

creamarkt.

MARKA KİMLİĞİ REHBERİ

by H. Görkem Tuğ

Mart 2026

# Bölümler

01 Logo

---

02A Logo Kullanım Kuralları — Koruma Alanı

---

02B Logo Kullanım Kuralları — Minimum Boyut ve Do/Don't

---

03 Renk Paleti

---

04A Tipografi — Font ve Ölçek

---

04B Tipografi — Metin Örnekleri ve Ağırlıklar

---

05 Favicon & App Icon

---

06A Tagline & Marka Sesi — Temel Çerçeve

---

06B Tagline & Marka Sesi — Ses Kartları

---

## Logo

Creamarkt logosu özel olarak çizilmiş bir logotype'tır. Logo, "creamarkt" yazısından oluşur. "crea" bölümü marka mavisiyle (#2563EB), "markt" bölümü zemine göre koyu veya açık renkle yazılır. Mavi nokta logonun ayrılmaz parçasıdır. Dört varyant bulunur: koyu zemin (light), açık zemin (dark), tek renk koyu (dark-blue) ve beyaz.

**creamarkt.**

BİRİNCİL – KOYU ZEMİN

**creamarkt.**

İKİNCİL – AÇIK ZEMİN

**creamarkt.**

TEK RENK – KOYU

**creamarkt.**

BEYAZ – RENKLİ ZEMİN

# Logo Kullanım Kuralları – Koruma Alanı

Marka tutarlılığını korumak için logonun çevresinde yeterli boş alan bırakılmalı ve aşağıdaki kurallara uyulmalıdır.

## Minimum Koruma Alanı (Clear Space)

Logonun etrafında, logodaki nokta işaretinin çapı kadar (1x) minimum boşluk bırakılmalıdır. Bu alan içine hiçbir grafik eleman, metin veya kenarlık yerleştirilmemelidir.



# Logo Kullanım Kuralları – Minimum Boyut ve Do/Don't

Logo, dijitalde en az 80px ve baskıda en az 25mm genişlikte kullanılmalıdır. Bu eşiklerin altında okunurluk ve marka etkisi kaybolur.

## Minimum Boyut

Logo, dijital ortamda en az 80px genişliğinde, baskıda en az 25mm genişliğinde kullanılmalıdır. Bu boyutların altında okunurluk kaybolur.

### ✓ YAPILMASI GEREKENLER

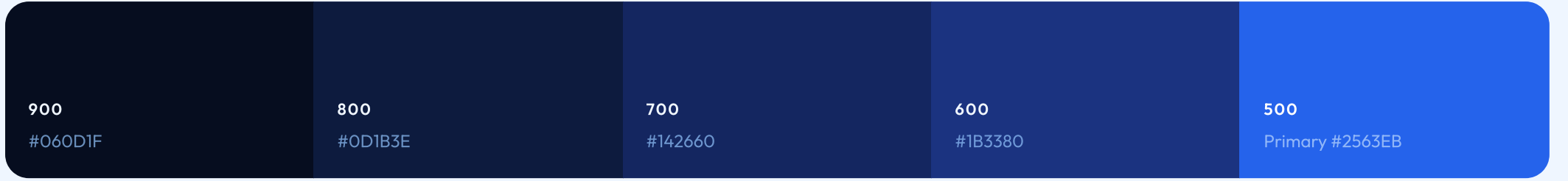
- Logoyu yalnızca onaylı renk varyantlarında kullanın
- Koyu zeminlerde light (açık) versiyonu tercih edin
- Açık zeminlerde dark (koyu) versiyonu tercih edin
- Tek renkli baskılarda monochrome blue kullanın
- SVG formatını mümkün olduğunca tercih edin
- Logonun minimum koruma alanına her zaman uyun

### ✗ YAPILMAMASI GEREKENLER

- Logoyu eğmeyin, döndürmeyin veya perspektif uygulamayın
- Renkleri değiştirmeyin, onaysız renkler kullanmayın
- Logonun en/boy oranını değiştirmeyin
- Noktayı logodan ayırmayın veya farklı konumlandırmayın
- Karmaşık veya fotoğraflı zeminlere yerleştirmeyin

# Renk Paleti

Creamarkt renk sistemi koyu Midnight tabanı ile Electric Blue vurgusundan oluşur. 9 kademeli palet, tüm kullanım senaryolarını kapsar.



## 900 — Arka Plan

Ana sayfa, dashboard ve UI'nin birincil arka plan rengi. Header ve footer'lar.



## 500 — Primary / CTA

Butonlar, linkler, aktif durumlar, logodaki nokta işareti, odak rengi.

## 100 — Metin / Açık Zemin

Koyu zemin üzerindeki ana metin rengi. Açık arka plan olarak da kullanılır.

# Tipografi – Font ve Ölçek

Creamarkt tek bir font ailesi kullanır: Outfit. Geometrik yapısı ve geniş ağırlık yelpazesi, başlıklardan body text'e kadar tüm ihtiyaçları karşılar.

# Outfit

PRIMARY TYPEFACE

Google Fonts – Variable Weight 100–900

DISPLAY

# E-ticaret Operasyonunuzu

Bold 700 / 40px

H1

## Pazaryeri Entegrasyonu

Bold 700 / 32px

H2

### Stok Senkronizasyonu

SemiBold 600 / 24px

H3

### Sipariş Yönetimi

SemiBold 600 / 20px

# Tipografi – Metin Örnekleri ve Ağırlıklar

Body, small ve caption örnekleri okunurluk referansı sağlar. Ağırlık skalası, ürün yüzeylerinde görsel hiyerarşiyi tutarlı tutar.

BODY

Tüm satış kanallarınızı tek panelden yönetin.

Regular 400 / 16px

SMALL

Anlık stok ve fiyat senkronizasyonu ile verimliliğinizi artırın.

Regular 400 / 14px

CAPTION

MARKETPLACE INTEGRATION

Medium 500 / 12px

## Ağırlıklar

Aa

Light 300

Aa

Regular 400

Aa

Medium 500

Aa

SemiBold 600

Aa

Bold 700

Aa

ExtraBold 800

## Favicon & App Icon

Favicon, logonun kısaltılmış "cm." (crea + markt + nokta) işaretinden oluşur. "c" harfi marka mavisıyla, "m" ve nokta zemine göre renk alır. Otomatik light/dark mode desteği sunar.

DARK MODE



Zemin #060D1F — C #2563EB — mn #EFF6FF

LIGHT MODE



Zemin #FFFFFF — C #060D1F — Nokta #2563EB

**Dosya formatları:** favicon.ico (16/32/48), favicon.svg (responsive light/dark), apple-touch-icon.png (180×180), web-app-manifest (192×192, 512×512)

**Varyantlar:** light (koyu zemin), dark (açık zemin), dark-blue (tek renk koyu), white (renkli zemin)

# Tagline & Marka Sesi – Temel Çerçeve

Creamarkt'in iletişim dili, güvenilir bir teknoloji ortağının net ve direkt konuşmasıdır. Abartısız, somut, sonuç odaklı.

BİRİNCİL TAGLINE

**E-ticaret Operasyonunuzu  
Otopilota Alın.**

## Marka Ses Tonu

Creamarkt'in sesi; teknik derinliğe sahip, güven veren, sade ve profesyonel bir uzmandır. Hedef kitle KOBİ ve orta ölçekli e-ticaret markalarıdır — iletişim dilinin teknik jargondan uzak ama yüzeysel olmayan bir noktada durması gerekir.

Samimi

Profesyonel ama erişilebilir

Kurumsal

# Tagline & Marka Sesi – Ses Kartları

Bu kartlar, Creamarkt dilinin sınırlarını netleştirir: kısa, ölçülebilir ve kullanıcı faydasına odaklı ifade biçimi.

## Net & Direkt

Gereksiz süsleme yok. "Stok senkronizasyonunuz anlık çalışır" – açık, somut, ölçülebilir ifadeler tercih edilir.

## Güven Veren

Abartılı vaatler yerine kanıtlanabilir sonuçlar. "99.9% uptime" gibi somut güven sinyalleri kullanılır.

## Çözüm Odaklı

Özellik listesi değil, faydaya odaklanılır. "3 kanalı tek panelden yönetin" gibi kullanıcı merkezli ifadeler.

## Otomasyon Hissi

"Otopilot", "kur ve unut", "arka planda çalışır" gibi ifadeler markanın temel vaadini taşır.

## X KAÇINILACAK İFADELER

"Devrim niteliğinde", "eşsiz", "benzersiz", "inanılmaz kolaylık", "hayalinizdeki çözüm" gibi abartılı pazarlama klişeleri kullanılmaz. Creamarkt teknik bir ürün; iletişimi de teknik ürünlere yakışır şekilde somut ve ölçülebilir olmalıdır.

**creamarkt.**

Creamarkt markasını her gün birlikte büyüten ekip arkadaşlarımıza teşekkür ederiz.

Bu rehber, aynı dili konuşan, aynı kaliteyi koruyan ve markayı her temas noktasında tutarlı biçimde temsil eden tüm çalışma arkadaşlarımız için hazırlandı.