

BRAND ECOSYSTEM

CASE STUDY

Bir kurum. Farklı ihtiyaçlar.
Farklı yaratıcı cevaplar.



Tek marka değil, bir marka ekosistemi.

YTÜ çatısı altında üniversite anlatısı, teknopark dili, girişimcilik ürünleri, Web 3.0 topluluğu ve öğrenci programları aynı tonda konuşamazdı.



Same roof.
Different needs.

Kimlięi kopyalamak yerine, her yapının zeminini kurmak.

Arşivdeki işler aynı kurumsal gövdeden çıkan ama farklı hedef kitlelere göre ayrıışan yaratıcı sistemler olarak okunuyor.



ANA KURUM

YTÜ çatısı



HEDEF KİTLE / İHTİYAÇ

Alt marka rolü



MARKA KARAKTERİ

Ses, tempo, tavır



İLETİŞİM STRATEJİSİ

Kanal ve anlatı



GÖRSEL SİSTEM

Uygulama dili

YTÜ Startup House

Girişimcilik, co-working, üyelik, pazar verisi ve program anlatılarını tek bir yön duygusunda topluyor.

BRAND + COMMUNICATION SYSTEM

Görsel karakter

Mavi yön işareti, koyu teknoloji atmosferi, lokasyon/ürün/program modülleri ve sunum sistemi.



STARVERSE / CAMPUS 3.0

Web 3.0 başlığını sadece teknoloji listesi olarak değil, etaplanan bir iletişim dünyası olarak kuran karanlık, kozmik ve dijital bir sistem.

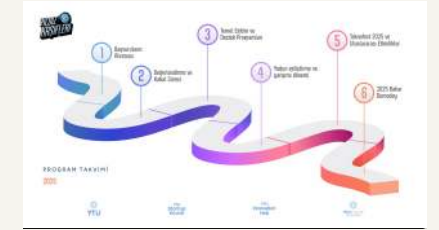


Communication strategy + roadmap + visual universe

Yıldız Kaşifleri

Öğrenci ve girişimcilik odağını daha genç, daha çağrılı ve kampanya hissi güçlü bir programa çeviren ayrı bir dünya.

Program anlatısında destek paketleri, başvuru akışı ve takvim birlikte çalışıyor.



Kurumsal omurga da aynı ekosistemin parçası.

YTÜ ana anlatısı daha sakin, bilgisel ve güven veren bir sunum sistemiyle taşınırken; Innovation Hub tarafında aynı ekosistem fiziksel etkinlik alanına ölçekleniyor.



Presentation design / event visual / ecosystem lockup

Aynı çatı. Farklı yaratıcı cevaplar.

Yan yana gelince değer tasarım çokluğunda değil, karakter ayrışmasında görünüyor.



UNIVERSITY

STARTUP

WEB 3.0

PROGRAM

EVENT

PROOF POINTS

Ölçek ve kanıt noktaları.

Tüm sayılar kamuya açık kaynaklardan ve YTÜ'nün kendi materyallerinden. Tahmin yok.

41.000+ öğrenci · 140.000+ mezun

Ekosistemin konuştuğu kitle.

YTÜ kurumsal verileri

Türkiye'de bir ilk

Bir üniversite dersi ilk kez metaverse'te işlendi: Starverse. Hürriyet, Sabah ve DHA dahil ulusal basında yer aldı.

Ekim 2022 · YTÜ resmî duyurusu

2 yıl · 40 milyon TL

Yıldız Kaşifleri destek programının marka ve iletişim sistemi.

Programın açıklanan bütçesi

6 alt marka · tek ekosistem dili

Kurumsal katman, Startup House, Starverse, Yıldız Kaşifleri, Innovation Hub, YTÜ Community Club.

2023-2025

OUR ROLE

İlk'in sahibi YTÜ. 2023'ten itibaren Campus 3.0 döneminin iletişim stratejisini, yol haritasını ve görsel evrenini ABOA kurdu.

Film üretiminin ötesinde: marka sistemi kurma refleksi.

Kaynak dosyaların gösterdiği yetkinlik alanları:

BRAND STRATEGY

COMMUNICATION STRATEGY

VISUAL IDENTITY SYSTEMS

CAMPAIGN CONCEPTS

PRESENTATION DESIGN

KEY VISUAL / ART DIRECTION

SOCIAL / DIGITAL SYSTEMS

BRAND ARCHITECTURE THINKING



Final takeout

**Kimlik tasarlamakla kalmayıp, farklı ihtiyaçlar için
yaşayabilen marka dünyaları kurmak.**

Detail index: Startup House / Starverse Campus 3.0 / Yıldız Kaşifleri / YTÜ Institutional / Innovation Hub