Trust
9. The Source of Your Electronics Needs
10. Quality Products for Home Appliances
11. Always Reliable, Always Quality Service
12. Complete Electronics, Always Affordable

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوِّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعززة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



الترويج للعلامة التجارية:

الاسم كلمة أو عبارة تُميّز المؤسسة عن غيرها. ولنجاح هوية الشركة، يجب أن يحمل اسم الشركة قيمًا إيجابية. فالشركة التي تحمل هذا الاسم تزيد من قيمة منتجاتها وخدماتها. عند تصميم اسم الشركة، حرصنا على أن يكون مألوفًا، ويذكر بالعمل الذي نتعامل معه، وأن يكون فريدًا. حرصنا على أن يحمل اسم علامتنا التجارية دلالة إيجابية على المستويين العالمي والوطني، وأن يُرسخ صورةً موحدة. وهكذا، حددنا الجانب الوظيفي لأعمالنا في اسم علامتنا التجارية. سيعبّر الاسم الذي اخترناه عن سمة المنتج أو المؤسسة أو الحاجة التي يُلبّيها. إن ربط اسم العلامة التجارية والشعار ومفهوم شعار " KOMPROF " بمجال الكهرباء والإلكترونيات يُضيف قيمةً لمفهومنا.

خطوات تصميم اسم العلامة التجارية:

* خلال مرحلة التسمية، جمعنا أولاً معلوماتٍ مثل مجال نشاط المؤسسة، والسلع والخدمات التي سيتم إنتاجها، وأهداف المؤسسة، والجمهور المستهدف.

* أعدت وحدة التسمية لدينا قائمة شاملة بالأسماء. ثم أُجري اختيار أولي من بين هذه الأسماء المختارة. * استُبعدت الأسماء التي اعتُبرت غير مناسبة لهذه القائمة. واستُخدمت القنوات الرسمية للتحقق من أي مشاكل لغوية أو صوتية أو قانونية تتعلق باسم العلامة التجارية، وللتأكد من استخدامه سابقًا.

* ثم فُحص استخدام الاسم بحثًا عن أي عوائق قانونية.

* رُئي سهولة نطق الاسم، وسهولة تذكره، ومعانيه الموحية. أُجري البحث للتأكد من أن الاسم يبدو لطيفًا، وخاليًا من أي دلالات غير لائقة، ولا يختلف في معانيه المستخدمة في لغات أخرى.

* تم اختيار " KOMPROF " كاسم علامة تجارية مناسب بعد استطلاع رأي سري أُجري مع مراعاة الشروط المذكورة أعلاه.

* أُجري بحث في أسماء النطاقات لتحديد اسم العلامة التجارية للإنترنت والإنترنت، وتبين أن اسم العلامة التجارية مناسب من جميع النواحي.

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعزّزة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



لماذا اختيار KOMPROF ؟

في Markalize، نراعي معايير محددة عند تصميم اسم العلامة التجارية. في البداية، جمعنا معلومات دقيقة عن المؤسسة المراد تسميتها لتسهيل عملية التخطيط. شملت هذه المعلومات مجال نشاط المؤسسة، وتحديد وظائف السلع والخدمات المراد إنتاجها، وأهداف المؤسسة، وجمهورها المستهدف. ثم نفذت Markalize مراحل تصميم الاسم التجاري بدقة متناهية. تم اختيار الاسم النهائي "KOMPROF"، وصُمم ليعكس مجال نشاط المؤسسة. صُممت العلامة التجارية مع مراعاة مجال نشاط مؤسستنا، ووظائف المنتجات والخدمات، والتأثير والانطباع الذي ستتركه على الجمهور المستهدف.

"KOMPROF" اسم علامة تجارية أصيل، مُدمج في قطاعه، لأنه اسم وظيفي، ولأنه يُجسد ويُبرز صفاته الأساسية. ولأنه اسم علامة تجارية فائقة، فإنه يتمتع بطابع عام. بصفتنا شركة تعمل في قطاع الكهرباء والإلكترونيات، اخترنا اسم KOMPROF لسهولة التعرف عليه وارتباطه بالآخرين، بهدف خلق انطباع بأنه اسم علامة تجارية قوية في هذا المجال. اسم العلامة التجارية الذي اخترناه لشركتنا، KOMPROF، يستحضر اسم قطاع الكهرباء والإلكترونيات. اسم العلامة التجارية الذي ابتكرناه يسهل فهمه من قبل الجمهور المستهدف ويعكس مجال نشاطنا، مما يضيف عليه قيمة إيجابية. اسم العلامة التجارية KOMPROF سهل النطق والنطق. اسم العلامة التجارية، المتوافق مع الشعار، ينقل دلالة احترافية تمامًا. أردنا التأكيد على أننا ننتج أعمالاً ومنتجات احترافية.

طبيعته سهلة النطق وسهلة الانتشار ستجعله أيضًا سهلاً للعلامة التجارية. أحد أهم الجوانب هو أنه اسم علامة تجارية عام، وليس مقتصرًا على منتج واحد. تم تصميمه ليكون مناسبًا للاستخدام كعلامة تجارية رائدة في قطاع الكهرباء والإلكترونيات.

علم الأصوات: KOMPROF اسم علامة تجارية قوي، غني، منظم، فعال، وجذاب في موضوعه؛ عالية الجودة، وسهلة الفهم، وأصيلة، وطبيعية، وتواصلية في هدفها؛ واسم علامة تجارية متعاطف، صادق، وسهل النطق يستحضر قطاع الكهرباء والإلكترونيات في عاطفته.

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوِّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعززة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



دعم ألوان هوية شركة KOMPROF:

للألوان تأثيرات متعددة على الإدراك البشري. غالبًا ما تكون ردود أفعالنا اللاواعية تجاه الألوان فطرية. ومع ذلك، فإن بعض الألوان مُبرمجة ثقافيًا أو مُكتسبة. تُعد الألوان عنصرًا أساسيًا في الإدراك البصري. فاللون، الذي يُعرّف بأنه انعكاس للأشياء، يؤدي إلى تفاعل فكري وعاطفي. نختبر تداعيات هذا التفاعل في كل جانب من جوانب حياتنا يوميًا: في المنزل، في المكتب، أثناء تناول الطعام، أثناء التسوق - باختصار، في كل لحظة من لحظات حياتنا اليومية.

عند اختيار ألوان الشركة، يجب تجنب التطرف واختيار الألوان التي تُضفي صورة إيجابية. عادةً ما يرى الجمهور المستهدف الألوان ويستوعبها قبل أن يتلقوا الرسائل التي تنقلها الشركة. تُحدث ألوان الشركة تأثيرًا دائمًا على هذا الجمهور، وتُخلّد هذه الألوان في ذاكرة المؤسسات. لقد حرصنا بشدة على اختيار الألوان أثناء تصميمنا، واخترنا الألوان التي تُعبّر عن شركتنا وأعمالنا وأهدافنا على أفضل وجه.

KOMPROF باللون الأسود: الأسود هو لون الوضوح والقوة والجودة. يرمز اللون الأسود إلى القوة والنبيل والكرامة والطموح. يُذكرنا الأسود بما يلي: فهو يُعبّر عن الثقة والعزيمة. كما أنه لون الجدية والرسمية والسلطة. لهذه الأسباب، نستخدم اللون الأسود في شعارنا للتعبير عن هويتنا التجارية القوية وجهودنا الحثيثة والمتواصلة لضمان رضا الجمهور المستهدف عن الخدمات التي تُقدّمها علامة "كومبروف". باستخدام اللون الأسود في علامة "KOMPROF"، نُؤكد على قوة علامتنا التجارية وريادتها في مجالها.

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوِّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعززة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



مفهوم شعار KOMPROF، ونمطها، والخط:

تُعتبر الشعارات، وهي صور تُمثل اسم الشركة أو هويتها أو رؤيتها، الواجهة الخارجية للشركة. تُشكل الشعارات جزءاً مُكماً ومتكاملاً من العلامة التجارية، كما أنها عنصر بصري في ثقافة العلامة التجارية. لذلك، من المهم تصميم شعار يتماشى مع هوية الشركة.

كان هدفنا الأساسي من تصميم شعارنا هو زيادة الوعي بـ كومبروف لدى جمهورنا المستهدف، وإبداع تصميم يُعرّفهم بأعمالنا. لذلك، ولتميزنا باختيارنا للخطوط، صممنا شعاراً ونمطاً ونمطاً يدوياً فريداً يُبرز علامتنا التجارية حصرياً. كل حرف من أحرف شعار "KOMPROF" مُباعِد بين الحروف بمسافات مُحددة ومُرتب بترتيب مُحدد.

خط علامة KOMPROF التجارية مُرسوم يدوياً بالكامل وفريد من نوعه. لا يوجد خط آخر يُضاهيه، مُباعِد بين الحروف بمسافات ونسب مُحددة. يُبرز هذا الشعار المُصمم بشكل فريد هوية علامتنا التجارية الجديدة والمتميزة. صُمم شعارنا بعناية فائقة، واستخدمنا ألواناً مناسبة لخلق صورة قوية لعلامتنا التجارية في قطاع المنسوجات. وحرصاً على بساطة تصميم الشعار، ركزنا على اسم العلامة التجارية وأبرزناه، مع الحرص على تناغمه مع اسم الشركة وشعارها ومجال عملها. أردنا أن يشبه الشعار حرف **K**، وهو الحرف الأول من اسم العلامة التجارية.

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوِّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعززة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



مفهوم الشعار:

تُعد الشعارات أداة مهمة للعلامة التجارية للتواصل مع جمهورها المستهدف. كيف ينبغي أن تكون شعارات العلامة التجارية؟ يشرح ل. ويتير، مؤلف كتاب "الإعلان الإبداعي"، في كتابه كيف ينبغي أن يكون الشعار: "يجب أن ينقل قيمة المنتج أو الخدمة، وأن يساعد الجمهور المستهدف على إدراك رسالة العلامة التجارية، وأن يُبرزها باستمرار في الإعلانات، وأن يكون هيكلاً يسهل تذكره". تتوافق أدبيات التسويق والإعلان المتعلقة بشعارات العلامات التجارية بشكل وثيق مع ويتير.

بعبارة أخرى، يجب أن يكون شعار العلامة التجارية واضحاً ومفهوماً. لا ينبغي أن يضطر جمهور العلامة التجارية المستهدف وأصحاب المصلحة إلى التفكير طويلاً وعميقاً لاستخلاص المعنى من الشعار. يجب أن يكون وعد العلامة التجارية للمستهلك حاضراً على مستوى عقلي أو عاطفي. لأنه، كما يُشدد عليه كثيراً، تُبنى الاستراتيجية المثالية على وعد واحد. ينقل الشعار هذا الوعد بوضوح. كما يُعد فهم الشعار وتذكره معيارين مهمين. من خلال السعي إلى جذب الانتباه العالمي من خلال شعار علامتنا التجارية المرجعي، نمج علامتنا التجارية ثقافة عالمية.

جهود بناء الهوية المؤسسية والعلامة التجارية إنشاء مفهوم التواصل الإبداعي

1. طُوّر مفهوم وفكرة تواصل لاستخدامهما في الترويج لـ KOMPROF.
2. وُضِعَ المفهوم من خلال تقديم ميزات KOMPROF ومراعاة توقعات الجمهور المستهدف.
3. حُدِّدَ المفهوم الإبداعي والشعارات والشعارات ذات الصلة، ومن خلال استخدامها مع مواد أخرى، تُرجمت إلى لغة إعلانية مُعزّزة.
4. سيتم تطبيق المفهوم والنصوص المُطوّرة على جميع مواد التواصل والترويج.



“احترافية تامة”

أردنا في المقام الأول أن يتوافق شعار "احترافية تامة" مع اسم علامتنا التجارية، واستخدمناه بتناغم. لقد ابتكرنا صورةً لعلامتنا التجارية تتميز بالاحترافية الدائمة، وتقدم أفضل المنتجات بأفضل الأسعار.

شعارات حملات وتعهدات ثقافة الشركات الأخرى

شعار العلامة التجارية هو شعار الحملة، والشعارات التي يتم تسويقها في السوق، حيث يتم اختيار شعارات أخرى مثل هذه؛

1. احترافية تامة
2. مركز الإلكترونيات العالمي
3. إلكترونيات تامة، بأسعار معقولة دائماً
4. حلول احترافية، جودة كاملة
5. مركز إلكترونيات منزلك
6. منتجات عالية الجودة تناسب احتياجاتك
7. السعادة والابتكار معاً
8. منتجات إلكترونية، أيام الجودة
9. تقديم الجودة والموثوقية
10. مركز إنتاج احتياجاتك الإلكترونية
11. منتجات عالية الجودة للأجهزة المنزلية
12. خدمة موثوقة وعالية الجودة دائماً

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATIVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROM tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROM'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



Marka İsmi Savunması:

İsim; kurumu diğerlerinden ayıran bir sözcük veya sözcük öbeğidir. Kurum kimliğinin başarılı olması için kurum isminin pozitif değerler taşıması gerekir. Böyle bir isme sahip olan kurumun ürettiği ürün ve hizmetinde değeri artar. Kurum ismini oluştururken kulağa yabancı gelmemesine, yapılan işi çağrıştırmasına aynı zamanda benzerinin olmamasına özen gösterdik. Oluşturduğumuz marka isminin global ve ulusal platformda pozitif bir anlam taşımasına ve algıda bütünlük oluşturmasını sağladık. Böylece marka ismimizde işimizin işlevsel yönünü tanımlamış olduk. Belirlediğimiz isim, ürün ya da kurumun herhangi bir özelliğini veya karşıladığı ihtiyacı ifade etmesi sağlanmış olacaktır. “**KOMPROM**”, marka ismi, sloganı ve logo konsepti Elektrik Elektronik alanını çağrıştırması konseptimiz için artı değer oluşturmaktadır.

Marka İsmi Oluşturma Aşamaları:

- * İsimlendirme aşamasında öncelikle kurumun faaliyet alanı, üretilecek mal ve hizmetler kurumun amaçları ve hedef kitle gibi bilgiler toplandı.
- * İsimlendirme konusunda çalışan birimimiz oldukça geniş bir isim listesi hazırladı. Daha sonra belirlenen bu isimler arasından bir ön eleme yapıldı.
- * Bu listede kesinlikle olamayacağı düşünülen isimler elendi. Marka ismi ile ilgili filolojik, fonetik, resmi yönden sorun olup olmadığı ve bu ismin daha önce kullanılıp kullanılmadığı resmi kanallar yoluyla araştırıldı.
- * Daha sonra bu ismin kullanılmasında herhangi bir yasal engelin olup olmadığına bakıldı.
- * Bulunan ismin telaffuzunun kolay olması, akılda kalıcılık derecesi, çağrıştırdığı anlamlar ele alındı. İsmi kulağa hoş gelmesine, uygunsuz herhangi bir anlam taşımasına, başka dillerde farklı kullanım anlamlarının olmamasına dikkat edilerek araştırma gerçekleştirildi.
- * “**KOMPROM**” yukarıdaki koşullar dikkate alınarak yapılan gizli bir anket sonucu uygun marka adı olarak seçildi.
- * Marka isminin internet ve intranet (iç ağ) alanında markalaşabilmesi için domain alan adlarının araştırılması yapıldı ve marka isminin her yönden müsait olduğu görüldü.

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATIVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROF tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROF'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



Neden KOMPROF

Markalize olarak marka ismi oluştururken dikkate aldığımız birtakım kriterlerimiz vardır. Öncelikle ilk aşamada, isimlendirme planlaması yapılabilmesi için isim bulunacak kurumla ilgili gerçek bilgiler toplanmıştır. Gerçek bilgiler; kurumun faaliyet alanı, üretilecek mal ve hizmetlerin işlevselliğinin belirlenmesi, kurumun amaçları ve hedef kitlesi gibi bilgilerdir. Daha sonra marka ismi oluşturma aşamaları Markalize tarafından titizlikle uygulanmıştır. Belirlenen marka ismi “**KOMPROF**” olarak karar verilmiş olup, marka ismimizin kurumun faaliyet alanını çağrıştırması düşünülerek ortaya çıkarılmıştır. Kurumumuzun faaliyet alanı, ürün hizmet işlevselliği dikkate alınarak markanın hedef kitlede yaratacağı etki ve algılama göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.

“**KOMPROF**” hem işlevsel bir marka ismi olması nedeniyle hem de öz niteliklerini doğrudan kodlaması ve çağrıştırması nedeniyle sektörüyle bütünleşmiş orijinal bir marka ismidir. Üst marka ismi olması nedeniyle genel bir özellik barındırmaktadır. Elektrik Elektronik alanında hizmet veren bir firma olduğu için algılanması ve çağrışımı kolay olması adına **KOMPROF** ismini tercih ettik ve bu alanda güçlü bir marka ismi olduğu algısını oluşturmayı hedefledik.

Firmamıza düşünmüş olduğumuz marka isim **KOMPROF** Elektrik Elektronik alanı marka ismini çağrıştırmaktadır. Oluşturmuş olduğumuz marka isim hedef kitlenin kolay bir şekilde algılaması ve faaliyet alanını yansıtmaması marka ismine pozitif değerler yüklemektedir. **KOMPROF** marka ismi anlam ve okunuş bakımından oldukça kolaydır. Marka ismi de slogan ile uyumlu olarak sağlanmış komple profesyonel anlamını taşımaktadır. Profesyonel bir şekilde çalışmalar ve ürünler ürettiğini vurgulamak istedik.

Telaffuzu kolay ve yayılmaya uygun olması nedeniyle markalaşması da kolay olacaktır. En önemli noktalarından birisi de genel bir marka ismi olması ve tek bir ürünle sınırlı olmamasıdır. Elektrik Elektronik sektöründe üst marka olarak kullanılmaya müsait olacak şekilde düşünülmüştür.

Agrofonoloji: **KOMPROF** Öznede; güçlü, zengin, organizasyonel, etkili, dikkat çekici; Nesnede, kaliteli, anlaşılır, özgün, doğal, iletişimi kuvvetli, Duyguda ise sempatik, samimi, telaffuzu kolay ve Elektrik Elektronik sektörünü çağrıştıran anlaşılır bir marka ismidir.

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATIVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROM tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROM'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



KOMPROM Kurumsal Kimlik Rengi Savunması:

Renklerin insan algısı üzerinde birtakım etkileri bulunmaktadır. Çoğu zaman renklere karşı bilinçaltı tepkilerimiz doğustandır. Buna rağmen bazı renkler kültürel olarak bize kodlanmış veya öğretilmiştir. Renkler; görerek algılamanın önemli bir unsurudur. Objelerden yansıma olarak tanımlanan renk, düşünsel ve duygusal etkileşime yol açar. Bu etkileşimin yaşamın her alanındaki yansımalarını her gün bizzat yaşayarak hissetmekteyiz. Evde, ofiste, yemek yerken, alışveriş yaparken, kısacası günlük hayatın her saniyesinde...

Kurum renklerinin belirlenmesinde aşırılıklardan kaçınılması ve olumlu imaj oluşturacak renklerin seçilmesi gerekmektedir. Hedef kitle içerisinde yer alan insanlar kurumun verdiği mesajları almadan önce genellikle renkleri görür ve algırlar. Kurum renkleri bu kitlede kalıcı bir etki yapar ve kurumlar o renklerle hatırlanırlar. Tasarımımızı yaparken renk seçimine büyük özen gösterdik, firmamızı, yaptığımız işi ve amaçlarımızı en iyi ifade edebilecek olan renkleri seçtik.

KOMPROM Siyahı: Siyah renk netliğin, gücün ve kalitenin rengidir. Gücü, soyluluğu, ağır başlılığı, hırsı ifade eder. Siyah renk insanlara; özgüveni yüksek ve kararlı bir renk hissi vermektedir. Aynı zamanda da siyah renk ciddiyetin, resmiyetin ve otoritenin rengidir. Tüm bu sebeplerden dolayı logomuzda siyah rengi kullanarak güçlü bir marka olduğumuzu, "KOMPROM" marka çatısı altında sunulan hizmetler için hedef kitle memnuniyeti sağlamak adına azimle ve sürekli çalıştığımızı siyah renk ile anlatmaktayız. "KOMPROM" markasında siyah renk kullanarak markanın alanında gücünü ve liderliğini vurguladık.

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATIVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROM tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROM'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



KOMPROM Logo, Logotype ve Kaynak Kodları (source) Savunması:

İsim, profil veya vizyonların temsil edildiği resimler olan logolar, kurumların dışarıya açılan yüzü olarak ifade edilebilirler. Logolar markanın tamamlayıcı ve bütünleyici bir parçasını oluşturur. Markalaşma kültürünün de görsel bir parçasıdır. Bu nedenle logo tasarımında kurum kimliğine uygun bir tasarım yapmak önemlidir.

Logomuzun tasarımında öncelikli amacımız " **KOMPROM** "in hedef kitlede farkındalık yaratması, yaptığımız işle ilgili hedef kitemizi bilgilendirebilecek bir tasarım yapmaktır. Bu nedenle yazı karakteri seçiminde farklı olmak için tamamı el çizimi özel tasarlanmış sadece markamıza ait figürler, logo, logo-type tasarladık. " **KOMPROM** " marka logosunu oluşturan her bir harf belli aralıklarla, belli bir düzen içerisinde yerleştirilmiştir.

KOMPROM markasındaki yazı karakteri tamamen el çizimi olup özgün bir çalışmadır. Benzeri başka bir yazı karakteri yoktur. Belli aralıklarla ve orantıyla sıralanmıştır. Logo type özgün şekilde tasarlanarak yeni ve özgün bir marka olduğuna dikkat çekilmiştir.

Logomuz Tekstil alanlarında güçlü bir marka imajını oluşturmak için özenle tasarlanmış ve uygun renkler kullanılmıştır. Sade bir logo çalışması düşünülerek marka ismine odaklanıp ön plana çıkartmayı düşündük böylece marka ismi logo ve faaliyet alanının birbiri ile uyumlu olmasını sağlamış olduk. Logo marka isminin baş harfi olan K harfine benzetmek istedik.

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATİVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROM tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROM'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



Slogan Savunması:

Sloganlar markanın hedef kitleleriyle iletişimde önemli bir araçtır. Marka sloganları nasıl olmalı?

Creative Advertising-Yaratıcı Reklamcılık kitabının yazarı L. Whittier, kitabında bir sloganın nasıl olması gerektiğine yönelik şöyle diyor: "Ürün ya da servisin değerini belirtmeli. Marka mesajının hedef kitle tarafından algılanmasına yardımcı olmalı. Reklâmlarda sürekli vurgulanmalı ve halkın hatırlamaktan keyif alacağı bir yapıda olmalı." Marka sloganına yönelik pazarlama ve reklâm literatüründe söylenenler de Whittier'inkilerle hemen hemen aynı doğrultuda.

Yani bir markanın sloganı net ve anlaşılır olmalı. Markanın hedef kitlesi ve sosyal paydaşları sloganın içinden anlam çıkarmak için uzun uzun düşünmemeli. Markanın tüketiciye olan vaadi ise rasyonel ya da duygusal düzeyde mutlaka yer almalı. Çünkü hep vurgulandığı gibi, ideal strateji tek bir vaat üzerine kurgulanır. Slogan da o vaadi net olarak anlatır. Sloganı anlamak ve hatırlamak da önemli parametrelerdendir. Marka referans sloganımızla global algılama biçimini yakalamayı hedefleyerek markamıza evrensel bir kültür kazandırıyor.

KURUMSAL KİMLİK ÇALIŞMALARI VE MARKA OLUŞTURMA ÇALIŞMALARI CREATIVE İLETİŞİM KONSEPTİ OLUŞTURMA

- 1.KOMPROM tanıtımında kullanılmak üzere bir iletişim konsepti ve fikri geliştirilmiştir.
- 2.Konsept; KOMPROM'un özellikleri tanıtılıp hedef kitlenin beklentileri de göz önünde bulundurularak oluşturulmuştur.
- 3.Yaratıcı konsept, konuyla ilgili logo ve sloganlar belirlenmiş ve diğer malzemelerle kullanılarak bu konsept güçlendirici bir şekilde reklam diline çevrilmiştir.
- 4.Hazırlanan konsept ve metinler tüm iletişim ve tanıtım malzemelerine uygulanacaktır.



“Komple Profesyonel”

“Komple profesyonel” sloganı öncelikle marka ismi ile bağdaştırmak istedik ve marka ismi ile sloganı uyumlu bir şekilde kullandık. İşlerini daima profesyonelce yapan en iyi ürünleri en iyi fiyata sunan bir marka görünümünü oluşturmuş olduk.

Diğer Kurumsal Kültür Kampanya ve Vaat Sloganları

Marka sloganından farklı, kampanya ve hedef kitle algılamasında markanın tüketicisi için vaat niteliği taşıyan diğer sloganlar ise şu şekildedir;

1. **Komple Profesyonel**
2. Dünyanın Elektronik Merkezi
3. Komple Elektronik Daima Ekonomik
4. Profesyonel Çözümler Komple Kalite
5. Evinizin Elektronik Merkezi
6. İhtiyaçlarınıza Uygun Kaliteli Ürünler
7. Mutluluk ve Yenilik Bir Arada
8. Elektronik Ürünler Kaliteli Günler
9. Kalite ve Güven Sunar
10. Elektronik İhtiyaçlarınızın Üretim Yeri
11. Ev araç ve gereçleri İçin Kaliteli Ürünler
12. Her Zaman Güvenilir ve Kaliteli Hizmet

#komprof



KOMPROF®



www.komprof.com



Şirinevler Mah. Mahmutbey Cad.
Meriç Sk. Ünal İş Merkezi NO:13 D:4
BAHÇELİEVLER / İSTANBUL



+90 530 662 44 08



info@komprof.com