



MARKA VE TASARIM

Türker GÖKSEL



AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ

MARKA VE TASARIM

Ülkelerin günümüzdeki zenginlikleri, yer altı veya yer üstü kaynaklarıyla değil, tamamen beyin güçleriyle ölçülüyor artık.

Bilgi toplumu ya da endüstri ötesi toplum diye adlandırılan dünya arenasında işimiz çok daha zor.



MARKA VE TASARIM

Çünkü bugün her zamankinden daha fazla yeni sonuçlar, yenilikler ve yeni çözümler üretmeye ihtiyaç var.

Başarı yolunda yaratıcılar ve farkı yaratanlar ilerliyor. İşimizi sadece kaliteli biçimde yapmak yetmiyor artık.

Başarılı olmak için işin içine estetik bir boyut katmak, tasarımın sihri ve cazibesini eklemek gerekiyor.



MARKA VE TASARIM

Tasarımın iki ayağından birini işverenler, yani üreticiler ve sanayiciler oluşturuyor diğeri ise tasarımcılar.

Kendisini, firmasını ve markasını geliştirmek isteyen her yöneticinin yüzleşeceği en kritik kararlardan biri “tasarım yönetimi”.



MARKA VE TASARIM

Ülkemizdeki sanayinin gelişimine baktığımızda, diğer ülkelere benzer şekilde veya pazarlamanın geçirdiği evrime paralel biçimde geliştiğini görüyoruz.

Başlangıçta ürün odaklı yaklaşımı benimseyen birinci kuşak sanayicilerimizi daha sonra Pazar odaklı yaklaşımı benimseyen ikinci kuşaklar izledi.



MARKA VE TASARIM

Bu ikinci kuşak, üretmenin ya da ürünün değil, pazarın ne istediğinin, ihtiyaçlar ve bu ihtiyaçlara ne derecede cevap verileceğinin önemini kavradı.

Üçüncü kuşak sanayicilerimiz ise markayı ve markanın gücünü öğrendi. İşte o zaman tasarımcılara ihtiyaç olduğu ortaya çıktı.



MARKA VE TASARIM

Ayakta kalabilmek için farklılaşma savaşı veren tüm firmaların markalaşma yolundaki en önemli destekçileri, ya da takım arkadaşları tasarımcılar oldu.

Yaşamış olduğumuz dünya her geçen gün farklılık gösteren bir dünyadır.



MARKA VE TASARIM

Eskinin atıldığı yeninin her geçen gün eski olduğu bir dünyada yaşıyoruz.

Markalar için tasarım kavramı bu süreçte her geçen gün önem kazanıyor.

Tasarım bir ürüne değer katıyor.

Ne olursa olsun tasarım markaları rakiplerine göre ön plana taşıyor.



MARKA VE TASARIM

Tasarımı yapmayanlar ise her geçen gün bitmeye ve tükenmeye mahkumlardır.

Şirketler tasarım yarışmaları yapmak zorunda.

Tasarımın bu önemini Coca-Cola firması uzun yıllar önce fark etmiş olmalı ki Coca-Cola dünya tarihinde ilk kez bir ürünün ambalaj tasarımına 1925 yılında patent aldı.



MARKA VE TASARIM

Sonuç olarak; iyi tasarım, ilgiyi çeker, ürün performansını geliştirir, üretim maliyetlerini azaltır ve hedef pazar içerisindeki rekabete dayanan avantajları yüksek güçlü bir ürün yaratılmasına yardımcı olur.

Peki iş dünyasının guruları yöneticileri tasarım hakkında ne düşünüyor?



MARKA VE TASARIM

- Biz Sony olarak rakiplerimizin tüm ürünlerinin temelde aynı teknolojiye, aynı fiyata, aynı performans ve aynı özelliklere sahip olduğunu varsayarız.
- Piyasada bir ürünün diğerinden farkını belirleyen tek unsur, tasarımıdır.

Norio Ohga



MARKA VE TASARIM

- BMW' de tasarıma kutsal bir din muamelesi yapılır.

Fortune Magazine



MARKA VE TASARIM

- Bazen ortaya bir tasarım çıkar ve belli bir ürün hakkında var olan tüm düşüncelerimizi değiştirir.
- Örnek: iMac. Bu ürün piyasaya çıktığında birden bire bilgisayarlar birer kutu olmaktan öteye geçtiler.
- Bu bir heykel, bir tutku ürünü, bakmaktan kendinizi alamadığınız çılgınca bir şey.

Katherine McCoy ve Michael McCoy



MARKA VE TASARIM

- Tasarımın insanların davranış biçimlerini nasıl değiştirebildiğine şahit oldum.
- Bir serginin sadece grafik tasarımını değiştirerek gelen ziyaretçi sayısının iki katına çıktığını gördüm.

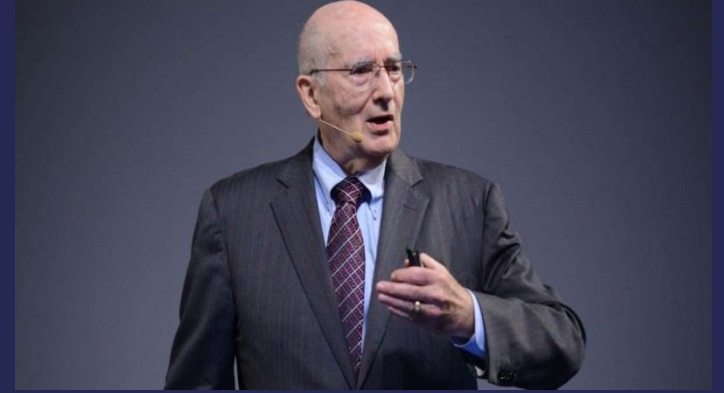
Gillian Thomas



MARKA VE TASARIM

- Keşke pahalı reklamlar yaparak psikolojik algılamayı yönlendirmeye çalışmak yerine, olağanüstü bir ürün tasarlamak için daha çok para ve zaman harcansa.

Philip Kotler



MARKA VE TASARIM

- Tasarım, bir şeyin ne kadar güzel olabileceğini göstermenin yoludur.
- Tasarım, yaşamı değiştiren ve geleceği etkileyen yüksek nitelikli bir unsurdur.

Sir Ernest Hall, Dean Clought



MARKA VE TASARIM

- Tasarım, harcadığınız her doların şirketiniz hakkında bir anlam ifade ettiği az sayıda araçtan biridir.
- Tasarım yoluyla şirketinizin servetini ve başarısını arttırmak sizin elinizdedir.

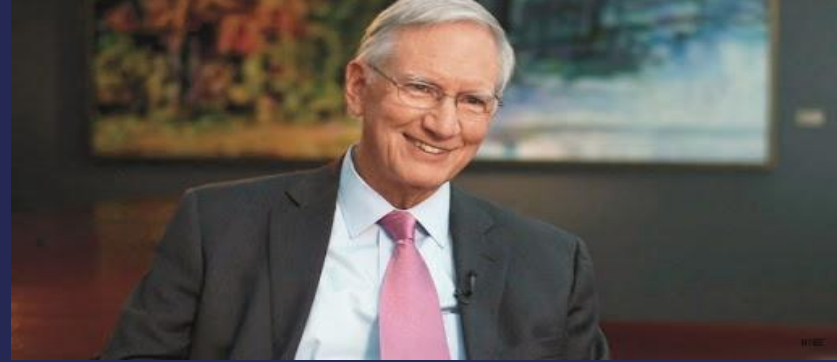
Raymord Turner



MARKA VE TASARIM

- **Tasarım, her şeydir.**
- **Tasarım, 200.000 kişiye 200.000 anlam sunmaktır.**

Tom Peters



MARKA VE TASARIM

21. yy'ın paradigması olarak tasarım, bir ucu kreasyonun yani yaratıcılığın, öteki ucu da yatırımın ve modern sanayinin dünyalarına açılan bir kavram.

Dolayısıyla iki ayrı pratiğin, iki ayrı kültürün kimi zaman çatışan, kimi zaman da uzlaşan dünyalarının ara kesitinde yer alıyor tasarım.



MARKA VE TASARIM

Tasarım, hafızaya giden bir araçtır.

Düşüncenin ya da fikirlerin elle tutulabilir gözle görülebilir hale getirilmesidir.

Ürün kalitesinin bir aynasıdır, iyi niyetin habercisidir ve iyi bir tasarım “size önem veriyoruz” demektir.



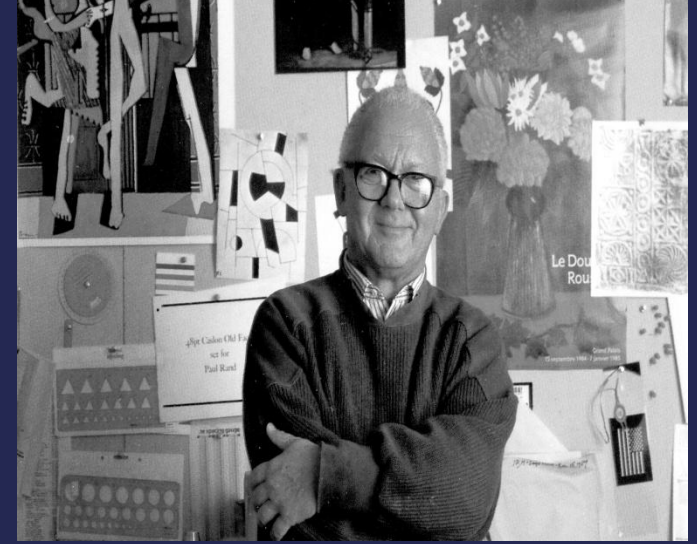
MARKA VE TASARIM

Bu yönüyle etkin bir halkla ilişkiler aracıdır aynı zamanda.

Ünlü tasarımcı Paul Rand, “Tasarım, düz yazıyı şiire çevirmektir, ürüne bir değer ve anlam vermektir” diyor.

Tasarım, ürünü katma değerli hale getiren bir anahtar konumunda.

Ürünlerin katma değerlerini tasarım belirliyor.



MARKA VE TASARIM

Pazar koşulları da yenilikçi ve endüstriyel tasarımda fark yaratmayı ve marka haline gelerek rekabet etmeyi zorunlu kılıyor.

Bu nedenle, eskiden üretim ve teknolojinin içinde yer alan tasarım, şimdi pazarlamanın içinde ve onun ayrılmaz bir parçası haline gelmiş bulunuyor.

İyi bir tasarım, iyi bir marka yaratılmasına da temel teşkil ediyor.



MARKA VE TASARIM

Sağlıklı bir ekonomik yapıya kavuşmak için marka yaratarak dünya pazarlarına açılmamız gerekiyor.

Bu sürecin en can alıcı noktası, katma değeri yüksek ürünler oluşturmaktan geçiyor.

Yani tasarım gücünden yararlanmamız gerekiyor.

Dolayısıyla bugün ulaştığımız noktada tasarımı ve tasarım kültürü oluşturulmasını Türkiye'nin en önemli meselesi olarak görmek gerekiyor.



MARKA VE TASARIM

Tasarım, moda, stratejik tasarım alanlarında dünyadaki en önemli lisansüstü okullardan biri olan Milano Domus Academy mütevelli heyeti başkanı Emilio Genovesi'nin dediği gibi “pazarların ve üretimin hızla küreselleştiği bir ortamda, şirketler her geçen gün yeni güçlüklerle karşı karşıya kalıyor.



MARKA VE TASARIM

Piyasalar gittikçe doygunlařıyor.

Mal ve hizmetler kısa sürede iřlevini yitiriyor.

Bu durumda işletme kültürünün bilinen teknikleri ve kuramları bu karmaşıklığın üstesinden gelmede gerekli ama yetersiz hale geliyor.



MARKA VE TASARIM

Yeni ürünler ve hizmetler için şirketlerin vizyon ve yeteneklerine dayalı yeni yaşam ve ilişki senaryolarının kurgulanması önem kazanıyor.

Bu nedenle, kurumsal stratejileri hazırlarken, stratejik konumlandırma yaparken, kurumsal kimlik yaratırken tasarım kültürü gitgide daha belirleyici bir rol oynuyor.



MARKA VE TASARIM

Koleksiyon Mobilya marka ve ürün direktörü Koray Malhan tasarımcının rolünü şu sözlerle açıklıyor:

“Tasarımcının hızla değişen rolü, onu eskiyle kıyasla daha büyük sorumluluk taşıdığı bir ortama doğru yönlendiriyor.



MARKA VE TASARIM

Hiper tüketim kültürünün hakim olduğu günümüz koşullarında arz talep dengesindeki sarsıcı değişiklikler bir yandan “mal”ın değerinin hızla düşmesine yol açarken bir yandan da her türlü üretimde yer alacak yaratıcı süreci artık kaçınılmaz bir girdi haline getiriyor.



MARKA VE TASARIM

Ayakta kalabilmek için farklılaşma savaşı veren tüm firmaların markalaşma yolundaki en önemli yoldaşları artık tasarımcılar olacak.

Eskiden firmaların sıradan fonksiyonlarından biri olan tasarım, kurumsal stratejilerin belirlenmesinde belirleyici konuma geldi.

Yakın gelecekte markaların önünde yeni ufuklar açacak kişiler de tasarımcılardan başkası olmayacak.



MARKA VE TASARIM

Marka Yürütme Kurulu Başkanı Hulusi Derici ise konu hakkında şunları söylüyor:

“Bazen sadece güzel görünmek bile dikkatleri çeker ve öne çıkartır.

Estetiğe, özgün tasarıma önem vermelisiniz.

Özgün estetiğe önem vermediği halde yıldızlaşmayı başarmış hiçbir marka yoktur yeryüzünde.



MARKA VE TASARIM

Nokia'nın, Ericsson'u geçmesinin temel sırrı da budur.

Estetik üzerinden değerlendirme yeteneğimiz ve hassasiyetimiz her geçen gün artıyor.

İnsanlar kararlarını artık daha çok estetik değerler üzerinden veriyorlar.

NOKIA

Connecting People



MARKA VE TASARIM

Kalitenin neredeyse standart olduğu günümüzde markalar farklılaşmayı ancak tasarımla yapabilirler.

Tasarım sayesinde bir marka bir ürüne yeni bir değer katabilir.



MARKA VE TASARIM

Fakat bugün her firmanın süt ambalajında açılıp kapanan plastik bir kapak var ve kolayca sütü içebiliyoruz.

Aynı şey meyve suyunda da var.

Bu tüm markalar için standart oldu. Ama yetmiyor işte durmadan yeni tasarımlar yapmak gerekiyor.



MARKA VE TASARIM

Sanat ve tasarım tarih boyunca hep birbirini özleyen, ama guruları yüzünden asla bir araya gelemeyen iki sevdalı gibiydi.

Tinsel değeriyle övünen sanat, sırça köşkünden bakıp tasarımın fonksiyonelliğini ve hizmetkarlığını küçümsedi hep.



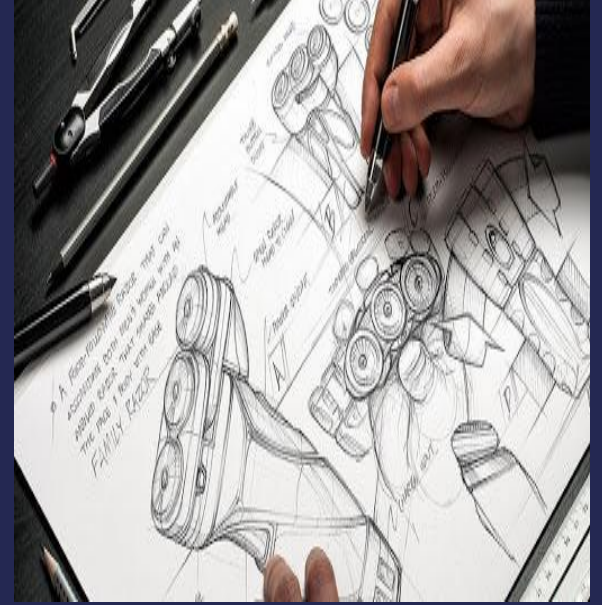
MARKA VE TASARIM

Daha demokratik olan tasarım ise sanatı snop ve kibirli buldu.

Nihayet gururlarıyla ördükleri duvarları yıktılar. Sanat üzerine bir fonksiyon giyindi, tasarım da duygulara hitap etmeyi öğrendi.

Sanat, tasarıma özgünlüğünü ve benzersizliğini verdi.

Tasarım da sanata seri üretimle daha geniş kitlelere ulaşabilmenin hazzını....

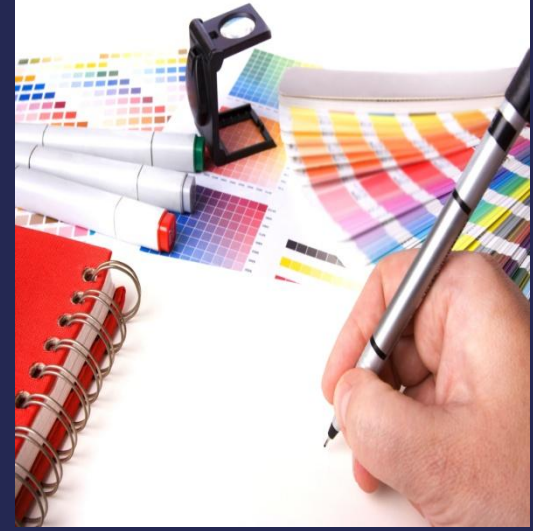


MARKA VE TASARIM

Tasarım sanata bir işe yaramayı öğretti; sanat tasarıma biraz daha tinsel olup ruha da hitap etmeyi.

Yüzlerce yıllık hasretlik bitti ve kavuştular birbirlerine.

Bu eşsiz aşkın meyveleri ise, sınırlı sayıda üretilmiş, tasarım ürünlerinden daha pahalı, ama plastik sanat eserinden daha ekonomik, estetik ve form gibi nitelikleri en az fonksiyonları kadar önemsenmiş, ama aynı zamanda kalbimize de dokunan “eser-ürün”ler oldu.



MARKA VE TASARIM

Bu aşk en çok tüketicilerin yüzünü güldürdü.

Sanat ve tasarım arasındaki duvarların yıkılmasını sağlayan en iddialı postmodern kişi hiç kuşkusuz Andy Warhol'dan başkası değildi.

Ortaya koyduğu pop art akımıyla bir sanat yapıtının tıpkı tasarım ürünü gibi seri olarak üretebileceğini ve ticari olarak dağıtabileceğini bundan yıllar önce herkese kanıtladı.



MARKA VE TASARIM

Artık sanat koleksiyonelleri XX. Yüzyıl çağdaş tasarım ürünlerine yatırım yapıyor, tasarım giderek fonksiyonel sanat ya da dekoratif sanat diye tanımlanabilecek boyutta sanata yaklaşıyor.

Tasarımın yükselen değer olarak zirveye ulaştığı 200'lerde sanat da kendini bu eğilime yaklaştırmak için bir işlev edinip giderek daha çok eşyalaşıyor, aksesuarlaşıyor, mobilyalaşıyor.



MARKA VE TASARIM

1980'lerin başında Dieter Rams kendine Őu soruyu sordu:

Benim tasarımı iyi tasarım mıdır?

Tasarımın ne kadar iyi olduğunun ölçülebilir bir sınırı olmadığı için kendi değerlendirmelerinden yola çıkarak iyi tasarım kıstaslarını on temel prensipte topladı.



MARKA VE TASARIM

Bunlar:

İyi tasarım yenilikçidir.

İyi tasarım ürünü kullanışlı kılar.

İyi tasarım estetikdir.

İyi tasarım ürünü anlaşılır yapar.

İyi tasarım mütevazidir.

İyi tasarım dürüştür.



MARKA VE TASARIM

İyi tasarım uzun ömürlüdür.

İyi tasarım en küçük ayrıntısına kadar bütünlük içinde olmalıdır.

İyi tasarım çevre dostudur.

İyi tasarım mümkün olduğunca az ve öz tasarımıdır.



MARKA VE TASARIM

- **TASARIM RENK İLİŞKİSİ**
- Renk, tasarımda anlamı niteleyen en önemli etkenlerden biridir.
- Tasarıma vurgu unsuru olarak eklenebileceği gibi anlam üzerinde değişiklik yapma gücüne de sahiptir.



MARKA VE TASARIM

- **Beyaz:** Temizlik, saflık, hafiflik, doğruluk, parlaklık, sevgi, barış...
- **Sarı:** Işık, ilkbahar, iyimserlik, neşe, akıl hastalığı, ihanet...
- **Turuncu:** Eğlence, gençlik, dinamizm, sıcaklık, cesaret, dayanıklılık...



MARKA VE TASARIM

- **Kırmızı:** Hareket, heyecan, tehlike, yangın, sıcaklık, aşk, istek, cesaret, günah, ateş, şehvet, şiddet, savaş...
- **Mor:** Hüzün, rehavet, zenginlik, melankoli, yalnızlık...
- **Mavi:** Gerçek, formalite, serinlik, saflık, asalet, sonsuzluk, barış, güven...



MARKA VE TASARIM

- **Yeşil:** Sakinlik, ilkbahar, gençlik, doğa, ihmal, ferahlık, ümit...
- **Kahverengi:** Rahatlık, doğallık, arkadaşlık...
- **Gri:** Durgunluk, olgunluk, asalet, pişmanlık, güven...
- **Siyah:** Gizem, ağırlık, ölüm, asalet...



MARKA VE TASARIM

Ford Motor Company'de emekli olan Başkan Donald Petersen, ısrarlı sorularıyla bilinen biriydi.

Bir keresinde Petersen, Ford'un karlılığını başarı yoluna yönelten bir soru sormuştu.

Tasarımcı Jack Telnack'a, "Tasarımını yaptığın arabaları seviyor musun?" diye sormuştu.

Telnack, "Aslında sevmiyorum." demişti.



MARKA VE TASARIM

Petersen o zaman Telnack'a kilit soruyu sordu.

“Yönetimi boş verip de, sahip olmak isteyeceğin arabayı neden çizmiyorsun?”

Tasarımcı, başkanın bu sözünü tuttu 1983 Ford Thunderbird'ü tasarımıladı.

Bu araba daha sonraki Taurus ve Sable arabalarının ilhamı oldu.



MARKA VE TASARIM

1987 yılına gelindiğinde, Petersen'in başkanlığındaki Ford, karlılıkta General Motors'u aşmıştı.

Bugün de Taurus, tüm arabaların en güzellerinden, en iyilerinden biri olarak yerini korumaktadır.



MARKA VE TASARIM

- **Scooter Vespa**
- İkinci dünya savaşı sonunda Piaggio firması tarafından üretilen ilk motosikletler, ekonomik bir şekilde ulaşımı sağladığı için popüler oldu.
- Corradino d'Ascanio tarafından 1946 yılında tasarlanan ilk Vespa motosikletin teknolojisindeyse uçak parçaları kullanılarak havacılık teknikleri uygulanmıştı.



MARKA VE TASARIM

1960'larda özgürlüğün ve hayal gücünün sembolü haline gelen Vespa, 1996 yılında 50. Yılıni kutlamış ve bu süreç içinde 15 milyon adet üreterek gelmiş geçmiş en çok satılan motosiklet olmayı başarmıştır.



İLETİŞİM

 tgoksel@aku.edu.tr

 tgoksel55@hotmail.com

 twitter.com/tgoksel55

 [instagram.com/turkerogoksel/](https://www.instagram.com/turkerogoksel/)

