

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN
WEB SİTELERİNDE KURUMSAL KİMLİK

Gökçe BÜYÜKERŞEN

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İletişim Sanatları Anabilim Dalı
Danışman: Prof. Dr. Ali Atıf BİR

Eskişehir
Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
Mayıs 2000

YÜKSEK LİSANS TEZ ÖZÜ

TÜRKİYE'DEKİ BANKALARIN WEB SİTELERİNDE KURUMSAL KİMLİK

Gökçe Büyükerşen

İletişim Sanatları Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Mayıs 2000

Danışman: Prof. Dr. Ali Atıf Bir

Ticaretin gittikçe geliştiği ve rekabetin arttığı günümüz ortamında kendini tanııtma yönünde öncelikle kimlik oluşturmak küçük, büyük tüm kuruluşlar için bir gereklilik halini almıştır. Bunun temel nedeni kurumsal imajın oluşumunun kurum kimliğine bağlı olmasıdır. Günümüz dünyasında modern kurum ve kuruluşların kurum kimliği kavramına verdiği önem giderek artmakta ve uluslararası rekabet ortamında kurum kimliği, kuruluşların stratejik ve etkili bir silahına dönüşmektedir. Özellikle verdikleri hizmetler açısından aralarında pek bir fark kalmayan bankalar için kurumsal kimlik ve imaj kavramları çok daha büyük bir önem taşımaktadır.

Son yıllarda yeni bir iletişim teknolojisi olan internet önemli gelişmeler göstermektedir. Kolay kullanımı, ekonomikliği ve hızı sayesinde büyük bir kullanım alanı kazanan internet, endüstriyel toplumdan bilgi toplumuna geçiş yapmaya devam ettiğimiz bu dönemde pazarlama alanında da önemli bir iletişim kanalı olmaya devam etmektedir. İnternetle birlikte hayatımıza yeni bir kavram girmiştir. İnternet bankacılığı, son derece interaktif, banka ile müşteri arasında birebir ilişki yaratabilen, internetin bankalara sağladığı interaktivitenin en uç noktasıdır. Bu durumda, normal olarak her banka internet bankacılığına geçmeye başlamıştır. Teknolojinin her geçen gün yeni olanaklar sağlaması ve isteyen her bankanın bu teknolojiye sahip olarak tüketicisine hizmet vermesi, sunulan hizmetin her bankada aynı olmasına yol açmıştır. Bu yüzden bankaların rakiplerinden farklılaşmak, müşteri memnuniyetini ve kalıcılığını sağlamak için interneti etkin bir şekilde kullanmaları ve kurumsal kimliklerini web sitelerine de doğru bir şekilde aktarabilmeleri gerekmektedir.

ABSTRACT

THE CORPORATE IDENTITY ON THE WEB SITES OF THE BANKS IN TURKEY

Gökçe Büyükerşen

Communication Sciences Major

Anadolu University Institute of Social Sciences, May 2000

Advisor: Prof. Dr. Ali Atıf Bir

Today it becomes a necessity to form a corporate identity for all the corporations, even small or big, because of the developing trade and increasing competition. The basic reason is that the formation of corporate image depends upon corporate identity. In today's world the concept of corporate identity becomes very important for modern corporations and organizations and turns into a strategic and effective weapon in the international competition environment. The concepts of corporate identity and image becomes more important especially for the banks who almost have no difference between them anymore because of the similarity of their services.

In the last few years internet is developing as a new communication technology. As we are passing through industrial society to information society, internet is also an important communication channel in the marketing area because of the economical, simple, and fast using. A new concept came into our lives with internet. Internet banking, which is the last point that interactivity obtained by internet for the banks and which creates an effective relationship between the bank and its customer, is an extremely interactive service. Nowadays all the banks begin to use internet banking. Because of the technology supplying new possibilities every day and every bank can own this technology, services became similar in all of the banks. In order to differentiate from their competitors, maintain their customers pleasure and make them permanent, banks have to use internet effectively and have to transfer their corporate identities to their web sites correctly.

JÜRI VE ENSTİTÜ ONAYI

Gökçe BÜYÜKERŞEN'in "Türkiye'deki Bankaların Web Sitelerinde Kurumsal Kimlik" başlıklı tezi 26 Haziran 2000 tarihinde, aşağıdaki jüri tarafından Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca, İletişim Sanatları Anabilim Dalında, yüksek lisans tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

İmza

Çye (Tez Danışmanı) : Prof.Dr.Ali Atif BİR
Çye : Doç.T.Fikret UÇAR
Öye : Doç.Dr.Rüveyde AKYÜREK

Prof.Dr.Emine ÖZKAR
Anadolu Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü

ÖNSÖZ

Kurumsal kimlik ve kurumsal imaj kavramları günümüz rekabet ortamında kurumlar açısından gittikçe daha fazla önem kazanan ve üzerinde durulan kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Olumlu bir imaja giden yol başarılı bir kurumsal kimlik tasarımıyla geçmektedir. Kurumsal kimliğin görselleştirilmesinde önemli bir rol oynayan kurumsal kimlik elemanları da her mecrada kurum imajına zarar vermeyecek şekilde, bir bütünlük ve uyum içerisinde kullanılmalıdırlar.

İnternetin yoğun bir şekilde hayatımıza girmesinden ve yeni bir mecra olarak karşımıza çıkmasından ve bankacılık sektöründeki rekabetin her geçen gün artmasından dolayı bu çalışmada kurumsal kimliğin ve kurumsal kimlik tasarımının tarihsel gelişimi ve unsurları incelenerek, kurumsal kimlik elemanlarının web sitelerinde kullanımının bankaların imajına olumlu ya da olumsuz etkileri araştırılmıştır.

Araştırmam sırasında bana yol gösteren ve yönlendiren danışmanım Sayın Prof. Dr. Ali Atıf Bir'e, tezimi bitirmem konusunda beni sürekli teşvik eden Sayın Prof. Dr. Haluk Gürgen'e, birikimlerinden yararlandığım Sayın Doç. T. Fikret Uçar'a ve Sayın Yar. Doç. Dr. N. Serdar Sever'e, beni yürekten destekleyen aileme ve çalışmamın her aşamasında, özellikle araştırma kısmında yardımlarını esirgemeyen tüm arkadaşlarıma teşekkürlerimi sunarım.

Gökçe Büyükerşen

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖZ	ii
ABSTRACT	iii
JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI	iv
ÖNSÖZ	v
ÖZGEÇMİŞ	vi
GİRİŞ	1

BÖLÜM 1 KURUMSAL KİMLİK

1.1. Kurumsal Kimlik Nedir?.....	2
1.1.1. Kurumsal Kimliğin Tarihsel Gelişimi.....	7
1.2. Kurumsal Kimliğin Yapıları.....	11
1.2.1. Tekli Kimlik - Monolitik Kimlik.....	11
1.2.2. Desteklenmiş Kimlik.....	12
1.2.3. Marka Kimliği.....	13
1.2.4. Ürün Kimliği.....	15

BÖLÜM 2 KURUMSAL KİMLİĞİN UNSURLARI VE KURUMSAL KİMLİK TASARIMI

2.1. Kurumsal Kimliğin Unsurları.....	16
2.1.1. Kurum Felsefesi.....	16
2.1.1. Kurumsal Davranış.....	18
2.1.3. Kurumsal Dizayn.....	18
2.1.4. Kurumsal İletişim.....	20
2.2. Kurumsal Kimlik Tasarımı ve Temel Elemanları.....	22
2.2.1. Kurumsal Kimlik Tasarımı Nedir?.....	22
2.2.2. Kurumsal Kimliğin Temel Elemanları.....	25

2.2.2.1. İsim.....	25
2.2.2.2. Amblem ve Logo (Özgünyazı).....	26
2.2.2.3. Tipografi (Yazı Türü).....	28
2.2.2.4. Renk.....	30
2.2.3. Kurum Kimliği El Kitabı.....	33

BÖLÜM 3 KURUMSAL KİMLİK, İMAJ VE KÜLTÜR

3.1. Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmaj Arasındaki Farklar.....	35
3.2. Kurumsal Kimlik ve Kurum Kültürü.....	38

BÖLÜM 4 ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEM

4.1. Sorun.....	40
4.2. Amaç.....	40
4.3. Yöntem.....	40
4.3.1. Araştırma Modeli.....	40
4.3.2. Evren ve Örneklem.....	41
4.3.3. Veriler ve Toplanması.....	41
4.3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması.....	41

BÖLÜM 5 ARAŞTIRMA SONUÇLARI

5.1. Bulgular ve Yorum.....	43
5.2. Sonuç ve Öneriler.....	56
5.3. Sınırlılıklar.....	63
KAYNAKÇA	64
EKLER	67
EK 1. YORUMLAR.....	67
EK 1. WEB SİTELERİ.....	221

GİRİŞ

Bireylerin bir kimliği olduğu gibi, toplumlarında kimlikleri vardır. Toplumlar arası kimlik farkı toplumun sahip olduğu düşünce, davranış ve fiziki özelliklerin aynı ya da benzer olmasından kaynaklanır. Kurumlar da insanlar ve toplumlar gibi kişilik özellikleri taşır. Onlarda doğar büyür ve olgunlaşır. Her kurum bir diğerinden kendi kimliği ile ayrılır. Bir kurumun da kimliğini, sahip olduğu kültür, düşünce, davranış tarzı ve fiziki özellikleri belirler.

Kurumsal kimlik ve değerleri kamuoyunca bilinen bir kuruluşun çalışmaları, etkinlikleri ve en somut görünümü ile ürünleri, kamuoyunda hiç tanınmayan bir kuruluşa oranla çok daha kolay algılanmakta ve benimsenmektedir. Kendisini daha ilk göze çarptığı anda belli eden; açık, yalın ve kesin değer, nitelik, çizgi ve görünümle tanımlayabilen bir kurum, aynı zamanda çalışma yöntemlerinin verimliliği, başarısının düzeyi, hedefleri ve güvenilirliği üstüne de daha ilk izlenimde olumlu bir mesaj vermiş olmaktadır.

Kurum kimliği tüm unsurlarıyla kurum imajının oluşmasına katkıda bulunur. Bu yüzden başarılı ve olumlu bir kurum imajına sahip olmak isteyen her kuruluş kurumsal kimliğinin oluşumuna gereken önemi vermelidir. Kurumsal kimlik kurumsal davranış, kurumun felsefesi, kurumsal iletişim ve kurumsal dizaynın karşılıklı etkileşimi ile gerçekleştirilen bilinçli çabalar sonucu oluşur. Fakat görselliği nedeniyle bu unsurlardan en çok akılda kalanı kurumsal dizayndır. Kişiler kurumun amblemini, logosunu görüp, kurumun renkleriyle karşılaştıklarında o kurumu hatırlarlar ve hedef kitleyle somut bir bağ kurmak kolaylaşır. Bu nedenle kurumsal kimlik tasarımı ve dolayısıyla kurumsal kimlik tasarımının öğeleri olan amblem, logo, yazı karakteri ve renk kurumsal kimliğin görselleştirilmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

BÖLÜM 1

KURUMSAL KİMLİK

1.1. Kurumsal Kimlik Nedir?

Günümüzde kurumlar, herşeyden önce kişilerin karşısına çıktıkları görüntüleri ile algılanmaktadırlar. Kamuoyu ile en doğrudan iletişimi gerçekleştiren araç da kurum kimliğidir. Bir kuruluş kollektif olarak, gelişmiş net bir kimlik geliştirmek ve üyelerini duygusal olarak kendisine bağlamak için değerler ve normlara sahip olmalıdır.

“Kurumsal kimlik”, bir kurumun (özel ya da kamuya ait, kar amacı güden ya da gütmeyen, bir şirket ya da holding) içe ve dışa ilgili gruplara kendini anlatan toplam iletişimidir (Yıldız, 1996, s.3). Kurum kimliği kavramı, bir kuruluşun, işletmenin, organizasyonun kimliğini ifade eder. Kurumun ürünlerini, hizmetlerini, çevresini, iç ve dış iletişim anlamındaki herşeyi kapsar. Bu kimlik, kuruluşta çalışanların davranışları, kuruluşun iletişim biçimleri, felsefesi ve görsel unsurlarından oluşur.

Kimlik, kurumun tarihi, inançları ve felsefesi, teknolojisi, çalışanları, liderlerinin kişiliği, ahlak anlayışı ve kültürel değerleri ve stratejilerinden oluşan kurumsal kimlik programlarıyla tasarlanır veya ifade edilir. Fakat kendigilinden değişikliğe uğraması çok zordur. Kozmetik bir şey değil, kurumun varlığının özüdür (Ind, 1992, s.19).

Bir kurumsal kimliğe sahip olmanın pekçok avantajı vardır. Bir kurumun bir kimliğe ihtiyaç duymasının başlıca nedenleri kurum içerisinde çalışanların kuruluş ile bütünleşmelerini sağlamak, kurum dışında ise diğer kuruluşlardan, rakiplerden ayırt edilmek ve onlardan sıyrılabilmesidir. Herşeyden önce kuruluşun tanınması, benzerlerinden ayrılması kolaylaşır ve güven duygusu oluşur. Kuruluşla ilişkisi olan herkes, neyle karşılaşacağını, kimle iş yapacağını kestirebilir. Her kademedede, daha iyi elemanlar kuruluşta çalışmak için başvurur ve tabii ki insanlar, o kuruluşun ürettiği ürünleri satın alır.

Çünkü artık günümüzde pek çok kuruluş birbirine benzer ürünler üretmekte, tüketicinin tercih sebebi o kuruluşun hatırlanabilirlik derecesi ve imajı olmaktadır. Oturmuş bir kimlik, toplumla güçlü ve tutarlı bir görsel bağ oluşturarak, piyasadaki diğer rakiplerden öne çıkar. İlk göze çarptığı anda kendini belli edebilen ve açık, kesin izlenimler yaratabilen bir kurum, böylelikle modern çalışma yöntemleri, düzenliliği ve güvenilirliği hakkında topluma daha o anda bildiri sunmuş olur.

Kurumsal kimlik -ya da imaj veya iletişim, görünüş ya da nasıl kullanılırsa kullanılsın- şirketin kendisidir. Şirketi bireyselleştiren herşeyi temsil eder. O şirketin kişiliğidir; hedef kitle ile etkileşimidir; şirketin uzmanlığı, tarihi, felsefesi, kültürü, stratejisi ve organizasyonun toplamını ifade eder. Kurum kimliğinin bir şirketin logosuna indirgenebileceğini sanmak yanlıştır. Fakat aynı zamanda, logo şirket için koca bir buz dağının ucu gibidir.

“Kurum kimliği” denildiğinde birçok kişinin aklına gelen ilk şeyler kuruluşun logosu, kullandığı renkler ve amblemi gibi görsel unsurlar olmaktadır. Fakat bu, kurum kimliğini belirtmede, açıklamada yetersiz kalmaktadır, çünkü kurum kimliği tüm görsel unsurları içine alan kurumsal dizaynın yanı sıra, kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesi unsurlarından meydana gelmektedir ve bu unsurlar da birbirinden etkilenmektedir. Bu unsurların bir işletmeye, organizasyona has bir biçimde kullanılması, o kurumun “kurum kimliğini” oluşturmaktadır.

Kurum kimliğini etkileyen bir başka nokta da o kurumun kültürüdür. Kurum kimliğinin mi kurum kültürünü kapsadığı, yoksa kurum kültürünün kurum kimliğini mi içerdiği konusu, halen pek çok yazar tarafından tartışılmaktadır.

Kurum kimliği faaliyetlerinin sonucunda meydana gelen durum ise o kurumun, işletmenin, organizasyonun “imajını” oluşturmaktadır. Özellikle “imaj” günümüz kuramlarının tercih edilmeleri için üzerinde çok durdukları, ancak bir kurum kimliği oluşturmada elde edilemeyecek olan bir değerdir (Okay, 1999, s.40). Kurum kimliği, kurum imajını etkileyen bir unsur olarak dikkate alınması gereken bir konudur. İyi oluşturulmuş kurumsal kimlik kurum ya da marka imajını olumlu yönde etkileyecektir.

Günümüzde ekonomik başarı, kuruluşun dahili ve harici hedef kitlesine kendisini ifade etmesi, çalışanların "biz" duygusu, kuruluşun pazarda uzun vadede kalıcı olması ve tüm halkla ilişkiler alanı, kurum kimliği ile bağlantılıdır.

Kurum kimliği halkla ilişkilerin bilgilendirme felsefesinden kaynaklanmasına karşın fiziksel temsilin her biçimine uygundur. İyi tasarlanmış bir kurum kimliğine sahip olabilmek ya da olumlu imaj oluşturabilmek pahalı bir iş olmakla birlikte, kurumun ya da ürünün yerleştirilmesi ve benimsenmesi bakımından bu harcamaları konpanse edecek öneme sahiptir (Peltekoğlu, 1993).

Toplumda faaliyet gösteren bütün kurumların farkında olsalar da, olmasalar da bir kimlikleri vardır. Kurum kimliği bir kurumun yaptığı bütün faaliyetlerin veya bir çoğunun ortak yönetiminden meydana gelmektedir.

Kurumsal kimliği oluşturan ana ilkelere, teknik ve estetik özelliklere kesinlikle uyulmalıdır. Başarılı bir kurum kimliğinin temelini, uygulandığı her alanda tutarlı ve sabit oluşu meydana getirir. Kurumsal kimliğin varlığı, kurumun bütün disiplinleri arasındaki bütünlük ile sağlanabilir. Üst düzey yönetim, pazarlama, halkla ilişkiler, reklam ve üretim gibi birim ve disiplinlerin hepsi aynı çizgide olmalıdır.

Kurumsal kimlik sadece antetli kağıtlara kurumun logosunu koymak ya da işyerinin arabalarını kurumsal renklere boyamak değildir. Tıpkı parasal kaynaklar gibi planlanması ve yönetilmesi gereken bir şirket varlığıdır. Bu yönü itibarıyla de kurumsal kimlik uzun dönemli bir stratejik araçtır. Kurumsal kimlik planlanmasa da, yönetilmese de eğer kurum varsa kurumsal kimlik de var demektir.

Bir kurum birçok bireysel kimlikten oluşan soyut bir kimliktir. Kurumun bireysel ve kolektif eylemleri o kurumun kimliğini şekillendirir. Telefona yanıt verme biçiminden ürünleri dağıtma biçimine kadar her şey, hedef kitlenin düşüncelerinde kuruma karşı bir imaj oluşturur. Kurumsal kimliği iyi planlanan bir kuruluşun; iyi yönetilen, iyi mallar ve hizmetler üreten, iyi finansal yönetime sahip, uzun dönemli bir yatırım izlenimi veren, kaynaklarını iyi kullanan, yaşadığı yere ve çevreye karşı sorumlu olan, yenilikçi, yetenekli insanlar çalıştıran bir kurum olması ve bu izlenimi vermesi gerekir. Eğer bir kurum kendinde var olan özellikleri ilgili gruplara aktarmakta sorunlar yaşıyorsa,

her an algı açığı denilen olayla karşılaşabilir. Yani şirketin gerçekleri başkayken toplumda algılanan şey çok başka olabilir (Bir, 1994, s.4).

Kurumlara çeşitli kişilerce verilen çeşitli kimlik türleri vardır. Devlet ve yasalar tarafından verilen kimlik; holding, anonim şirket, limited şirket gibi ticari adlarla adlandırılır. Kamuoyu ve tüketicilerin verdiği kimlik ise insanlar tarafından şirketlere yakıştırılan "dürüst kurum, kaliteli ürün veren firma, kapkaççı firma" gibi tanımlamalarla belirlenir. Kurumların ise tüm bunların haricinde sahip olmak istedikleri belli kimlikler vardır. "Atılımcı, çağdaş, dinamik, yenilikçi" gibi tanımlamalar da bu üçüncü kimliği oluşturur.

Kurumların sahip olmak istedikleri bu kimliğe ulaşabilmek için gereken koşullar arasında ise organizasyon yapısı (iş adresi ve işletme bilimi açısından yapısı), mekan yapısı (kurumun idari binaları, şube ve mağazalarının dekorasyonu), tanıtım ve piar stratejileri (kurumun kamuoyuna tanıtım ve medya kanalları yoluyla kendisini konumlandığı yer) ve görsel yapısı (olmak istenen ve yaratılmak istenen kimliğe uygun, o değerleri yansıtan amblem, logo, basılı malzemeler ve ilanlar) çok büyük önem taşırlar.

Kısaca kurumsal kimlik, bir firmanın kim olduğunun, ne yaptığının ve bunu nasıl yaptığının görsel ve davranışsal sunumu olarak tanımlanabilir. Kurumun kendisini ve çevrenin kurumu nasıl gördüğünü belirler. Bu kimlik içinde görsel olanlar olduğu gibi, görsel olmayan unsurlar da yer alır.

Bir kurumun kartviziti olan kurum kimliğinde bütünlüğün sağlanabilmesi ve yerleşik bir kurum kimliğine sahip olabilmek için her türlü görsel materyalde bütünlüğün sağlanması gerekmektedir. Kurumun görsel olarak tanımlanacağı her yerde kurumsal kimlik öğeleri tutarlı bir şekilde tüm faaliyetlere yansıtılıp doğru kullanılmalıdır. Kurumsal kimliği oluşturan öğeler, arzu edilen imajı yansıtmak ve her zaman kontrol altında tutmak için kullanılırlar. Kurumsal kimliğini oluşturmuş bir şirket, hizmet verilen alanların net bir biçimde tek bir organizasyon parçası olarak görülmesini sağlar, profesyonellik ve kaliteyi yansıtır. Bu yüzden kullanılan broşür, katalog, kuruluş gazetesi, antetli kağıtlar çalışanların kartvizitleri gibi göze hitap eden herşeyde renk, logo, yazım stili, slogan gibi kurum kimliğinin tüm unsurlarında bütünlük sağlanmalıdır (Peltekoğlu, 1993).

Kurum kimliği bir kuruluşun sembolü, logosu, renkleri ve ürünlerinin yanı sıra, bize o kurumun ne şekilde organize olduğu, merkezi olup olmadığı ve alanlarının, şubelerinin veya markalarının olup olmadığı hakkında bazı ipuşları verebilmektedir.

Eğer bir kuruluşun beş alanı varsa ve hepsinde tek bir isim, tek bir renk kombinasyonu ve yazı türü kullanıyorsa, kendisinin basit, merkezi görünümünü iletacaktır. Fakat eğer aynı kuruluş her yerde farklı renkler kullanıyorsa, kendisini kaçınılmaz bir şekilde merkezi olmayan bir kimliğe sahip olacaktır. Eğer her alan için değişik adlar, semboller ve renkler kullanırsa, o zaman daha da ortak olmayan bir görüntü çizecektir. Burada kimlik bir organizasyonun yapısını açıklayabilmekte ve saptadığı hedeflerle şeklini net bir biçimde ortaya koyabilmektedir

Kurumsal kimlik, içerik açısından ikiye ayrılabilir: Grafik öğeler ve grafik olmayan öğeler... Grafik öğeler, hepimizin çok iyi bildiği üzere logo ve seçilen yazı karakterleri, firmanın renkleri, dekorasyonu, araç desenleri, varsa üniformalar, reklamlar, reklamlarda kullanılan öğeler ve diğer kırtasiye malzemelerinden oluşur. Grafik olmayan öğelerin ilki ve en önemlisi, kurum hedefidir.

Dünyadaki bütün tanınmış şirketlerin başarı nedenleri araştırıldığında, kamuoyunda derhal anlaşıp tanınmalarını sağlayan çeşitli kurum simgelerinin önemli rol oynadığı görölmektedir. Bazı önemli ve tanınmış kuruluşların logoları kuruldukları günden bu yana değişmemiş, kitlelerin beynindeki imajın daima sağlıklı ve kalıcı tutulması sağlanmışır.

Her kurumun bir kültürü ve bunun yanında ister bilinçli olarak oluşturulmuş, ister bilinçsiz olarak kendiliğinden oluşmuş bir de kurum kimliği vardır. Kimi kurumlar bir kurumsal kimlik programı çerçevesinde kimliklerini görselleştirerek rakiplerinden ayrılmakta ve öne çıkmaktadırlar. Kimileri ise bunu gereksiz bir uğraş olarak görmekte ve bir kimlik oluşturma çabası içine girmemektedirler. Fakat bu tür kurumların da kendi kontrolleri dışında hedef kitle üzerinde bıraktıkları bir izlenim vardır. Kurum her ne kadar başarılı da olsa, oluşun ilk izlenim kurumun aleyhine olabilir.

Bu yüzden günümüz rekabet ortamında ayakta kalabilmek için tüm kurumlar kurumsal kimlik ve kültürlerini hedef kitleye tanıtmak zorundadırlar. Kurumsal kimliğin planlı ve programlı bir şekilde oluşturulması demek, kurumun kendisini, kendi kontrolünde halka tanıtmayı ve kurumsal imajını güçlendirmesi demektir. Kurum kimliği uzun vadeli bir iştir. Bir kurumsal kimlik, bazı standartlar oluşturup, bu standartları, yıllarca sapmadan, bıkmadan uygulamakla oluşur.

1.1.1. Kurumsal Kimliğin Tarihsel Gelişimi

Bireylerin sosyal bir yaşantı içerisinde bir arada yaşamaya başlamalarıyla birlikte, kendilerini bir bütün olarak ve bir kimlik ile ifade etme ihtiyaçları doğmuştur (Okay, 1999, s.17). Kurum kimliği ise kurumların ne olduğunu bildirmek amacıyla ortaya çıkmıştır.

Kurumsal kimliğin göstergelerinden olan semboller insanlığın başlangıcından bu yana var olmuştur. İnsanoğlu ilk işaretlerini yaklaşık 30.000 yıl önce kayalar üzerine kazımış, mağara duvarlarına resim yapmıştır. Bu dönemdeki insanlar, gördükleri ve karşılaştıkları şeyler hakkındaki düşüncelerini bu resimsel sembollerle ifade etmişlerdir.

Grafik kimliğe ait ilk veriler antik dönemlere dayanmaktadır. Çömlekçilerin işlerinin altına koydukları işaretler bir çeşit marka anlamındadır. Şövalyelerin gemilerinin yelkenlerindeki armalar, malikane bayrakları ve sancaklar görsel kimlik örnekleridir (DeNeve, 1992, s.4). Osmanlı İmparatorluğu'nda ise her padişahın kendine ait bir tuğrası vardı. Bu tuğra padişahı ve dönemini simgelerdi.

İlk örneklerine soyluların, kralların ve şehirlerin kullandıkları armalarda ve orduların üniformalarında rastlanan kurumsal kimlik işaretlerinin amacı, o işaretleri taşıyanları bir arada tutmak, insanlar arasında bir bütünlük oluşturmaktır. Bu nedenle tarih içinde çeşitli zamanlarda uluslar tarafından ritüeller, semboller ve değişik görsel ifadeler icat edilerek çeşitli bağlılıklar yaratılmış, sınırlar çizilmiş, fikirler güçlendirilmiş ve yeni çalışma yöntemleri geliştirilmiştir.

Kurumsal kimliğin doğru tarihsel başlangıç noktalarını belirlemek zordur. 19. yüzyıl Avrupasındaki ticari semboller, modern kimlik tasarımı için örnek olmuştur. Semboller bir ürünü veya hizmeti sunma işini bir ticaret adamının ustalığıyla yapar. Mağazaların ön cephelerini kuşatma gereksinimi, herşeyden çok kimlik belirleyici olan sembolleri ortaya çıkarmıştır.

Yüzyılın başında, kurum sembollerini belirleyip kullananlar kendi kurumlarının sahipleriydi. Kurum sahipleri iyi bir tasarım ile satışın artması arasındaki bağlantıyı anlamışlardır. Kurumsal kimlik tasarımının evrimi, dünyanın 1930'lu yıllardaki bunalımlı dönemine rastlar. Birçok şirket bu bunalımlı dönemde yok olurken, iş gruplarının bir çoğu da daha iyi tasarım ürünleriyle yeni pazar stratejisine başlayıp, çöküşten sonra inisiyatifi ele geçirmişlerdir. Bu süre içinde yapılan çalışmalarda sanatçılar kurum kimliğini oluşturmuşlar fakat var olacak ürün veya hizmete kurum yetkilileri ve tüketiciler karar vermişlerdir.

1930'ların sonlarında basılı yayınlar, ambalajlar, araçlar ve tüm kurum iletişim biçimleri Bauhaus Okulu'nun ortaya çıkardığı yalın çizgi üslubunun etkisi altında kalmışlardır. Yalın çizgiler ilk örneklerini moda stilleri ve endüstriyel ürün tasarımlarında göstermeye başlamıştır. Bu yeni uygulama kısa süre içinde ticari sembolleri de etkisi altına alarak uygulanmaya başlanmıştır.

Bugünkü anlamda amblem ve logo kullanımı endüstrileşmenin ve ambalajlanmış ürünlerin artışıyla ortaya çıkmıştır. İlk tescilli markalar bireysel ürünlerin pazarlanmasında kullanılmış, zaman içinde markayı taşıyan ürünlerin artmasıyla, marka, kurumu belirleyen bir öge halini almıştır. Coca-Cola, Kodak gibi pek çok dayanıklı marka bu dönemde ortaya çıkmıştır. Genellikle kullanılan tasarımlar figüratif merkezli olsalar da, profesyonelce tasarlanmış semboller de bulunmaktadır.

1930'lara kadar kurumsal kimlik tasarımı yapabilecek grafik tasarımcıların sayısı azdı. Birleşmiş Milletler 2. Dünya Savaşı sonrası yeni bir refah dönemine girince, ABD'de tescilli marka tasarımı yapmak üzere ilk tasarım firması kuruldu. US Steel, Chrysler Corp. gibi firmalara marka ve kimlik programları geliştirdi. (DeNeve, 1992, s.4)

50'li ve 60'lı yıllarda hızla artış gösteren kurumsal kimlik tasarımı, 70'lerde sosyal ve ekonomik bunalımdan etkilenerek yavaşlamış, 80'lerde ise tekrar canlanmıştır. Günümüzde kurumsal kimlik her zamankinden fazla önem taşımaktadır. Her zaman, her yerde rastlanabilecek semboller, kelimelere gerek kalmadan iletilmek istenen mesajı yerine ulaştırmaktadırlar. Otellerde, lokantalarda, havaalanlarında ve hayatın daha birçok alanında karşılaşılan semboller insanlar arasındaki iletişimi sağlamak için kullanılan evrensel bir dildir.

2. Dünya Savaşı sonrasında, endüstri tasarımındaki büyüme her seviyedeki insan tarafından öğrenilip algılanmaya başlanmıştır. Bu dönemde Raymond Loewy, International Harvester amblemini; Paul Rand, IBM amblemini; Morton Goldsholl ise, Motorola'nın M'sini tasarlamıştır. Yapılan bu çalışmalar mesleğin dönüm noktasını oluşturmuştur. Yine bu dönemde grafik ilk kez dekorasyonda kullanılmaya başlanmıştır (Napoles, 1988, s.17).

1950 ve 60'lı yıllarda çok uluslu kurumların büyümesi, kurumsal birleşmelerin artması, ürün veya hizmetin ayakta durabilmesi için ticari sembollerin yeniden tasarlanmasına neden oldu. Bu ve benzeri sebeplerden dolayı bir çok kurum, işlerinin boyutunu ve amacını daha iyi ifade edeceğine inanarak, eski ticari sembolünü yenisiyle değiştirdi.

Kurumların değişiklikleri oldukça dikkatli yapmaları gerekmektedir. Yapılacak en küçük bir değişiklik bile olumsuz tepkilere yol açabilir. 1958'de R.J. Reynolds Camel sigara paketindeki iki piramit yerine üç piramit kullanarak tasarımı modernize etmiştir. Paketteki bu küçük değişiklik, ilk aşamada müşteri şikayetlerini arttırmış ve satışların azalmasına neden olmuştur. Bu tepki karşısında hemen eski tasarıma dönmüştür (Napoles, 1988, s.18).

1960'ların başlarında ve ortalarında, tasarım sistemleri birbirlerine benzer özellikler taşımıştır. Sembol veya özgün yazı uygulamaları için herhangi düzgün soyut bir şekil çizilebilir ve kurum kimliği için kullanılabilir. Bu zamanlarda Chermayeff ve Geismar, Chase Manhattan Bankası için soyut bir amblem tasarladı. O, zarif görünümü ile 1960 sıraları ve sonrası gerçekleştirilecek birçok tasarım için model oluşturmuştur. 1970'lerde kurumların

sembolizmin geçerliliğini kabul etmedikleri görüldü; yeni kurum kimliği programları harekete geçirmek için birçok kurum para harcamayı isteksizce kabul etmiştir. Sosyal ve ekonomik problemlerden sonra kurumların sahip olduğu düşük profil, para harcayan sosyal programlar ve oldukça iyi grafiklerin kullanılmasıyla iyileştirilmiştir.

İmalat, ticaret ve nihai olarak endüstrileşme ile birlikte kurumların da bir kimliğe sahip olma, kendilerini tanımlama ve bütünleşme ihtiyacı giderek artmıştır (Okay, 1999, s.17). Sanayi devriminin sonucunda birbirine benzer nitelikte çok sayıda kurumun ortaya çıkması ve hedef kitleleri tarafından ayırt edilebilmeleri, tercih edilmeleri için bir kimliğin, bir simgenin oluşmasına ihtiyaç duyulmuştur.

Kurum kimliğini geçirdiği aşamalara göre geleneksel, marka tekniği, dizayn dönemi ve stratejik dönem olarak dört dönemde ele almak mümkündür. Geleneksel dönemde kurum sahibi, kurum kimliğini oluşturan asıl unsur olarak görülmektedir. Kurum, çoğunlukla kurucusunun veya sahibinin adını almış ve kurum kimliği de onun istediği yönde geliştirilmiştir. Birinci ve İkinci Dünya Savaşları arasında görülen marka tekniği döneminde kurum ve kuruluşların sahip oldukları markalar ön plana çıkmaya başlamıştır. Dizayn dönemi, İkinci Dünya Savaşı'ndan sonra kurum ve kuruluşların uluslararası alanda faaliyet göstermeye başlamalarıyla birlikte ortaya çıkmıştır. Stratejik dönem ise 1970'lerden günümüze kadar devam eden, kurum kimliğinin tek bir yönü -ürün veya grafik dizaynı ya da kuruluş halkla ilişkileri değil- kurum ve kuruluşun bir pazar ve sosyal stratejik bir araç olarak hizmetinde bulunan değişik unsurların bir karışımı olarak görülmeye başlanmıştır.

Kurum kimliğinin gelişimine bakıldığında kuruluş sahiplerinin isteklerinin dışında ürün ya da markanın, daha sonra da ülke içinde ve dışında tanınırlık kazanmak, benzerlerinden ayırt edilmek ve hedef kitlenin zihninde bir yer elde etmek için değişik unsurlara gereksinim olduğu, dolayısıyla kurum kimliğinin kurumun başka unsurlarıyla (kurumsal davranış, kurum felsefesi, kurumsal iletişim gibi) da desteklendiği ortaya çıkmaktadır.

1.2. Kurumsal Kimliğin Yapıları

Genel olarak üç tip idari yapı vardır; Tek başlı, tek tip ürün veya hizmet veren (monolithic), tek başlı, çeşitli tip veya ürün hizmet veren (diversified), türlü türlü şirketler grubu (holding) (DeNeve, 1992, s.6).

Kurum kimliği yapıları Olins tarafından ise üçe ayrılmaktadır;

- 1- Monolitik Kimlik: Organizasyonun her yerde bir isim ve görsel unsur kullanmasıdır.
- 2- Desteklenmiş Kimlik: Bir organizasyonun sahip olduğu faaliyet alanlarını kendi ismi ve kimliği ile desteklemesidir.
- 3- Marka Kimliği: Bir kuruluşun birbirine veya kuruluşa ilgisi olmayan bir dizi markaya sahip olmasıdır.

Monolitik kimlik, desteklenmiş kimlik ve marka kimliği dışında bir de ürün kimliği vardır. Ürün kimliği de kurumsal kimlik açısından önemli bir yere sahip olarak incelenmesi gereken bir kavramdır.

1.2.1. Tekli Kimlik - Monolitik Kimlik

Bu gruba dahil olan kuruluşlar kendilerini tek bir kimlik ile ifade ederler. Bu kuruluşlara örnek olarak ülkemizden Petrol Ofisi'ni ve Yapı Kredi Bankası'nı, dünyadan da BP, Grundig veya Pepsi'yi vermemiz mümkündür. Bazen de faaliyet alanları çok çeşitli olduğu halde kuruluşlar tek bir kimlik kullanırlar. Faaliyet alanları çeşitli olup, tek kimlik taşıyanlara ise Beymen (giyim, tekstil ve ev dekorasyonu) Hyundai, Sony ve 25.000 farklı ürün üreten Mitsubishi örnek olarak gösterilebilir.

Tekli kimliğin esas gücü, organizasyon tarafından tanıtılan her ürün ve hizmetin, aynı isme, stile, niteliklere ve karaktere sahip olmasındadır. Personelle, şirketle ve dışarıdaki kimselerle ilişkiler açık ve tutarlıdır. Ana kuruluş tarafından bu tip kuruluşları kontrol etmek nispeten kolaydır ve genellikle daha ucuz ve ekonomiktir. Tekli kimlik taşıyan kuruluşların ekonomikliği, bir tek kimliğin tüm faaliyet alanlarında kullanılabilmesi ve her ek kurum için yeni kimlik oluşturma zorunluluğunun olmamasından kaynaklan-

maktadır. Tekli kimliği ülkemizin önde gelen kuruluşlarından Toprak Holding örneği ile göstermemiz mümkündür. Toprak Holding'in farklı alanlarda faaliyet gösteren kuruluşları vardır. Fakat hepsi "Toprak" adı altında toplanmışlardır: Toprak Seramik, Toprak Kağıt, Toprakbank, Toprak İlaç...

Monolitik kimliğin yaşam süresi uzundur. Bu tip bir kimliğe sahip olan kuruluşlar bu kimliklerini zaman içerisinde küçük değişiklikler yaparak uzun süreli olarak kullanabilmektedirler. Monolitik bir kimliğe sahip olan kuruluşlar faaliyet alanlarının dışında bir işe giriştikleri zaman da rahatlıkla başarıya ulaşabilirler. Fakat faaliyet alanlarını genişlettiklerinde ve aynı ismi kullanmaya karar verdiklerinde dikkatli olmak zorundadırlar. Çünkü tekli kimlik, üzerinde özenle çalışma ve hassasiyet gerektirmektedir. Düşünmeden ve önceden planlanmadan yalnızca kazanç elde etmek uğruna girilen işlerdeki başarısızlıklar, ilk faaliyet alanını da önemli ölçüde etkileyecek ve imajlarını olumsuz bir yönde etkileyebilecektir.

Tekli kimliği tercih eden kurumlar genellikle bankalar, havayolu kuruluşları ve petrol şirketleridir.

1.2.2. Desteklenmiş Kimlik

Günümüzün büyük holdingleri çeşitli alanlarda faaliyette bulunduklarından dolayı, genellikle çoklu kimlikleri vardır. Eczacıbaşı, Sabancı veya Koç grubunun değişik alanlardaki her faaliyeti ayrı bir şirketmiş gibi ortaya konulurken, bir yandan da holdingin varlığı vurgulanmaktadır.

Çoklu kimliği olan kuruluşlar şu özellikleri taşımaktadırlar:

- Bu kuruluşlar çok sektörlü kuruluşlardır. Geniş bir faaliyet alanında hizmette bulunurlar. Üretim, toptan satış, perakende satış ve bir ürünü her şeyi ile kendi bünyelerinde üretirler.
- Başka markalar ve şirketlerle ortaklık kurarak, ana holdingin/kurumun daha önceden geliştirmiş olduğu iyi niyeti devam ettirmekle ilgilenirler, fakat aynı zamanda kendi yönetim biçimlerin, ödül (teşvik) sistemlerini ve davranışlarını ve bazen de kendi şubelerinin üzerlerine isimlerini koyarlar.

- Finansal kitle, kanaat oluşturanlar, muhtemel bazı şirketler ve müşteriler gibi belirli hedef kitleleri vardır. Bu hedef kitlenin toplam sayısı ve gücüyle etki etmek isterler. Bu gruplar arasında çeşitliliğe karşılık olarak, istikrarlılığı ve değişmezliği önemle belirtmek isterler.

- Çoğu zaman rekabete dayanan ürünleri vardır. Bu yüzden şirketler, müşteriler ve çoğu zamanda kendi çalışanları arasında rekabet problemleri ve hatta şaşkınlık bile olabilmektedir.

- Sık sık farklı ülkelerde faaliyette bulunan bu kuruluşların buralarda ürettikleri ürünleri de farklılıklar gösterebilmektedir.

Ülkemizden desteklenmiş kimliğe sahip en iyi kuruluşlardan birisi Sabancı Holding'dir. Çok çeşitli faaliyet alanları bulunan Sabancı bazı hecelerin adlarının sonuna SA harflerini getirerek ana kuruluşu veya TOYOTASA'da olduğu gibi aynı zamanda ortaklık oluşturulan kuruluşu da belirtmektedir. Desteklenmiş bir kimlik yapısı, organizasyonun tek tek alanlarının kolayca tanınması ve aynı zamanda da daha büyük bir bütünün parçası olarak görülmesi temeline dayanmaktadır.

Desteklenmiş kimliği kullanmanın en büyük avantajlarından birisi, kuruluşun gerektiğinde kendi kimliğini, gerektiğinde ana kuruluşun kimliğini ileri sürebilmesi veya kullanabilmesidir. Satın alma, yönetici kadronun işe alınması, araştırma ve geliştirme, yönetim veya finans dünyasıyla ilişkiler gibi, bir grubun gücünün gerekli olduğu yerlerde ve bir bütünün temsil edilmesinin uygun olduğu durumlarda kuruluş, ana kuruluşun kimliğini kullanabilmektedir. Fakat alt firmalar müşteriye, çalışanlara, kamuoyuna karşı kendi kimliklerini ifade etmek istediklerinde kendilerinin kullandıkları kimliği ileri sürerek bu avantajlardan yararlanabilmektedirler. Desteklenmiş kurum kimliği programı, ancak kurum içerisinde çalışanlar tarafından kabul edilip dışarıya doğru yansıtıldığında başarılı olabilmektedir.

1.2.3. Marka Kimliği

19. yüzyılın ortasında teknolojinin hızla gelişmesi, okur-yazar sayısının artışı ve yaşam standartlarının yükselmesi, ortaya çıkan ilk kitleye yönelik pa-

zarlarda markalı ürün fikrini oluşturmıştır. Marka ürününün temel düşünce tarzı oldukça basit, fakat çok da orjinaldi. Burada söz konusu olan, evde kullanılan bir ürüne, diğer üreticilerden neredeyse ayrılmayan bir kitle ürününe, ilginç bir ismin kullanılmasıyla, bir ambalaj ve reklamla belli bir özelliğin atfedilmesidir.

Günümüzde markalı ürünler üreten kuruluşlar kendi kimliklerinden ziyade sahip oldukları markaların kimlikleriyle ön plana çıkmaktadırlar. Tüketici çok ayrıntılı olarak ilgilenmediği sürece bu markaların ardındaki kuruluşları tanımamaktadır. Bu tür markalara örnek olarak Unilever grubuna bağlı olan ürünlerden Sana, Lipton Ice Tea veya Calve Hazır Çorbalarını vermek mümkündür. Özellikle ilgilenmeyen kimse Unilever'i bu ürünlerin arkasındaki kuruluş olarak tanımamaktadırlar. Bir bakıma marka kuruluştan öne çıkmıştır ve pazarda tek başına varlığını sürdürüyor gibidir.

Ürünü belli bir işaretle belirtme politikası, bir ürünün satışını desteklemek için en güçlü araçlardan birisidir. Bir markanın en büyük gücü ise belli bir zaman diliminde, belli bir insan grubuna hitap etmek amacıyla, özenli ve kasti olarak hazırlandığı için, belirli bir pazara yönelmiş olan, güçlü, kompleks ve dolaysız bir sembolizm ile belirtilmiş olmasında yatmaktadır.

Aynı şirketten olan markalar piyasada rekabet edebilirler, ancak bu markaların aynı, değişmez, sabit yerden geldiği bilinirse tüketicinin gözünde şirketin bütünlüğü zarara uğramış olarak görülebilir. Eğer bir markanın başarılı olması isteniyorsa, markanın bağımsız ve kuruluştan tamamıyla ayrı bir yaşamı olmalıdır.

Hans-Dieter Maier'e göre, pazarlama açısından kurum kimliğine bakıldığında bu, marka kimliğidir. Marka kimliğinde ürünler ve daha doğru ifadeyle markalar, kurum kimliği çabalarının ön planında yer almaktadır. Bir markanın üretici kurumda ve hedef grubunda sahip olduğu imaj boyutları ile hedef grubunun sahip olduğu imajın birbirine denk düşmesi, kurum açısından büyük bir başarıdır.

1.2.4. Ürün Kimliği

Ürün kimliğinden bir ürünün toplam/genel ortaya çıkışı, görünümü, ambalajı, adı ve/veya markası, fonksiyonu ve kullanım kalitesi, fiyatı ve pazardaki konumlandırılması anlaşılmaktadır. Sunum şekli ve sunum yeri de ürün kimliğinin unsurlarındandır.

Bir kuruluş kendisine kurum kimliği yardımıyla stratejik bir imaj oluşturmaya ve sürdürmeye karar verdiğinde, kurum kimliğinin ürün kimliği ile uyumlu olmasına çok dikkat etmesi gerekmektedir. Çünkü ürün kimliği onu üreten kurumun kimliğini önemli ölçüde etkileyecektir.

Ürünün fonksiyonu, faaliyeti ve teknik niteliği, kimliğini etkilemektedir. Ürünün fiyatı, ürün kimliğinin unsurlarındandır. Genellikle yüksek fiyatlı ürünlere, yüksek imaj değeri atfedilmektedir. Ürün tarifi, ürün ismi veya ürün markası, ürün kimliğine katkıda bulunmaktadır. Bir ürünün sunum şekli ve yeri de onun kimliğini etkilemektedir.

Günümüzde bazı kuruluşların kimliği, ürünlerin kimliğinden ortaya çıkmış olabilir. Örneğin Braun ürünlerinin diyağını ve bunların çağdaş kimliği, kurumun kimliğini önemli ölçüde şekillendirmiştir. Diğer yandan IBM örneğinde olduğu gibi güçlü kurum kimliklerine sahip olan kuruluşlar ürünlerinin kimliğini etkilemektedir (Okay, 1999, s.60).

BÖLÜM 2

KURUMSAL KİMLİĞİN UNSURLARI VE KURUMSAL KİMLİK TASARIMI

2.1. Kurumsal Kimliğin Unsurları

Kurumsal dizayn, kurumsal iletişim, kurumsal davranış ve kurum felsefesinin yani tüm kurumsal kimlik unsurlarının bir kuruluşa, bir kuruma özgü bir biçimde kullanılması o kurumun "kurum kimliği" oluşturmaktadır.

Kurum felsefesi, kurumun değer, tutum, normlarından ve tarihinden meydana gelmektedir. Kurumsal davranış, kuruluşun üçüncü şahıslara karşı olan bu davranışı şeklinde değerlendirilmektedir. Bunlar kişilerin hedef kitlelere karşı davranışları, bir malın ücreti, dağıtımı, şikayetleri ele alma biçimi, iletişim biçimi v.b. gibi hususlardır.

Kurumsal dizayn ise, bir kuruluşun kendisini görsel olarak ifade etmesidir. Kurumsal dizaynın unsurları arasında logo, marka, yazı ve tipografi, renk, mimari dizayn ve diğer bazı tedbirler yer almaktadır.

Kurum kimliğinin unsurlarından olan kurumsal iletişim ise, kurumun hedef kitlesine yönelik olarak sergilediği tüm kurumsal davranışın etkinliğini iletir. Kurumsal iletişimin başarılı olabilmesi için reklam, halkla ilişkiler, pazar ve kamuoyu araştırması, personel iletişimi gibi araç ve yöntemlerden de yararlanılmaktadır (Okay, 1999, s.56).

2.1.1. Kurum Felsefesi

Kurum felsefesi, kurumun değer, tutum ve normlarından; amacından ve tarihinden meydana gelmektedir. Bir kurumda faaliyet gösteren insanların içe ve dışa yönelik tüm davranışlarının ruhsal nedenini ve bunların oluşturulmasını kapsamaktadır.

Kurum felsefesi bir kuruluşun kendisi hakkında temel düşünceleridir. Kuruluşun gelişmesi ve ortaya çıkışı için kuruluş yönetimi tarafından arzulan ve çabalanan hedef düşüncelerini ve işletme temellerini kapsar. Bir kurumun felsefesi, onun tüm yönetim davranışlarını, stratejilerini ve politikasını etkilemektedir.

Bir kurum felsefesinde tanımlanabilecek, ifade edilebilecek olan bazı noktalar şunlardır:

- Ekonomik düzen ve kuruluşun toplumsal fonksiyonuna olan inanç;
- Büyüme, rekabet ve teknik gelişmeye karşı olan tutum;
- Kuruluş ve toplum için kazancın rolü;
- Çalışanlara ve hissedarlara karşı sorumluluk;
- Kuruluşun ekonomik faaliyeti çerçevesinde kabul edilen faaliyet kuralları ve davranış normlarıdır (Okay, 1999, s.118).

Kurumsal iletişime giden yol her zaman için kurum kimliğinin daha önceden yapılmış olan çalışmaları üzerinden geçer; kurum kimliği ise kurumsal felsefeden geliştirilmelidir. Kurum felsefesi bir kurumun kimliğinin özünü oluşturmaktadır ve diğer kurum kimliği unsurları da bu kurum felsefesi temeline göre şekillenmektedir. Kurum felsefesi işletmedeki değer değişimlerini, kurum kimliği ise kurumun kendisini ifade etmesindeki değer değişikliklerini dikkate almak zorundadır.

Kurum felsefesi ana unsuru kurum vizyonudur. Kurum vizyonu, kurum amacını ve kurum hedefini kendi çalışanlarına ve tüm kamuoyuna netleştirecek olan somut, tasvirkar bir düşüncedir.

Eğer kurumsal kimlik uzun dönemli bir stratejik araç olarak kurum varlıkları içinde görülecekse, tüm kurumun üstünde anlaşacağı bir "kurum vizyonu" oluşturulmalıdır. Birçok firma kurum vizyonlarını basılı malzeme haline getirerek kurum elemanlarının onları benimsemesine çalışır. Amaç çalışanlara, rakiplerine ve topluma kurumun ne için var olduğunu anımsatmaktır. Kabul edilen felsefe ya da vizyonun kurumun ilgili grupları için önem taşıması zorunludur. Kurumsal vizyon belirlendiğinde bu yapı doğrudan kurumun biçimsel politikalarını ve örgüt kültürünü etkiler (Bir, 1994, s.5).

2.1.2. Kurumsal Davranış

Genel olarak kurumsal davranış kavramından bir kurumun belli karar durumlarındaki tipik davranış tarzları ve tepkileri anlaşılmaktadır (Okay, 1999, s.207).

Kurumsal davranış kurum kimliğinin en önemli ve en etkili aracını oluşturmaktadır. Kurumsal davranış, organizasyonun üçüncü şahıslara karşı davranışı olarak görülmektedir. Örneğin sunum/teklif davranışları (ürün veya hizmet faaliyetleri programı), ücret davranışları, dağıtım davranışları, finans davranışları, iletişim davranışları, sosyal davranışlar gibi bu davranışlar kuruluşun hizmet ettiği amaçlar ve takip ettiği hedeflerde yansımaları bulmaktadır.

Kurumsal davranış kavramı bir kurumda faaliyet gösteren birey ve grupların tepki, karar ve davranışlarını kapsamaktadır. Ancak o kurumun çalışanları kurum ile bütünleşirse kurumu inandırıcı olarak temsil etmeleri söz konusu olabilir. Bu yüzden kurumsal davranış kurum içinde çalışanları birer ekonomik araç olarak değil, psikolojik ve sosyal ihtiyaçları olan varlıklar olarak görmeli ve onların gelişmelerine, hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak bir ortam yaratılmaya çalışılmalıdır. Kurumsal davranış, organizasyondaki kişi ve grupların davranış biçimleri, neden o şekilde davrandıkları, aralarındaki ilişkiler, bu ilişkilerin kurulmasında kullanılan araçlarla ilgilidir.

2.1.3. Kurumsal Dizayn

Pek çok kişi kurum kimliğinin sadece logo oluşturmak ve belli bir kurum rengi seçmekten ibaret olduğunu düşünmektedir. Oysa bunlar, kurum kimliğinin unsurlarından olan kurumsal dizaynın sadece belli bir yönüdür.

Kurumsal dizayn bir kuruluşun kendisini görsel olarak ifade etmesidir. Kurumsal dizaynı oluşturan unsurlar arasında marka, yazı ve tipografi, renk, mimari dizayn ve bazı özel tedbirler yer almaktadır. Kuruluşlar bu görsel ifadeler, görüntüler sayesinde pazardaki rakiplerinden ayrılırlar ve hedef kitlelerinin akıllarında kalırlar.

Kurum felsefesinin görsel bir dile çevrilmesi görsel kimliğin asıl sorunudur. Bununla görsel iletişime büyük bir anlam ve görev düşmekte, bu ise kurumsal dizayn aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Dizayn tüm oluşuma, fiyirden ürüne veya kuruluşa kadar eşlik eder ve doğru uygulandığında kurum kimliğinin önemli bir parçasını oluşturur.

Kurum kimliği kavramı çerçevesinde kimlik oluşturmaının en tanınmış ve şimdiye kadar en sık kullanılan aracı kurum dizaynıdır. Kurum kimliği kavramı çerçevesinde dizayn, görünümün, kurum kültürünün, kurumsal mimarinin ve ürün yaratımının uyumlu olmasını şart koşmaktadır.

Kurum dizaynı, kurum kimliği çerçevesinde bir kuruluşun planlanan dizayn stratejisidir. Bir kuruluşun tüm görsel iletişiminin bütünlüğü için bir yaratıcılık çerçevesi oluşturur. Ancak bu esnada dizayn kurumsal hedeflerden ayrılmamalı, onun yerine daha çok tüm stratejik işletme yönetiminin bir parçası olmalıdır.

“Kurum dizaynı” kavramı bir kuruluşun görünümünün kurum kimliği hedefine uygun olarak birbirleriyle uyumlu olan tüm görülebilen unsurlarının hedeflenmiş bir biçimde oluşturulmasını kapsar.

Bir kurum dizaynı, sadece bir kurumun dizaynını oluşturmak için yapılmamalıdır, kurum dizaynı kurum kimliğini net ve şeffaf bir biçimde yansıtmalıdır. Bu esnadaki yaratıcılık unsuru bağımsız bir oluşum değildir, tüm kurum kimliği kavramının sağlam bir parçasıdır.

Günümüzde “kurum kimliği oluşturmak” denildiğinde akla ilk gelenler logo, isim, renk ve sembol seçimi olmaktadır. Oysa bu oldukça eksik bir seçimdir. Çünkü bu sayılanlar kurumsal dizayn unsurlarından “iletişim unsurunun” bazı alanlarıdır ve bir kimlik oluşturmak için yeterli değildir. Dizayn, kurum kimliğinin önemli bir unsurudur, ama sadece bir unsurudur, tümü değildir.

Dizaynın üç alanı vardır; endüstriyel dizayn, grafik dizaynı ve kurumsal dizayn. Kurumsal dizaynın da yine üç unsuru mevcuttur: Ürün dizaynı, iletişim dizaynı ve çevre dizaynı. Gerçi dizayn kavramı ayırımında ürün dizaynı Koppelman tarafından endüstriyel dizayn başlığı altında ele alınmıştır,

ancak ürün dizaynı, ürünün yapısı ve kimliği kurumun kimliğini etkilediği için, kurum dizaynı alanında da değerlendirilmelidir.

Ürün dizaynı kurum kimliğinin en önemli mesaj taşıyıcılarından biridir. Bireysel ürün kimliklerinin oluşmasını sağlar. Bu yüzden ürün kimliği kurum kimliğiyle zıt olmamalı, birbirleriyle uyum içinde olmalıdırlar. Ürüne kazandırılan farklı bir özellik ürünün ve dolayısıyla onu üreten kurumun tercih edilmesini ve rakiplerinden farklılaşmasını sağlar. Ürünün ambalajının ve markasının oluşturulması da kimlik açısından önemlidir.

İletişim dizaynı ise bir kurumun tüm iletişim araçlarının dizaynıdır. Kurumun logosundan antetli kağıdına kadar uzanan bir alanı kapsamaktadır. İletişim dizaynının amacı, hedef kitleyle görsel ve yazılı iletişimi kurmak ve bu sayede tanınma, hatırlanma ve tercih edilmesini sağlamaktır. İletişim dizaynında herşey birbiriyle uyum içinde olmalıdır.

Çevre dizaynı bir kurumda verimliliğin artmasına katkıda bulunur. İyi düzenlenmiş bir çalışma ortamında çalışanların motivasyonu ve kendilerine güvenleri yükselir. Müşteriler ve ziyaretçiler içinse, iyi düzenlenmiş bir ortam o kurumun imajına olumlu katkıda bulunabilir. Kurum mimarisi, vitrin ve mağaza dizaynı, kuruluşun tabelası, kıyafetleri, nakliye araçları gibi dış görünümü yansıtan herşey çevre dizaynı kapsamına girmektedir.

2.1.4. Kurumsal İletişim

Kurumsal iletişim, iletişim uygulamasına çevrilmiş kurum kimliğidir. Kurumsal iletişim, tüm pazar alanlarına kurumsal davranışın etkinliğini iletir. Kurumsal iletişim, pazarda başarılı olması için reklam, halkla ilişkiler, satış geliştirme, pazar ve kamuoyu araştırması, personel iletişimi gibi araçlardan yararlanmaktadır.

Kurumsal iletişim kuruluşa, kuruma veya organizasyona karşı, kamuoyunu ve işletme iklimini etkileme hedefi olan, tüm iletişim tedbirlerinin sistematik bir biçimde kombine edilerek uygulanmasıdır. Kurumsal iletişim uzun vadeli uygulanan bir iletişimdir ve hedefi de bir imaj oluşturmak, korumak veya değiştirmektir (Okay, 1999, s.169).

Kurumsal iletişimde hedef gruba iletilen bilgiler doğruluk temeline dayanmalı ve kamuya karşı bir sorumluluk taşıdığı unutulmamalıdır.

Kurumsal iletişimde dikkat edilmesi gereken bazı noktalar vardır. Öncelikle bir yönetim aracı olarak kullanılmalıdır. Bu halkla ilişkiler yöneticisi, kurum yöneticisine bağlı olan bir proje grubu veya kurum dışından bir danışman tarafından yürütülmelidir.

Ayrıca kurumsal iletişimin başarılı olabilmesi için hedef kitle kesin olarak tanımlanmalıdır. Hedef kitle kadar kurum temellerinin kesin belirlenmesi de şarttır. Kurum temelleri yazılı olarak ifade edilmiş ve herkese açık olarak, davranış ve karar prensipleri belirlenmiş olmalıdır. Bu kurumsal temeller ortak değer yargılara, davranış temelleri, kurumsal yönü, şahıs, fonksiyon, kuruluş hedefleri ve sorumlulukları içermelidir. Kurumsal hedefler kesin olarak ifade edilmeli ve stratejik olarak uygulanmalıdır.

Kurumlar çeşitli hedef gruplarıyla iletişim çabası içine girmektedirler. Kurumsal iletişim de kurum içi, kurum dışı, sözlü ya da sözsüz iletişimin tüm türlerini ve imkanlarını içermektedir.

Kurumsal iletişim kuruluşun tüm iletişimsel aktivitelerinin bütünlüğünü karşılamaktadır. Bu bakımdan reklam, halkla ilişkiler, kurumsal satış promasyonu, kurumsal tasarım ve ürün dizaynı çerçevesinde iletişimsel tasarım etkilerini ve aynı zamanda işletme yönetimiyle çalışanlar arasındaki iletişimi de içermektedir. Kısaca kurum içi ve kurum dışı bütün iletişim türleri bu kapsam içine girmektedir.

Kuruluşun hedef grubuyla girdiği kurumsal iletişim faaliyetlerini temeli kurumun felsefesine dayanmalı ve tüm iletişim çabaları ortak bir temelden ve aynı felsefeden hareket edilerek gerçekleştirilmelidir. Bu şekilde kurum kimliği anlayışını gerçekleştirmek mümkün olacaktır.

2.2. Kurumsal Kimlik Tasarımı ve Temel Elemanları

2.2.1 Kurumsal Kimlik Tasarımı Nedir?

Kurumsal kimlik tasarımı reklamcılıktaki birleştirici güçtür. Kurumsal kimliği ortaya çıkarmak ve birleştirmek için kullanılır. Kurumsal dizaynın üç unsurundan biri olan iletişim dizaynı burada kurumsal kimlik tasarımı olarak ele alınmıştır.

Her kurumun iyi ya da kötü bir kurumsal imajı vardır. Kurumsal imaj, insanların bir kuruluşun aktiviteleri, ürünleri, personeli ve çevresi hakkındaki düşünceleri ve duygularıdır. Her kurumun bir ismi olduğu için, bu daima kurumun imajıyla ilişkilidir.

Tüm kurumlar bir isimle başlar. Kendilerine isimleriyle ve imajlarıyla bir kimlik kazandırmaya ihtiyaç duyduklarını anlayarak, kelimeler, resimler, sembolik şekiller ve logolar tasarlarlar. Yaşamın artan hızı karşısında, çabuk, doğru ve etkili iletişim bir gereklilik halini almıştır. Bu da firma için sade, direkt olarak iletişim kuracak bir sembolü, yani iyi bir ticari markayı gerekli kılar.

Fakat toplam görsel iletişimi sağlamak için, iyi bir ticari markaya sahip bir kurum bunu ambalajlar, televizyon, basılı reklamlar, kurum broşürleri, kataloglar, satış noktaları, basılı materyaller, taşıma araçları, tabelalar ve üniformalar gibi bütün grafik uygulamalarda kullanmalıdır. İyi bir ticari markanın uygun bir şekilde kullanılması, insanların kurumu ve kurumsal imajı daha kolay bir şekilde hatırlamalarını sağlar (Carter, 1985, s.319).

Kurumsal Kimlik tasarımı, kurumla kimliğin özdeşleşmesi olarak tanımlanabilir. Daha geniş bir tanımla, kurumun tavrı ve iletişimini kişiliğe büründürüp, görselleştirerek, kendini çevreye ilan etmesi de denilebilir.

Bir kurum ya da firmanın görsel kimliği, kapsamlı bir tasarım programı gerektirir. Birçok reklam kampanyası; ürün ya da hizmeti tanıtmaktan çok, üretici firmanın kimliğini ön plana çıkarmayı hedefler. Bu tür tanıtım kampanyalarına "Kurumsal Reklamcılık" adı verilir. Kurumun kendisini nasıl ta-

nımladığından ve kurumla ilgili kavramlardan yola çıkarak, görsel kimliğin tasarlanması amaçlanır.

Görsel kimlik tasarımında müşterilerin yanı sıra, kurum çalışanları da göz önüne alınır. Böyle bir tasarım programı; yatırımcı ve ortakları bilgilendirir, tüketiciyi eğitir. Ürün ya da hizmetin yanısıra, bu ürün ya da hizmeti üreten kurumun da ulusal ve uluslararası düzeyde tanıtılması gerekir. Günümüzde birçok kuruluş, tanınmamanın getirdiği belirsizlikten kurtularak, hedef kitleye algılanabilir bir kurumsal strateji sunma çabası içine girmiştir.

Görsel kimlik oluşturulduktan sonra, süreklilik sağlamak amacıyla kurum yapısında, ürün ve hizmetlerde de değişime gidilebilir. Kurumlar için görsel kimlik tasarımı, 70'li yıllardan sonra yaygınlık kazanmış, bu konu üzerinde uzmanlaşan tasarım stüdyoları kurulmuştur.

Görsel kimlik tasarımı, kurumların gelecekteki ihtiyaçlarına cevap verebilecek esnek bir yapıya sahip olmalıdır. İyi bir kurumsal kimlik tasarımı, kurumun sahip olduğu kimliği, görsel elemanların en yüksek etkisinden yararlanarak görselleştiren tasarımıdır. Kurumsal Kimlik Tasarımı, kurumsal kimliği yoktan var etmez. Kurumun sahip olduğu kimlik, kurumsal kimlik tasarımının oluşturulmasında esastır. Kurumsal kimlik, kurumun ürünlerini, hizmetlerini, çevresini, iç ve dış iletişim anlamındaki herşeyi kapsar.

CBS televizyonu için meşhur gözü yaratan William Golden, Print dergisinde şöyle demiştir: "Tescilli bir marka tek başına kurumsal imaj oluşturmaz, imaj, kurumun ürünleri, politikası, hareketleri ve reklamcılık gücü doğrultusunda oluşturduğu etkilerin toplamıdır. Bana kalırsa, eğer kurumsal kimlik varsa tescilli marka bunu hatırlatmaya yarayabilir" (DeNeve, 1992, s.4).

Golden'ın bu sözleri, grafik tasarım dünyasında temel bir ayrım oluşturmaktadır; imaj, kurumun algılanma biçimidir, kimlik ise kurumun kim olduğudur. Kurumsal kimlik tasarımı denilen şey ise her ikisinin grafiksel anlatımıdır. Grafiksel anlatım olarak bir kurumun kimliği yaratılabilir ve kade-ri tayin edilebilir. Kurumsal kimlik yaratılamaz zaten vardır. Tasarımcının yaptığı varolan kurumsal kimliği görselleştirmektir. Asıl işi ondan sonra başlar. Burada kuruma düşen görev o kurumsal kimliğin korunması ve geliştirilmesidir. Kurum çalışanları ve yöneticileri tasarım konusunda haberdar olmak durumundadırlar.

Bugün güçlü bir grafik kimliğin yaratılması ve sürdürülmesinin önemi büyüktür. Hemen hemen aynı ürünü üreten birçok firma pazar yayılımında birbirleriyle rekabete girerken grafik kimliği önemli bir belirleyici faktör olmaktadır. Bu durumda tasarımcının etkin ve uygun bir kimlik bulmaktaki sorumluluğu da artmaktadır.

Tipik girişimci insan ruhundan hareketle görsel kimlik tasarımı gruplardan farklı olmak, öne geçmek felsefesini izler. Bu felsefe birçok iş kolunda başarının anahtarı olmuştur.

Günümüz grafik tasarımı, çalışma stratejisi ile "sanat ve yenilik" kadar iç içedir. En başarılı tasarımlar kurumun ruhuna işler ve tüm ileriye yönelik görsel iletişimlerde onu temsil eder (Yıldız, 1997, s. 156)

Ortaya konuluşu bir yana kurumsal kimlik tasarımı karmaşık bir oluşum sürecidir. Yalnızca estetik bir logo (özgünyazı) ya da sembol olmayıp mantıksal veya duygusal vurgular da taşır. Ardından kimliğin durumlara göre farklı sistematik uygulamaları ortaya çıkar. Kurumsal kimlik tasarımcıları için önemli olan bütün bu farklı cepheilerin tek temel bir anlamı olmasını sağlamaktır.

Kurum kimliğiyle ilgili logo uygulamaları, yazı karakterleri, renk türü, ambalaj dizaynları, basılı malzeme ve benzeri alanlardaki standartlar, aşırı bir titizliğin ürünü gibi düşünülmemelidir. Kurum kimliği konusunda özen, daha derinde kurumun her alanında tutarlılık ve etkinliği yönünde bir inanç doğmasına yardım eder.

Kurumsal kimlik tasarımı yapmak için, kimlik tasarımının temellerini ve elemanlarını iyi bilmek gerekmektedir. Kurumsal kimlik tasarım süreci oldukça karışık bir süreçtir ve görselleştirilmesi planlı bir tasarım faaliyeti gerektirir. Kurumsal kimliği oluşturan öğelerin çoğu görseldir. İsim, renk, amblem, sembol, yazı karakteri, slogan gibi kurumsal kimliği oluşturan öğeler aslında birer göstergedir. Bunların kendi içerisindeki uyumu bizlere firma hakkında bilgi verir. Kurumsal kimliği oluşturan öğelerin tasarlanması ve çeşitli yerlerde bir bütünlük içinde uygulanması görsel iletişimin etkinliğinin sağlanması açısından önemlidir. Tasarım aşamasında görsel iletişim ve algılama kurallarına bağlı kalınması ortaya çıkan işin başarısına ve bilimsel olmasına katkıda bulunur.

2.2.2 Kurumsal Kimliğin Temel Elemanları

Kurumun görsel kimliğinin oluşturulmasında en yaygın kullanılan iki eleman isim ve semboldür. Bir kurumun ismi, kurumsal kimliğin en önemli elemanıdır. İsimden sonra kurumun görsel kimlik belirleyicisi olarak amblem, logo (özgünyazı), sembol ya da sembol ve logonun ikisinin birden kullanımı gelir.

Bunlar dışında kurumsal marka, kurumsal imza, bunların grafik sunumları, slogan, tipografi ve kurumsal renkler de kurumsal kimliğin temel elemanlarındandır.

Kurumsal marka, aynı zamanda ticari marka olarak da kullanılabilir, kimlik programının grafik temelini oluşturur ve önemi kabul edilmiştir. Çok ender olarak yanında kurumun ismi olmadan kullanılabilir. Kurumsal imza ise, genellikle kurumsal marka ile birlikte kullanılan, kurumun isminin uygun bir şekilde uygulanmış şeklidir. Bir ürünün benzer ürünlerden ayrılmasını sağlamak amacıyla üreticiler tarafından kullanılan tanımlayıcı simgelerdir. Saf yeni yünü simgeleyen uluslararası simge, ticari markaya örnek olarak gösterilebilir. Ticari marka tasarımlarında anlaşılır, uyarıcı, ürün ya da hizmete uygun ve kolay hatırlanabilme gibi özellikler aranır.

Slogan, tüketiciye ürünü anımsatmaya yarayan, çabuk öğrenilen, çarpıcı bir deyiştir. Bazı sloganlar ilk kullanımından çok uzun süre sonra bile anımsanır. Slogan her zaman kurumsal kimlik programının bir parçası değildir ama olabilir (Carter, 1985, s.31). Slogan logonun simgesel anlatımını güçlendirebilir. Kısa, kolay anlaşılır, ürüne ya da kuruma uygun, kolay tanınabilir, basit ve hatırlandığında hoş duygular çağırıştırabilir özellikte olmalıdır (Gürgen, 1990, s.94)

2.2.2.1. İsim

Bir kurumun ismi kurumsal kimlik yaratmada önemli bir faktördür. Kurum isminin pozitif değerler taşıması gerekmektedir. Pozitif değerleri taşıyan bir isme sahip olan kurumun ürettiği ürün ve hizmetlerin değeri artar. Kurum isimleri kurucu isimleri, tanım isimleri, anlamsız isimler, birleşik isimler, kısaltma isimleri ya da baş harflerden oluşabilir.

Birçok kurum kurucularının isimleriyle anılmaktadır. Bu kurumlar, kurumsal imaj açısından kurucularının karakterine sahipmiş hissi uyandırabilir (Sabancı, Levi's). Hatta bazı kurumların logoları kurucularının imzasından oluşmaktadır (Kellogg's).

Tanım isimleri, kurumun yaptığı işle ilişkilidir. Bu tür isimleri hatırlamak kolaydır fakat eğer çok genel bir isimse tescil ettirmek zordur.

Anlamsız isimler her ne kadar saçma kelimelerden oluşsa da, kısa, akılda kalıcı, güçlü ve görsel olarak da ilgi çekici olabilirler. Ancak bu isimlerin, kurumun yaptığı işle direk bir bağlantısı olmadığı için kendini kabul ettirmesi diğerlerine göre daha zordur.

Birleşik isimler birbirine benzer ya da tamamen farklı kelimelerden oluşabilir. Birleşik isimler kişilik doludur ve görselleştirilmesi kolay olur.

Kısaltma isimler yasal kurumsal isimlerden çıkmış ama söylenmesi uygun olmayan isimlerdir. Bu tür kısaltmalar yasal isim olmasalar da, kimliğin birincil ögesidirler. Pan American Airlines yerine PanAm kısaltmasının kullanımı buna bir örnektir.

Genelde kurum isminin söylenmesi zor olacak kadar uzun olduğu durumlarda kurum isminde baş harfler kullanılır. Bir süre sonra kullanılan baş harfler kurumun yasal ismi şekline dönüşebilir (IBM). Kurum orjinal ismiyle tanındıktan sonra isimde baş harflerin kullanımı işe yarar (DeNeve, 1992, s.7).

2.2.2.2. Amblem ve Logo (Özgünyazı)

Amblem, ürün ya da hizmet üreten kuruluşlara kimlik kazandıran, sözcük özelliği göstermeyen; soyut ya da nesnel görüntülerle ya da harflerle oluşturulan simgelerdir. Renkli veya renksiz iki veya üç boyutlu grafik olarak temsil edilebilen işaretlerdir de denebilir. Örneğin Mercedes'in yıldızı ya da Jaguar arabalarının Jaguari.

Amblem bir görsel ifade biçimidir ve kurum hakkında açık ve kısa mesaj verir. Bu nedenle amblemler doğru ve istenilen mesajı vermek üzere fir-

malar için özel olarak tasarlanmalıdır. Kurumsal kimlik tasarımı çerçevesinde amblemin kullanımı bir görsel ifade biçimi olarak bütünlük sağlamalıdır. Amblemen yanlış kullanımı kurum imajına olumsuz katkıda bulunabilir.

Logo, şirket isminin görsel olarak sunulduğu, kurum kimliğinin bir parçasıdır. Genellikle amblemlerle birlikte kullanılır ama Coca-Cola logosunda olduğu gibi, tek başına da belli bir markayı temsil edebilir.

Logo kurumu ifade eden harf, kelime veya rakamlardan meydana gelebilmektedir. Bu tür logolara IBM, 3M, 4711 veya Beymen'i örnek olarak vermek mümkündür. İki ya da daha fazla tipografik karakterin sözcük halinde okunacak biçimde biraraya getirilmesi ile oluşturulan ve bir ürün, hizmet ya da kuruluşu tanıtan marka ya da amblem özelliği taşıyan simgelerdir. Hem sözel, hem de görsel mesajlar veren logolarda yeni tasarlanmış ya da var olan tipografik karakterlerden yararlanılabilir.

Logo, okur yazar bir kitleye seslendiği için tarihsel olarak amblem ve diğer işaretlerden daha sonra ortaya çıkmıştır. Her logo tasarımı, tipografik bir deneydir. Başarılı logo tasarımları, içerdikleri simgesel yapı ile evrensel bir iletişim diline dönüşür.

Kuruluşların bazıları sadece logolarını kullanırken, bazıları da bir sembol ya da amblemlerle kendilerini ifade ederler. Kimileri ise hem logo, hem de sembolü bir arada kullanarak bunu gerçekleştirirler. Bazı kuruluşlar amblem ve logoyu aynı anda kullanarak hedef gruplarının zihinlerinde yer edinmeye çalışmaktadırlar.

Kurum işaretlerinin kuruluşlar için çok özel ve yararlı anlamları vardır. Kurum, sahip olduğu işaret aracılığıyla kendisini rakiplerinden hukuki olarak korur ve böylelikle kopya edilmesini veya kötüye kullanılmasını engeller.

Kurumlar için tasarımcılar tarafından işaretler oluşturulurken, dikkat edilecek olan bazı noktalar vardır. Seçilen işaretin kullanım yeri önemlidir. Seçilen işaret hem bir billboard'da hem de bir tükenmez kalemın tepesinde rahatlıkla kullanılabilmelidir). Her ne kadar moda akımları kurum işaretlerini çok etkileyip, kurumlar bu etki sonucunda değişiklik yapsa dahi, kuru-

luşlar çok fazla eskimeyecek olan işaretleri seçmelidirler. Kuruluşların dikkat etmeleri gereken bir diğer nokta, kurum tarafından seçilen işaretin kurumun iletişim araçlarında rahatlıkla kullanılabilmesi ve bir sınırlandırmaya tabi olmamasıdır. İşaretin kullanım koşulları o kurumun "kurum kimliği el kitabında" tarif edilmelidir, ancak bu kullanım basında yayınlanma koşulları da dikkate alınarak saptanmalıdır.

Basının ve reklamcılarının bir kurum işaretinin kullanımında karşılaşılan zorluğa örnek olarak, Hulusi Derici tarafından Koç kuruluşunun işareti verilmiştir. Bir koç boynuzu ve üç harflik bir tipografiden meydana gelen bu işaret basın ilanlarında ve hatta hiç bir yerde (kurallara göre) dışı olarak kullanılmamaktadır. Derici'ye göre bu büyük sorun teşkil etmekte ve dünyanın bir çok ülkesinde logolar dışı olarak kullanılırken, Koç için bu mümkün olamamaktadır (Okay, 1999, s.151).

Kurum işaretinin oluşturulmasında çeşitli imkanlar mevcuttur. Pazarda tipografik ve resimli semboller en yaygın olanlarıdır, nadiren sıradışı kurum işaretlerine de rastlamak mümkündür.

Kuruluşlar daha önceden de belirttiğimiz gibi, rakiplerinden ayrılmak ve mümkün olduğunca bağımsız ve karıştırılmaz bir kurum işareti edinmeye çalışmaktadırlar. Ancak bu durum pazarın gittikçe doyuma ulaşması ve her türlü kurum işaretinin, özellikle de harflerden oluşan işaretlerin, kullanılmasıyla gittikçe zorlaşmaktadır. Bu bakımdan kurumsal dizayn görevini üstlenen kuruluşlar, ajanslar işaretin tasarımında gittikçe zorlanmaktadırlar, çünkü amaç da zorlaşmaktadır. Bu amaç kapasitesi dolmuş bir ortamda, hedef gruplarının zihinlerinde yer edinmektir.

2.2.2.3. Tipografi (Yazı Türü)

Tipografi, yazı tipi seçme ve dizgi için metni düzenleme sanatıdır. Diğer bir deyişle alfabenin bütün harfleriyle birlikte özel işaretleri de içeren tasarımı yazı karakterlerinin kullanımınıdır. Uygun olmayan bir tipografi kullanımı iyi bir markayı olumsuz etkileyebilir ve markanın itibarını azaltır. Bu yüzden tipografi kullanımı kurumsal kimlik programı içinde önemli bir yer tutmaktadır.

Tipografi, bir kurumun temel elemanlarından birisidir. Bu yüzden kimlik oluşturma ve geliştirme sürecinde müşterinin yeni kimliğini basılı iletişimde nasıl kullanacağı göz önünde bulundurulmalıdır. Çoğunlukla kimlik sistemlerinde birkaç türde kullanım uygulanır. Tipografik seçenekler ya da birçok görüntü tipinin karışımını karışıklık yaratacak, yapıyı ve kurum kültürü ile ilgili değerleri bozacaktır.

Çok çeşitli tipografik varyasyonlar kullanılması kaos yaratır ve kurum stili- nin etkisini azaltır. Tipografi, şirketin kimliğine ya da basılı iletişimlerine dikkat çeker. (DeNeve, 1992, s.42). Harf fonlarını üst üste bindirmek, alışılmadık şekilde sıkı ya da geniş boşluklar güzel bir görüntü sağlayabilir fakat anlaşılır iletişimi de kötü yönde etkileyebilir.

Tipografi yazı aracılığıyla iletişimdir. Bu kavram bir posterdeki birkaç yazı satırından, büyük bir ansiklopedinin komplike metnine kadar her şeyi kapsamaktadır. Tipografi kurum tasarımcısının kullandığı bir araçtır. Seçilen yazı ve basılı malzemelerde yazının kullanımı tüm görsel firma kimliğinde karakteristik bir faktör oluşturmaktadır. Mevcut olan sayısız yazı türleri ailelerinden hangilerinin temel metin için, hangilerinin spotlar ve başlıklar için uygun olduğu dikkatli bir şekilde belirlenmelidir.

Kurumun seçeceği yazı kolay okunabilmeli ve net olmalıdır, ayrıca moda akımlarına yakın olmalıdır. Tipografinin seçiminde dikkat edilecek olan bazı temel kurallar mevcuttur:

- Seçilen yazı türü basılı malzemenin etki tarzı ve ifadesine uygun olmalıdır.
- Temel yazı olarak ince çizgili, hafif bir yazı uygundur. Metinlerde alt başlık için yarım koyu/kalın yazı karakteri seçilebilir.
- Temel metinde ve resim altı metinlerde vurgulanmak istenenler aynı yazı türünde fakat italik olarak verilmelidir.
- Metinde sürekli olarak yalnızca büyük harf veya küçük harf kullanılmamalıdır, çünkü bu tür yazılar okumada güçlük yaratmakta ve iyi bir basılı sayfa için uygun düşmemektedir.

Seçilecek olan yazının büyüklüğü kullanılacak olan basılı malzemeye ve amacına uygun olmalıdır. Bir metinde kullanılan yazı türü de aynı kalmalı ve yazının büyüklüğü de çok fazla değişiklikler göstermemelidir.

Kurum yazı türünü belirlerken, kendisine en uygun düşeni seçmeli ve daha sonraki iletişim çalışmalarında da sürekli aynı yazı türünü kullanmalıdır. Kimlik çalışması içerisinde yazı fontunun seçimi ve oluşturulması ile kurumun belli bir görünümü iletilme çabası gerçekleştirilebilmektedir.

Tıpkı kurum renklerinde olduğu gibi, seçilen yazı türüne de bazı nitelikler atfedilebilmektedir. Bu şekilde bir kurumun seçeceği yazı tipi ve onun kullandığı malzeme kimliğini etkileyecektir. Kurumun kendisine uygun olan bir yazı türü seçerek kimliğini iletilmesinde ve yansıtmak istediği imaja ulaşmasında etkili olacaktır.

Yazı türleri, fontlar arasında üst başlık için uygun olan çok sayıda font mevcuttur, ancak temel metin için uygun olanların sayısı o kadar çok değildir. Okumayı kolaylaştıran yazı türleri tercih edilmelidir ve bu tip yazı türüne örnek olarak Adrian Frutiger tarafından gerçekleştirilen ve basit ve açık bir font olmasının yanısıra, objektif enformasyonlar için de oldukça uygun olan "Universe" ve ondan biraz daha eski olan "Helvetica" tercih edilmektedir.

Günümüz bazı tanınmış kuruluşları kendilerine tipografi seçerken, mevcut olanlardan yararlanmayarak, tasarımcılara özel yazı türleri geliştirtmişlerdir. Böyle bir olaya en tipik örnek, daha önceden de değindiğimiz, Paul Rand tarafından IBM için geliştirilerek tasarlanan "City Medium" yazı türüdür. Bu font ile IBM hedef kitlesinde hızlı bir "yeniden tanınma, hatırlanma" yeteneğine sahip olmuştur.

2.2.2.4. Renk

Herhangi bir cisimden yansıyan ışığın gözle algılanması olarak tanımlanan renkler, tarih boyunca simgesel iletişim araçları olarak kabul görmüşlerdir. Renk her görsel kimliğin önemli ve anlamlı bir unsurudur. Renk bilimi alanındaki araştırmalar renk ve onun fizyolojik ve psikolojik etkileri arasında

kurala benzer bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Bu bilgi değişik hedef gruplarıyla yapılmış olan sayısız kontrol testleriyle de net bir biçimde doğrulanmıştır.

Renk bilimi araştırmacıları her renge farklı bir değer atfetmektedirler. Kuruluşlar da hedef gruplarında yaratmak istedikleri etkiye göre, kendilerine uygun gelen rengi seçmektedirler.

Renkler, fikirler uyandırma yoluyla duygular yaratmakta ve bellekte çağrışımlar yapmaktadır. Her rengin kendine özgü psikolojik bir özelliği bulunmaktadır. Renklerin doğru kombinasyonlarda ve doğru yerlerde kullanılması mesajların algılanmasını kolaylaştırmakta ve iletişim akışının işlerliğini sağlamaktadır.

Renkler ürünü muhafaza etmenin yanısıra onunla ilgili bilgi iletme, marka imajı oluşturma gibi fonksiyonları olan ve satış geliştirme açısından günümüzde önemli bir rekabet tekniği olarak kabul gören ambalajlama, tüketiciler ile dolasız iletişim kurma, tanıtım kampanyaları gibi tüm pazarlama iletişimi alt dallarında önemli bir araçtır. Simge ve imajların ön planda olduğu ve insanları yönlendirdiği günümüz toplumunda renkler güçlü ve kabul gören bir imaj yaratma amaçlı olarak da kullanılabilir (Gürel, 2000, s.58).

Renkler kişiler üzerinde şekillerden daha kuvvetli bir etkide bulunmaktadır. Renkler yön bulmaya ve yeniden bulmaya yarayan işaretlerdir. Bir kuruluşun yönetim çizgisi, verilen renklerle çizilmektedir. Örneğin; hafif, neşeli, kurum dinamiği, klasik, asil, sempatik gibi. Kurum rengi kuruluşa uymalıdır.

Temel renklerin çok sayıda kuruluş tarafından kurum rengi olarak kullanılmaktadır. Renk belirlemede bu gözönünde bulundurulması gereken önemli bir noktadır. Tüm renkler de kullanıldıkları için, artık bir rengin bağımsızlığı söz konusu değildir. Bu nedenle çok sayıda ek renk getirilmiştir, burada dikkat edilecek olan nokta, bir ya da iki rengin yönetimi ile alması ve diğer renklerin düşük oranda kullanılmasıdır. Renkler koruma altına (copyright) alınmadıkları için, ancak yoğun bir kullanımla pazarda geçerlilik kazanabilmektedirler.

- Renkler, kurumun özelliklerine göre oldukça farklı bir biçimde yaşanabilirler. Örneğin bir rengin bir kuruluştaki yaşanması, bir başka kuruluştan farklı olabilir. Bunun dışında renklerin hangi çevrede ve bağlantıda kullanıldıkları önem taşımaktadır. Yaptığı çağrışımlar kurumdan kuruma değişebilir.

- Renkler moda bakımından değişikliğe uğrayabilmektedirler. 1970'li yılların başında sıcak renkler modayken, 1980'li yılların ortasından bu yana beyaz, gri ve mavi gibi soğuk renkler tercih edilmektedir. Bir kere seçilen renk, daha sonradan oldukça zor değişmektedir, çünkü ani bir renk değişimi ile kuruluşun hedef grubu tarafından tanınması tamamiyle değişebilmektedir.

- Renklerin kültürlere göre farklı anlamlara sahip oldukları da unutulmamalıdır. Örneğin yeşil Brezilya'da hastalık çağrışımı yaparken, Danimarka'da sağlık alanının rengidir. Aynı şekilde Türkiye, Avrupa ve Kuzey Amerika'da saflık, masumiyet belirtisi olan beyaz, Hindistan'da matemi ifade eder. Bu özellikle uluslararası alanda faaliyet gösterecek olan kuruluşlar için dikkat edilmesi gereken bir noktadır.

Renklerin oluşturduğu anlam ve ilişkiler uzun süren deneyimler ve kültürel birikimler sonucu elde edilmektedir. Bu yüzden renklerin etkisi kültürden kültüre de değişebilmektedir. Renk aynı zamanda her insan için farklı anlamlar ifade edebileceğinden, seçiminde müşteriye de danışılmalıdır.

Kurum renklerinin kullanımında aşırıya kaçmamalı ve renkler çok fazla göze batmamalıdır. Rengin etkisi sakinleştirici ve kurumun ciddiyetini vurgulayıcı olmalıdır.

Tasarımcıların öncelikle dikkate aldıkları şey, müşterilerinin ihtiyaçları ve rengin nasıl çözüm getireceğidir. Renk duyguları harekete geçirerek dayanıklı bir kimlik oluşturabilir. Dikkat çekerek uzun ömürlü bir kimlik oluşturmaya, tanınmayı ve hatırlanmayı sağlamaya yardım eder. Uygun bir uygulamayla renk, markaları ve alt kurumları firmayla ilişkilendirmeye de yarar. Renk bir kurumun rakiplerinden ayrılmasını sağlayabileceği gibi, firma içindeki bölümleri de birbirinden ayırabilir.

Kurumsal renklerin standart kullanımı, kurumsal kimlik programının bütünlüğü için gereklidir. Bir kurumsal renkten bahsederken öncelikle renk farklılığına gerek olup olmadığına karar verilmelidir. Genellikle kurumsal kimlik oluşturulurken özel bir kurum rengi belirlenir. İkinci bir kurumsal renk bulmak maliyeti arttırıcı bir iş olduğundan genellikle tercih edilmez. Kurumsal kimlikler çoğunlukla Pantone renk sistemini kullanırlar. Bu gibi renk sistemlerinde, değişik boyalarla değişik kağıtlar üzerine, değişik baskı teknikleriyle basılmış renk kodları vardır. Tasarımcıya düşen sadece tasarımına ait rengin kodunu seçmektir. Kurumsal rengi seçmek incelik ister.

Müşteriye en uygun gelen renkler genellikle kırmızı, mavi ve yeşildir. Bu renklerin herhangi bir tonunu seçmek bile kimliği farklı bir noktaya çekebilir. Renk kurumun stilini belirleyerek iletişimini sağlar. Kurumun iletişimini sağlayan ve imajını belirleyen materyallerde renk sınırlandırılmamalıdır (DeNeve, 1992, s.42).

2.2.3. Kurum Kimliği El Kitabı

Kurum kimliği el kitabı, genellikle bir kuruluşun kurumsal dizayn ile ilgili kurallarını içeren bir kitapçıktır. Zaman zaman bu tip kitapçıklara kurum felsefesi ve kurum kültürü ile ilgili bilgiler de konulmaktadır.

Görsel kimlik programları antetli kağıt, zarf, kartvizit, dosya, fatura gibi ticari kağıtlara, basın ilanlarına, ambalaj tasarımlarına, mimari ve taşıyıcı araçlara ve iş önlüklerine uyulması zorunlu biçimsel standartlar getirmeyi amaçlar. Tasarım standartlarının yayılması ve sistemleşebilmesi için, her görsel kimlik programı bir kitap haline getirilir. Bu kitaplarda kurumun ihtiyaçları ve bu projeye ayrılan bütçe belirtildikten sonra; amblem, logo, renk ve tipografi üzerine bilgiler, ölçüler ve kullanım biçimleri açıklanır. Amaç; bütün tasarım unsurları arasında eşgüdüm sağlamak ve kurum hakkında olumlu ve akılda kalıcı bir izlenim yaratabilmektir (Becer, 1997, s.199).

Kurum kimliği el kitabı, kurumun kimliğinin uygulanmasında önemli bir rol oynamaktadır. Bu kitapçık bir yandan kurumun dizayn ajansının tasarlamış olduğu dizayn sistemleri, bir yandan da kurum tarafından bu konuy-

la ilgili belirlenmiş olan kuralları kapsayarak, kullanıcılarına bu konular hakkında bilgiler sunmaktadır.

Kurum kimliği el kitabı aşağıdaki hususları saptamalıdır:

- Hangi logo, nasıl ve nerede kullanılabilir
- Kurum renklerinin kullanımı
- İletişimde kullanılabilecek tipografiler (yazı karakterleri)
- Dahili ve harici dizayn (işaret sistemleri)
- Antetli kağıtlar ve dokümanların şekli, durumu vs.

Kullanıma kolaylık sağlaması açısından bu tip el kitapları genellikle bir klasörde kullanılan delikli sayfalardan oluşmaktadır. Böylelikle dizaynda meydana gelebilecek değişiklikler için, ilgili yerler çıkartılarak, yeni yerler yerine takılabilmektedir. Kurum kimliği el kitaplarının hazırlanması ve bastırılması masraflı bir iş olduğu için, bu yöntemle bu dezavantaj giderilebilir. El kitaplarının taşımaları gerektiği başlıca özellik, bilgileri kullanıcıya net ve açık bir biçimde iletebilmeleridir.

Kurum kimliği el kitapları kullanışlı, kısa ve öz olmalıdır. Nicholas Ind böyle bir el kitabına örnek olarak UNISYS kurumunun el kitabını vermektedir. Bu kitapçık sadece sistemin nasıl çalıştığını açıklamaz, aynı zamanda soru ve cevaplı bir yaklaşımla, neden yazı karakterinin seçildiğini, satış literatürünün nasıl dizayn edilmesi gerektiğini, ne tür kırtasiye malzemelerinin hazırlanması ve kurum renklerinin nasıl kullanılması gerektiğini açıklamaktadır.

Günümüzde teknolojinin hızla gelişmesiyle birlikte, kurumların içindeki dahili network ağlarına kurum kimliği el kitaplarının yüklenmeleri ve meydana gelebilecek güncel değişikliklerin, kurum kimliğinden sorumlu kişilerce bu iletişim ağına aktarılması mümkün olabilmektedir. Böylelikle kullanıcı örneğin belli bir konudaki mektup örneğine ihtiyaç duyduğunda, bunu bilgisayardan görme ve kendisine uygun olan bir kopya dökme imkanına sahip olmaktadır (Okay, 1999, s.166).

BÖLÜM 3

KURUMSAL KİMLİK, İMAJ VE KÜLTÜR

3.1. Kurumsal Kimlik ve Kurumsal İmaj Arasındaki Farklar

Kurumsal imaj ve kurumsal kimlik, birbirini desteklemelerine rağmen, çok karıştırılan ve genellikle yanlış kullanılan terimlerdir.

Kurumsal imaj, kurumsal kimliğin tersine, kurum ya da dış etkenler tarafından oluşturulmuş, planlı ya da plansız, görsel ve sözel bileşenlerin, izleyici üzerinde bıraktığı etkilerin birleşimidir. Bunlar, kurumun reklamları, kurumun hisse senedi fiyatlarındaki düşüş, yeni bir ürün yelpazesinin başarısı, deneyimsiz bir satış elemanının sinirli yaklaşımı ya da kurumun kamyon şoförünün yolda kalmış bir motorsikletliye yardım etmek için durması da olabilir. Bir kurumun hedef kitle ya da tek bir müşteri tarafından algılanışını etkileyen herhangi bir şey ya da herşeydir. Bireylerin herhangi bir kuruluşa ilişkin, bilgi ve deneyimlerine dayalı izlenimidir.

Kurumsal imaj bir kuruluşun çalışanları, hedef grupları (müşteriler, ortaklar vs), ve kamu üzerinde kurum kimliğinin etkisi sonucunda ortaya çıkmaktadır. Organizasyonun/kuruluşun kimliği aracılığıyla kişilerde organizasyon hakkında bir görüş, resim ve düşünce oluşmaktadır. Kamuoyunda kuruluş hakkında oluşmuş olan bu yabancı resim yalnızca soyut bir izlenimdir. Gerçekliğe çok yakın olabilir, fakat onunla tam olarak örtüşmez. Kurumun kendisi hakkında sahip olduğu düşünce ile hedef grubunun sahip olduğu düşüncenin örtüşmesi durumu ise ideal imajı oluşturacaktır. İmaj olması istenen, kimlik ise gerçekte var olandır (Okay, 1999, s.69).

İmaj en genel tanımıyla; bireyin zihninde bazı öğelerin etkileşimi sonucunda yavaş yavaş oluşan bir imgedir. Bu öğeler; bilgilenme düzeyi, sahip olunan yargılar ve sunulan olanak ve hizmetlerdir. İmaj, ona karşılık verecek tek bir kişi bile olsa gerçeklik taşır. Oluşturulan imaja verilebilecek tepkiler, iş dünyasında sahip olunan konuma göre değişiklik göstermektedir.

Ticaretin geliştiği bir ortamda, özellikle küçük çaptaki kuruluşlar kendilerini tanıtmaya yönünde öncelikle bir kimlik oluşturma çabası içindedirler. Bunun temel nedeni ise, bir imajın oluşumunun kurum kimliğine; yani kurumun iç ve dış hedef kitlesine kendini anlattığı toplam iletişimini yerleştirmesine bağlı olmasıdır. Bu açıdan bakıldığında kurum imajının önemi gözardı edilmemelidir. Kurum imajı, kurumsal kimlik sunumlarının ilgili gruplar üzerinde bıraktığı bütünsel algıdır ve kuruluşun yöneticisinden en alt düzeyde bulunan işçisine kadar çeşitli kuvvetlerin bileşimiyle olur (Ker, 1997, s.26).

Kısacası kurumsal imaj kuruluş hakkındaki görüş ve düşünceleri yani kurumun algılanış biçimi olmasına karşın, kurumsal kimlik ise kuruluşun fiziksel görüntüsü ile ilgilidir.

Kurum imajı, bir kurum veya kuruluşun kamuoyu tarafından algılanma biçimidir. Kişilerin kurum veya kuruluş hakkındaki bilgi ve deneyimlerine bağlı olan imaj, ya bilgi ve tecrübeyle elde edilir ya da kurum veya kuruluş kendi istediğı bir imajı belirli olay, kişi veya sloganlarla elde etmeye çalışır.

Pek çok kurum ve kuruluş sadece dizayn unsurlarını ön plana çıkararak ve çalışanlarına belli bir kıyafet giydirerek kamuoyunda bir imaj oluşturmaya çalışmaktadır. Oysa kurum kimliği çalışmaları çerçevesinde gerçekleşmeyen hiçbir kurumsal imaj, o kurum için uzun vadede başarılı olamaz.

Kurum imajı, kurum veya kuruluşun dışarıya yansıttığı görüntü olup, kurumun kamuoyu ile olan ilişkilerinde önemli bir yere sahiptir. Kuruluşun kendi algıladığı imaj, bir müteşebbisin kendi kuruluşunu nasıl gördüğü ve değerlendirdiğı ile ilgilidir. Diğer kimselerin kuruluş hakkındaki görüş ve düşünceleri ise yabancı imajı oluşturmaktadır. Kurum veya kuruluşun yaptığı araştırmalara göre kuruluşun ulaşmak istediğı imaja istenen imaj adı verilmektedir. Bunların yanında ürün, marka, transfer, mevcut, pozitif, negatif imaj gibi imajın çeşitlerinden de söz etmek mümkündür.

Bir kurum veya kuruluşun kamuoyunda nasıl bir imaja sahip olduğunu tespit etmesi için şu andaki imajın nasıl olduğunu, kamuoyunun ne kadarının kurum/kuruluşun farkında olduğunu belirlenmesi gerekir.

Kurum ya da kuruluşun ürün ve hizmetleriyle karşılaşan herkesin kurum/kuruluş hakkında edindiği bir imaj vardır. Her bireyin algılaması ve kuruma karşı attığı imaj farklıdır. Bir kurumun/kuruluşun imajından bahsederken kişilerin benimsedikleri görüşlerin toplamı söz konusudur. Burada kişileri hedef kitlelere ayırarak hangi hedef kitlenin kuruluşu nasıl algıladığını tespit etmek gerekir. Böylelikle de değişik hedef kitlelerin kuruluşu nasıl algıladıklarını tespit etmek kuruluşun faaliyetlerine yön vermesinde etkili olacaktır.

Kurum kimliğinin kurumsal dizayn, kurumsal iletişim, kurumsal davranış unsurlarını bir bütün olarak ele aldığımızda tüm bu unsurların kurum imajını da etkilediğini görmemiz mümkündür. Örneğin kuruluşun genel görüntüsü, kişiler de bir izlenim oluşturmakta, bu da kurum imajı şeklinde algılanmaktadır.

Kurum veya kuruluş herhangi bir şekilde ister yazılı, ister sözlü olsun, temasa geçen bir kimsenin kuruluş hakkında edindiği izlenimler de kurum imajını etkileyen faktörler arasındadır.

Bir kuruluş ile ilgili olarak herhangi bir bilginin yayılması imajı olumlu ya da olumsuz yönde etkileyecek, hatta bir imaj oluşumuna neden olacaktır. Özelde hedef kitlelerde genelde tüm toplumda oluşacak imaj, kişilerin kuruluş ile ilgili görüş ve tutumlarını etkileyeceğinden kuruluşlar açısından büyük önem taşımaktadır.

İyi bir imaj konusuna bilinmesi gereken önemli nokta onun nasıl kazanıldığıdır (Peltekoğlu, 1993).

Kişi, kurum ya da kuruluşlar yaptıkları faaliyetler ve sergiledikleri davranışlar nedeniyle hedef kitlede o anda kadar oluşturmuş oldukları olumlu imajın bozulmamasına neden olabilirler. Böyle durumlarda imajın bozulmamasına neden olan faktörler tespit edilmeye çalışılarak, kimlerin, neyi, neden düşündüklerinin belirlenmesi gerekir. Bozulmuş olan imajı düzeltmek için de hangi araçlardan hedef kitleye ne gibi mesajların iletileceği önceden saptanmalıdır. Bütün bu faaliyetler hedef kitlenin gözünde olumsuz imaj değişikliğinin tespit edilmesinden hemen sonra vakit kaybetmeden gerçekleştirilmelidir.

Kurum veya kuruluşlar sadece yaptıkları faaliyetlerle kamuoyunda tanınmayı beklememeli, kuruluşun durumunda meydana gelen değişiklikleri bildirmek, çağın koşullarına uygun yöntem ve araçlarla çalıştığını duyurmak, vasıflı işgücünü kuruluşa çekebilmek için de zaman zaman imajı destekleyici reklam faaliyetlerinde bulunmalıdır. İmajın toplumun gözünde hep aynı kalacağı düşünülmemelidir. Zamanla toplumda meydana gelen gelişmeler ve değişimler de imajın yenilenmesini gerektirebilir. İmaj durağan değildir, hareketlidir. Bu yüzden kurum veya kuruluş imajı hedef kitlenin nasıl gördüğünü tespit eden imaj araştırmaları yapılarak mevcut durum belirlenmeli, gerekli yenilikler, değişiklikler veya mevcut imajı pekiştirici faaliyetlerde bulunulmalıdır. Kurum imajını anlamaya ve yorumlamaya yönelik çalışmaların aynı zamanda kuruluşa karşı hedef kitlenin tutum ve davranışlarını da anlamaya yönelik olacağı unutulmamalıdır.

Kurum imajı ve kurum kimliğini birbirlerinden net çizgilerle ayırmak zordur. Kimlik ve imaj birbiri tamamlayan iki unsurdur. Kurum imajı bir kurum için olması istenilen bir noktayı tanımlarken, kurum kimliği ise var olan çabaları içermektedir. Yani, somut birtakım çalışmalar neticesinde insanların zihninde soyut olarak varolan düşünceler şekillendirilebilmektedir. Bu nedenle bir imaj oluşturmak için kurum kimliğinin bütün unsurları göz önünde bulundurularak istenen imaja göre şekillendirilerek harekete geçilmeli, faaliyetlere yön verilmelidir (Okay, 1999, s.57).

Kısacası imaj kurum ile doğrudan ilişkisi olmayan kişiler için kurum hakkında oluşan izlenimdir. İmaj soyut bir kavram olduğu için bu düşünceyi şekillendiren somut araç kurum kimliğidir. Kurumların kimlik oluşturma çabalarının arkasında olumlu bir imaja sahip olmak vardır.

3.2. Kurumsal Kimlik ve Kurum Kültürü

Kurum kültürü çalışanların davranışlarını ve kuruluşun görünüm şeklini etkileyen değer yargıları ve davranış tarzı sistemini ifade etmektedir. Kurum kültürü kısaca bir şirketin paylaştığı değerler, inançlar ve davranışlar olarak tanımlanabilir (Okay, 1999, s.67).

Kurum kültürü, bir kurum içinde uygun davranış ve biçimleri tanımlamak-

ta, bireyleri motive etmede ve belirsizliğin olduğu yerde çözümleri bulmaktadır. Tüm iç ilişkilerin düzenlenmesinde, firmayı yönetmede ve görünen, görünmeyen her seviyede etkisini göstermektedir. Bu yüzden başarılı olmak isteyen her yönetici, kendi kurum kültürünü oluşturmak, anlamak ve kontrol etmek zorundadır. Bu kurumsal davranışa açıklık getirerek kurum diğerlerinden farklı kılar (Frost ve Moore, 1985, s.59). Kurumdaki bireylerin kişisel davranışları belirleyen ve kurumsal davranışlarını yönlendiren temel değerlere kadar pek çok öge üzerinde etkisini gösterir. Kurumun temel değerleri, tören ve sembolleri örgütün başarısı ve performansı için önemli bir rol üstlenmektedir.

Bir kurumun, kendi kurum kültürünü oluşturmadan ve tanımlamadan kurum kimliğini oluşturması mümkün değildir. Bu yüzden kurumsal kimlik ve kültür birbirleriyle ilişkilidirler. Kurum kültürü olmayan bir kurumun kimliği tasarımcının yaptığı logo, antetli kağıt gibi tasarımlarla oluşturulamaz.

Kurumsal kimliğini doğru bir şekilde oluşturmaya çalışan bir kurum, öncelikle kendi kurum kültürünü oluşturmalıdır. Firma önce kendini tanımalı, ne yapmak istediğini belirlemeli ve ona göre bir tasarım stratejisi geliştirmelidir. Kültür oluşmadan verilen siparişlerle ortaya çıkan tasarımlar tek başına başarılı, şık elemanlar olsa bile o kurumla örtüşmez.

Görsel kimlik, kurum kimliğini ve kurum kültürünü açığa çıkarır ve iletişimini sağlar. Kurum kendi kültürünü net bir şekilde tanımlayamadıkça, tasarımcının o kurumun hakettiği işi yapması mümkün olamaz (Derici, 1996, s.42).

BÖLÜM 4

ARAŞTIRMA TASARIMI VE YÖNTEM

1. Sorun

Araştırma sorunu veya araştırmanın çıkış noktası, genel anlamda kurumsal kimlik tasarımının yeni bir mecra olan internete yansması ve kurumsal kimlik öğelerinin web sitelerinde ne şekilde kullanıldığının bankaların web siteleri üzerinden incelenmesidir. Bu soruna bağlı olarak belirlenen kurumsal kimliğin temel elemanlarının bankaların web sitelerindeki etkinliği araştırılmıştır. Kurumsal kimliğin temel elemanları kurumla ilgili her şeyde olduğu gibi bankaların web sitelerine de doğru şekilde yansıtılmalıdır.

2. Amaç

Araştırmanın amacı;

- 1- Kurumsal kimliğin temel elemanları bankaların web sitelerinde ne şekilde kullanılmışlardır?
- 2- Bankaların web sitelerinde kurumsal kimliğin temel elemanları dışında dikkat çeken noktalar var mıdır? Bunlar nelerdir?
- 4- Web sitelerinin, bankaların genel imajına etkileri nelerdir?

3. Yöntem

3.1. Araştırma Modeli

Bu araştırma sayısal olmayan bir araştırma yöntemidir. Görüşme tekniği kullanılmıştır. Söz konusu araştırma tezin başında, kuramsal kısımda sözü edilen ve kurumsal kimliğin görselleştirilmesinde önemli rol oynayan kurum kimliği elemanlarının etkin ve etkili bir şekilde kullanılıp kullanılmadığı üzerine konumlandırılmıştır. Araştırmaya katılan deneklere bankala-

rın web sitelerini hakkındaki görüşleri sorulmuş ve bunlar yazılı olarak alınmıştır. Bunun için açık uçlu form kullanılmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Birinci örneklem evreni, Türkiye’de faaliyet gösteren ve web siteleri olan kamu ve özel bankaları kapsamaktadır.

İkinci örneklem ise 10’u grafik tasarımcı, 10’u da çeşitli meslek gruplarından tesadüfi olarak seçilen 20 internet kullanıcısıdır.

3.3. Veriler ve Toplanması

Araştırma verileri seçilen 20 kişinin, bankaların web sitelerini incelemesi sonucunda toplanmıştır. Deneklere 32 bankanın web siteleri incelenmiş ve görsel olarak yorumlamaları istenmiştir. Siteleri yorumlarken deneklerden özellikle kurumsal kimlik elemanlarına dikkat etmeleri istenmiştir.

3.4. Verilerin Çözümü ve Yorumlanması

Veriler deneklerden yazılı halde istenmiş ve daha sonra yorumların tamamı okunmuştur. Bu süreç üzerinde durulan konular hakkında genel bir izlenim oluşturmıştır. Bundan sonra literatür taramasında değinilen konular ve görüşlerdeki eğilimler veya benzer konular göz önünde bulundurularak genel kategoriler oluşturulmuştur. Genel kategoriler belirlemenin amacı, çok yoğun miktardaki yazılı niteliksel verinin daha sağlıklı bir şekilde analiz edilmesidir. Belirlenen kategoriler şöyledir;

1. Kategori:

A) Kurumsal kimlik elemanlarının web sitesinde kullanımı

- 1) Web sitesinde amblem ve logotype kullanımı
- 2) Web sitesinde renk kullanımı
- 3) Web sitesinde tipografik yaklaşım
- 4) Web sitesinde slogan kullanımı

B) Kurumsal kimlik elemanları dışında kullanılan görsel öğeler

C) Hareketli görüntü kullanımı (Flash uygulamaları ve gif animasyonlar)

2. Kategori:

- A) Web sitesinin fonksiyonelliği
- B) Web sitesinin içeriği
- C) Web sitesinin güncelliği

3. Kategori:

Bankaların web sitelerini tanımlamak için kullanılan sıfatlar ve web sitelerinin bankaların kurum imajlarına etkileri.

Kategoriler belirlendikten sonra yazılı veriler bir daha derinlemesine okunmuş ve belirlenen kategoriler ile ilgili olan fikir ve düşünceler renkli kalemle işaretlenmiştir. Ardından işaretlenen kısımlar ilgili oldukları kategorilerin başlığı altında toplanmıştır. Bu işlem sonucunda belirlenen her kategorinin altında deneklerin o kategoriler ile ilgili görüşleri biraraya getirilmiştir. Ardından bu kategorilere ait fikirler ve düşünceler daha kapsamlı incelenmiş, belirli ortak noktalar ve eğilimler belirlenerek ileri analizler gerçekleştirilmiştir.

BÖLÜM 5

ARAŞTIRMA SONUÇLARI

1. Bulgular ve Yorum

Yapılan araştırmaya bağlı bulgular ve bunların yorumları belirlenen kategorilerin ışığında gerçekleştirilecektir.

1. Kategori:

A) Kurumsal kimlik elemanlarının web sitesinde kullanımı

1) Web sitesinde amblem ve logotype kullanımı:

Amblemin ve logonun renklerindeki farklılıklar ya da zeminde kullanılan renklerle amblemin renklerinin uyumsuzluğu, denekler tarafından bankaların web sitelerinde dikkat çekici özellikler olarak belirtilmiştir.

“Amblem renklerinde orjinaline sadık kalınmamış.” (Emlak Bankası)

“... ana sayfada ve alt sayfalarda kullanılan amblemlerin renkleri ton farklılıkları gösteriyor, küçük ama önemli bir ayrıntı.” (İktisat Bankası)

“... logosunun hareketli olması hoş, fakat renk tonlarıyla ilgili göz alıcı ve belkide rahatsız edici nitelikte problemler var.” (Emlak Bankası)

“Koyu lacivert, mavi karışımı fon Bank Ekspres’in öne çıkması gereken amblemini yok etmiş durumda. Devam sayfalarında da amblem sol üst köşede yer almasına rağmen lacivert fonda kullanılmaması gereken cam göbeği rengi ile yer almış, bu da amblemin dikkat çekmemesine neden olmuş. Bank Ekspres sıradan bir yazı, onu öne çıkarması gereken amblem tasarımı sona itilmiş, öyleki giriş sayfasında bile yazı içinde farklı renkte yazılması düşünülmemiş. Devam sayfasındaki fotoğrafa bile amblem patlamış olarak dikkat çekerken sayfa tasarımcıları en etkileyici logoyu nedense kullanmamışlar bu büyük eksiklik. Bank Ekspres’in web sayfalarını sıradan hale dönüştürmüş. Kendini tanııtımda isimle birlikte en önde olması gereken amblem konusunda başarısız.” (Bank Ekspres)

"Amblemın güzelliği, logonun çirkinliği ile kayboluyor. Soluk ve ölü bir renk, amb-
lemle bloklanmış iki satırlık logo..." (Halk Bankası)

Denekler tarafında göz önünde bulundurulmuş bir diğerk özellik de amb-
lem ve logonun sayfa içinde kullanımından kaynaklanan problemlerle ilgili. Ba-
zı bankaların amb-lem ve logoları yeterli büyüklükte bulunurken bazıları-
nın sayfa içinde etkisiz bulunması söz konusu.

"Amb-lem genel yapıya bakıldığında çok arka planda kalıyor, fakat background
rengi ile iyi bir kontrast sağlıyor..." (Yapı Kredi Bankası)

"Kentbank amb-lemının yazıların altında gözükmesi ince karakterli açık renk yazı-
ların silinmesine yol açıyor." (Kentbank)

"Çok büyük, gereksizce büyük amb-lemeler silsilesi var." (Dışbank)

"Emlak Bankası amb-lemının diğerk ikonlardan daha önce belirmesinin daha etkili
olacağını düşünüyorum." (Emlak Bankası)

"Koca bir mühür gibi, sayfanın orta yerinde bir amb-lem, bir sonraki sayfa zemi-
ninde ki resim olmasaymış anında sıkılacakmışız..." (TEB)

"Akbank'ın dikkat çekici logosu bile sayfa karmaşası içinde kaybolmuş durumda"
(Akbank)

"Giriş sayfası ve devam sayfalarında logo patlamıyor... Düşünebiliyormusunuz? Ki-
tabevinden aldığınız bir kitabın önce yazarı, bastırılan matbaa, tarihi, fiyatı, önsö-
zö, hatta özeti yer alacak, kitabın adı da köşede bir yer bulacak! Denizbank'ın web
giriş sayfası bana bu yaklaşımı çağrıştırdı." (Denizbank)

"Amb-lem/logo çok daha öne çıkmalıydı" (Dışbank)

"Logo ve amb-lem ikinci planda kalmış" (Esbank)

"Logo ve amb-lemın kırmızı-mavi bant üzerinde boşlukta yer alması, Etibank'ı öne
çıkartıyor" (Etibank)

"Amb-lem ve logo renk karmaşası içinde kaybolmuş" (Körfezbank)

"Giriş sayfasındaki amb-lem ve logo gözü rahatsız edecek şekilde patlatılmış..."
(Tekstilbank)

"Toprakbank'ın amb-lemının fonda kullanımı, amb-lemi beyinlere yerleştiriyor,
görsel açıdan eleştirilebilecek bu tasarım işlev açısından olumlu" (Toprakbank)

"Amb-lem ve logo beyaz zeminde öne çıkıyor" (Yurtbank)

"Gereksiz büyüklükte kullanılan bir amb-lem..." (Emlak Bankası)

"Sayfalar logonun hakimiyeti üzerine kurulmuş" (Finansbank)

"Sayfaya hakim olmasına izin verilmekle kalmayıp, tasarımı binbir parçaya bölen
bir amb-lem konumlandırılmış" (Toprakbank)

"Logo sayfalara haddinden fazla hakim olmuş" (Ziraat Bankası)

"... giriş sayfasının genelinde amblem ve logo hemen göze çarpmıyor biraz göz gezdirmek lazım" (Bayındırbank)

"Demirbank'ın sloganı, amblem ve logotype'ından daha büyük gözüküyor bu bence doğru bir yaklaşım değil. Kurumsal kimliğin en önemli elemanlarından biri olan logonun daha öne çıkması gerekirdi bence" (Demirbank)

"Logo giriş sayfasında biraz küçük kalmış, genel konsept kurulurken o atlanmış gibi ama iç sayfalarda olması gereken yere gelmiş" (Denizbank)

"Zemindeki amblem siteye ayrı bir değer katıyor. Logo biraz küçük kalsa da zemindeki amblem ile göz birbirini tamamlıyor" (Dışbank)

"Fondaki amblem ilgi çekici. Birtek üstteki hareketli yazı biraz görsel yapıyı bozuyor o kadar, fondaki beyaz ve amblem güzel kaynaşmış ve gözü rahatsız etmiyor, aksine sayfa genelinde çok güzel duruyor... logo biraz küçük kalmış gibi geldi bana o kadar" (Dışbank)

"... amblem ya çok küçük ya da çok büyük kullanılmış, zaten amblemin logotype ile bir oranlaması yok" (Emlak Bankası)

"Logo ve amblem uygulamaları çok belirsiz bir şekilde yer almış" (Bayındırbank)

"Logo ve amblem çok etkisiz kullanılmış. Ben buradayım demiyor" (Denizbank)

Amblemin site içinde hareketli kullanımı da denekler tarafından dikkat çeken ve üzerinde durulan özelliklerden biri.

"... kimi yerlerde Etibank ambleminin hareketli olması çok güzel." (Etibank)

"Linklerde giriş sayfasında yukarıdan aşağıya hareket gösteren Emlak Bankası logosu birden kendi etrafında dönmeye başlıyor, etrafında kalın, lacivert ve karanlık bir bant var. Sanırım bankanın bir önceki şirin, sıcak ve sevimli girişinden sonra esrarengiz bir havaya bürünmesi sağlanmaya çalışılmış." (Emlak Bankası)

"Amblem site içersinde sürekli bir hareket halinde, nasıl bir şey olduğunu görmek için browserı stoplamak gerekiyor. Logotype ise ambleme göre çok büyük ve oransız, ayrıca net bile değil." (Emlak Bankası)

Web sitesi içinde amblem ve/veya logonun sadece giriş sayfasında kullanılması ve diğer sayfalarda görülmemesi denekler tarafından olumsuz bulunan özelliklerden. Ayrıca giriş sayfasında da amblem ve logonun birlikte kullanılmamasına da dikkat çekilmiş.

"Amblemi bütün olarak görmek mümkün değil. Aynı şekilde bankanın ismini de sadece yazdığınız satırda görebiliyorsunuz, site içersinde yer alamaması çok yanlış." (Emlak Bankası)

"... alt sayfalarda da bankanın ismine rastlamak mümkün değil, sadece amblem kullanılmış." (Yapı Kredi Bankası)

"Ana sayfada Emlak Bankası'nın logotype'ı kullanılmamış ve kimlik sadece amb-
lem ile verilmiş, bence bu büyük bir hata... iç sayfalarda bankanın amblem ve lo-
gotype'ını birlikte görebiliyoruz ve bu sefer de amblem yine hareketli ve kurumun
en önemli belirtici olan amblem ve logotype bu sitede doğru olarak kullanılma-
mış malesef, kendi aralarında bir bütünlüğü ve oranı bile yok" (Emlak Bankası)

"Ana sayfada ilk eksiklik Emlak Bankası sadece amblemde var olmuş, hiçbir yerde
Emlak Bankası yazmıyor, insanların Emlak Bankası'nı her yönüyle bildiği varsayı-
mış sanırım..." (Emlak Bankası)

"... logonun sadece ilk sayfada olması hoş değil" (Şekerbank)

"Ayrıca İş Bankası amblesini de giriş sayfasında görmek mümkün değil. İnsanın
gözü bankanın tanıdık amblesini görmek istiyor." (İş Bankası)

**Amblem ve logonun hiç kullanılmaması gibi çok sık tekrarı da olumsuz
yönlerden biri.**

"Yonca yaprak amblesinin sık kullanılması da rahatsız ediyor; bir sayfada dört
kez..." (Garanti Bankası)

**Amblem ve logonun her sayfada aynı düzen içinde aynı yerde kullanımı
deneklerin dikkatini çeken birçok özellikten biri.**

"Amblem ve logonun aynı renklerde ve her sayfada aynı yerde kullanılması güzel"
(Pamukbank)

"Amblem ve logonun beyaz üzerinde ve aynı yerde kullanımı sadelik ve ciddiyet
ifadesi..." (TEB)

"Pamukbank'ın logosu her sayfada aynı yerde doğru bir görselle kullanılmış, bu
da kurumsal kimliklerinin siteye doğru olarak yansıtıldığı anlamına gelebilir." (Pa-
mukbank)

2) Web sitesinde renk kullanımı:

Sitenin genelinde renklerin uyumu ya da uyumsuzluğu denekler tarafın-
dan ilk başta dikkati çeken özelliklerden. Bazı bankaların zemin renkleri
amblem ve logolarıyla uyumsuz bulunurken, diğer bazı bankalardaki renk-
lerin uyumlu seçimi o bankaya karşı yaklaşımları olumlu etkiliyor.

"Grafik anlayışın bozulmadığı tüm sayfalarda siteye akıcılık ve sıcaklık katan renk
uyumu da Pamukbank'ın kurumsalından geliyor olsa gerek" (Pamukbank)

"Gözü yormayan renk seçimleri sitedeki hızlı akışı sağlıyor." (Yapı Kredi Bankası)

"Akışkan ya da suyu hatırlatan renkleri iç ferahlatıcı, sakin ve huzurlu" (Abank)

"Renkler hoşuma gitmedi. Mor, yeşil ve şeker pembesinin birlikte kullanımı son derece itici." (Şekerbank)

"Zemin renk seçimi başarılı. Kurum rengi ile uyumlu bir renk seçilmiş. Renklerden dolayı site biraz monoton. Canlı, dinamik renkler kullanılabilirdi." (Garanti Bankası)

"Siyah, kırmızı ve bayazın uyumu çok başarılı bir şekilde kullanılmış. Kırmızının yoğunluğu siteyi daha çekici hale getiriyor. Alt sayfalar yine üç rengin ağırlığında, genel bütünlüğü ve dinamizmi koruyor." (Pamukbank)

"Giriş sayfasındaki mavi ve yeşil tonlarının göze hoş gelen görüntüsü sonraki sayfalarda kahve ve mavi tonlarına çizgi haline dönüşmüş, tasarımcılar giyim modasındaki kahve-mavi uyumunun web sayfasında yakışacağını düşünmüş olsalar gerek ama ne yazık ki internet sayfalarında giyimdeki uyumdan çok uzak kalmış... renklerde açık koyulu oluşumlar başarısız." (Dışbank)

"Pembe? Adının şeker olduğundan kaynaklanıyor herhalde. Logo ve amblem kullanımı mevcut ama kullanılan fon rengi ile hoş bir görüntü vermiyor." (Şekerbank)

"Renk seçimi mükemmel yakın. Siteye komple yeşil ve krem renklerin hakim olması iyi bir seçim." (Garanti Bankası)

"Şeker pembesi fon üzerine parlak ot yeşili butonlar, uyumsuzluk adına verilen güzel bir örnek." (Şekerbank)

"Renkler harika, mavi ve beyaz çok iyi bir uyum içersinde." (TEB)

"Birbiri ile uyumsuz renkler kullanılmış olsa da, bu kesinlikle dikkat çekmiyor ve siteyi herhangi bir olumsuzluğa itmiyor. Sanırım sitede varolan tek problem zemin renginin turuncu olması." (Egebank)

"Site açılır açılmaz renklerin bu kadar uyumsuz kullanılması... insanı şaşırtıyor. Şekerbank'ın kendi rengiyle uyumlu bir site hazırlanabilirdi." (Şekerbank)

Bankaların web sitelerinde çok fazla renk kullanımı kadar, renksizlik de olumsuz ve rahatsız edici bulunuyor.

"... göz yoran ve gereksiz yere kullanılan renklerle şenlendirilmeye çalışılan tipik bir Akbank mizanseli..." (Akbank)

"Genelde insanları rahatlatan bir renk olan yeşil bu sayfada insanı çok boğuyor." (Kentbank)

"... bu site, renk bakımından zayıf gözükte. Belki çok daha aktif maviler ve sıcak renklerle neşelenebilirdi." (Denizbank)

"Renklerin softluğu sayfanın çekiciliğini azaltmış." (Etibank)

"Renk seçiminde daha canlı renklerin seçilmesi iyi olurdu. Hareketin olduğu bu sayfa, bu pasif renkler ile aşağıya çekilmiş." (Koçbank)

"Sekiz on renk, kullanılan uyumsuz renklerin bir araya geldiği, gözü yoran bir sayfa düzeni." (Körfezbank)

Bazı bankaların web sitelerinde yoğun olarak beyaz rengi kullanmaları, genelde denekler tarafından olumlu olarak niteleniyor.

"Ak pak sayfalardan biri. Pamuk gibi bir beyazın üstüne yoğun kırmızı yerleştirilmiş. Bu kırmızı daha koyu bir kırmızı olsaydı daha çekici olabilirdi diye düşünüyorum." (Pamukbank)

"Sağdaki büyük alanda zemine gömülü harfler ve motifleşme, bembeyaz olan bu sayfaya az da olsa hareket ve ruh kazandırmış." (Kentbank)

"Beyaz fonda etkileyici bir grafik tasarım. Amblem ve logonun öne çıktığı, flu resimlerle sadeliği, berraklığı, açıklığı çağrıştıran bir sayfa." (İktisat Bankası)

Bankanın kurum renginin sitenin genelinde yoğun olarak kullanımı, kurumsal kimlik açısından doğru bulunsa da, genel görünüm açısından bazı yerlerde rahatsız edici olabiliyor.

"Gözlerin alıştığı o kurumsal kimlik, renkler ve tipografi siteyede taşınmış ve kullanıcı için gayet renkli bir hale gelmiş. Sıcak renklerin yoğun olarak seçildiği ana sayfa akışın devamlılığını sağlamaya yeterli oluyor." (Egebank)

"Genel olarak kurumun kendi renkleri kullanılmış bu, sitede bütünlük sağlıyor." (İktisat Bankası)

"Garanti Bankası şubelerindeki yeşil renkle bütünleşmiş durumda, web sayfasında da aynı yeşil kendinizi Garanti'de bulduğunuzu göstermesi açısından başarılı. Kurum kimliği öne çıkıyor." (Garanti Bankası)

"Kurumsal renkler çok güzel işlenmiş, göze hoş geliyor." (Garanti Bankası)

"Kentbank'ın kendi renkleriyle bir sayfa hazırlaması güzel, fakat yeşilin koyu kullanılması sayfaları çok boğuyor. Özellikle yeşil çalışılmış fakat, yeşilin farklı tonlarının kullanılması herşeyi birbirine karıştırmış." (Kentbank)

"... zemin rengi biraz kullanıcıyı yorsa da, kurumsal renk kullanımı açısından doğru bir karar." (Egebank)

Bankanın kurumsal renkleriyle çelişen renklerin yoğun oranda kullanımı denekler tarafından olumsuz bulunan bir özellik.

"Çok koyu bir zeminle gelen, kurum kimliğinden epey uzaklaşmış bir ana sayfa ile karşı karşıya kalıyoruz." (Sümerbank)

"Koyu renkdeki açılış sayfası kullanıcıya beni geç hadi çağrışımı yapıyor, insanın içini karartan bir renk seçimi." (Sümerbank)

"Fon renginin koyu olması boğuculuğa neden olmuş." (Sümerbank)

3) Web sitesinde tipografik yaklaşım

Bazı bankaların web sitelerindeki karmaşık tipografik yaklaşım, denekler tarafından sitenin görsel yapısına zarar verici bulunuyor.

"Yazıların bazıları çok küçük bazıları çok büyük. Bir denge yok aralarında. Türkiye Emlak Bankası yazısı ile Genel Müdür Yardımcıları yazısı neredeyse aynı büyüklükte. Ama menüde yazan yazılar okunamayacak kadar küçük kalmış." (Emlak Bankası)

"Giriş sayfası genel intiba ile biraz karmaşık, bu karmaşıklığı tabiki kullanılan metin sağlıyor, giriş sayfalarında bu kadar metin kullanmak çok hatalı." (Demirbank)

"Başlıklarla, başlıklara bağlı metinler birbirlerinden zorlu ayrılıyor. Logo olmasa anlaşılamayacak bile denebilir." (Körfezbank)

"Yazılar çok küçük, okunması zorlaşmış. Birbirleri arasında bu kadar boşluk bırakılmasaydı hiçbir şey okunmayacaktı sanırım." (Kentbank)

"Okunma zorluğu çekilen, daha çok Tatilya'yi andıran tipografi.." (Emlak Bankası)

"Sıkıştırılmış yazılar ilk etapta sıkıcı ve zevksiz." (Akbank)

"Sağ tarafta yoğun bir yazı kümesi var, bu karmaşaya yol açıyor." (Bayındırbank)

"Yazılar çok büyük, yorucu ve sıkıcı." (Dışbank)

"Fazlaca büyük, anlamsızca kocaman yazıların yanında birden çok küçük yazılar beliriyor." (Şekerbank)

"... giriş sayfasında aksayan tek nokta tipografik dildeki karmaşa denebilir, sık ve çağdaş bir tipografi anlayışının yanısıra klasik bir anlayışta hüküm sürüyor." (Esbank)

"... yazılı anlatım karmaşa içinde, okunaksız." (Yurtbank)

"...yazı karmaşası içersinde vermek istediği mesaj kayboluyor." (Etibank)

Karmaşık tipografik yaklaşım içindeki web sitelerinin aksine, denekler tarafından, bazı sitelerdeki zaman zaman çağdaş zaman zaman sade ve anlaşılır yapının siteye değer kattığı düşünülüyor.

"Tipografisi sade, anlaşılır ve gayet başarılı." (Egebank)

"... tipografisi sade ve düzgün, işini görüyor ve izleyiciyi yormuyor." (Bayındırbank)

"Yazıların düzeni ve netliği de siteyi başarıya taşıyor." (Bank Ekspres)

"Yazı karakterleri gayet net ve anlaşılır şekilde düzenlenmiş." (Akbank)

"Zemin rengine uygun bir tipografi rengiyle okunması kolay." (İş Bankası)

"Web tasarımında çok önemli bir yeri olan tipografi doğru ve tamamlayıcı bir şekilde kullanılmış." (Yapı Kredi Bankası)

"Güzel tipografik düzenlemeler yapılmış, uygun renkler seçilip kullanılmış başarılı bir site" (Esbank)

"Tipografik dil görselliği ile olmasa da kullanışı ile çağdaş bir web dizaynı yakalamış gibi gözüküyor." (Yapı Kredi Bankası)

4) Web sitesinde slogan kullanımı

Web sitelerinde bankaların sloganları öne çıkması gereken bir özellik olarak karşımıza çıkıyor. Bazı bankaların sloganlarının hiç olmaması ya da etkisiz kullanılması dışında birkaç sitedeki gereğinden büyük kullanımı da diğer kurumsal kimlik elemanlarını geri plana itiyor.

"Genel olarak gözüme çarpan ilk tasarım problemi, sloganın çok büyük olması, amblem ve logo ile yarışır bir hali var." (Demirbank)

"Hizmetleri açısından 'Tam Gün Hizmet' sloganı sayfada gerekli önemde verilmemiş." (Bank Ekspres)

"Demirbank yıllardır radyolarda her sabah duymaya alıştığımız sloganı giriş sayfasının manşetine taşıdı. 'Demirbank İyi Günler Diler' bu slogan Demirbank adı ve logosunun önüne geçmiş." (Demirbank)

"Sloganı 'Bir Bankadan Fazlası...' çok etkileyici olmasına rağmen yeterli vuruculukta değil ve grafik tasarımı ile bütünleşememiş bir görüntü içinde." (Emlak Bankası)

"Sloganı etkili bir biçimde sayfalara taşıyamıyor." (Esbank)

"Bankanın sloganı gereğinden büyük kullanılmış..." (Demirbank)

"Etkili sloganı 'Şubesiz Bankacılık' yeşil içinde kayboluyor. Öne çıkarılması gereken en önemli konulardan birisi bu." (Garanti Bankası)

B) Kurumsal kimlik elemanları dışında kullanılan görsel öğeler

Kurumsal kimlik dışında sitelerde kullanılan görsel öğeler fotoğraflar ve ikonlar şeklinde beliriyor. Genelde fotoğraf kullanılması, çok karmaşık değilse tercih edilen ve aranan bir özellik olarak karşımıza çıkıyor. İkon ve butonların kullanımı ise eğlence ve pratiklik açısından tercih ediliyor.

"Tiporafi ile yarışan imajlar, sayfada neye yönelmeniz konusundaki kararınızı zorlaştırıyor." (Akbank)

"... ikonları ile amatörleşmeye başlayan bir site ile karşı karşıya kalıyoruz" (Dışbank)

"... imaj destekleriyle sıcak ve uyumlu bir sayfa tasarımı olmuş" (İktisat Bankası)

"İkon seçiminde de doğru ve basit seçimler yapılarak site eğlenceli bir hale getirilmiş." (Pamukbank)

"... sayfayı zorlayan kolaj yoluyla bir imaj çalışması var" (Sümerbank)

"... imajların sayfaya dağılımı ve bıraktığı lekeler düzgün ve karmaşa yaratmayan bir tasarım uygulanmış" (TEB)

"Ana sayfada kullanılan hareketli görüntüler ve pastel tonlar çok etkileyici. Görsellik çok güzel sağlanmış, butonlar gösteriştense uzak." (Abank)

"Görsel açıdan çeşitli fotoğraf veya resimlerle desteklenseydi daha iyi olabilirdi" (Garanti Bankası)

"Kullanılan resim müşteri memnuniyetini ve çağdaş yaşamı simgeler biçimde" (İktisat Bankası)

"Sayfaları çerçeveleyen metal görünümlü çıta tek kelime ile çok kötü" (Bank Ekspres)

"... beyaz zemin üzerinde kullanılan büyük fotoğraf canlılık katmış" (İktisat Bankası)

"... deniz konseptini kullanmaları çok mantıklı ama biraz daha görsel olabilirdi. Bunun yanı sıra ikonlar güzel düşünülmüş, fazla yer almasa da sitede bulunduğu yerlerde güzel duruyor." (Denizbank)

"... butonların yerleşimi, sıkışıklığı kötü. Ön sayfadaki genel müdürlük binası, Anadolu'da ki kredi verdiği küçük sanayicileri kaplan kafası ve kükremesiyle bütünleştirmesi son derece aşağılayıcı ve çirkin, 75. yıl ambleminin yer alışı yanlış." (Halk Bankası)

"Flu resimlerle sadeliği, berraklığı, açıklığı çağrıştıran bir sayfa" (İktisat Bankası)

"Sayfanın orasına burasına anlamsızca yerleştirilmiş metal efektlerinin pek hoşuma gitmediğini söylemeliyim." (Bank Ekspres)

C) Hareketli görüntü kullanımı (Flash uygulamaları)

Sadece bazı bankaların web sitelerinde kullandıkları hareketli görüntüler denekler tarafından ilgi çekici bulunuyor.

"Sürekli hareket halindeki birkaç tane animasyon siteye daimi olarak hareket veriyor... butonların üzerine geldiğinizde hareket eden orta kısımdaki animasyonlar çok etkileyici" (Koçbank)

"Butonlar flash animasyonla geliyor, animasyon hoş" (TEB)

"Butonların yerleşimi güzel ve hareketli resimlerle süslenmiş. Bu çarpıcı ve etkili" (Koçbank)

"... butonların bankanın logosu olması ve hareketli oluşu oldukça güzel" (TEB)

"Ekranın solunda yer alan animasyon oldukça çekici. Hem teknoloji hem de insan sıcaklığı birarada." (Koçbank)

"Ana sayfaya girişimizde karşılaştığımız flash animasyon uygulamaları sayfaya ayrı bir hareket getirmiş." (Koçbank)

"Site girişinde flash uygulamaları ile farklı bir oluşum içersine girmiş ve bu oluşumda oldukça başarılı olmuşlar." (Koçbank)

"Dil seçimi yapıldıktan sonra gelen ana sayfa flash ile hazırlanmış ve oldukça ilgi çekici bir tasarımı var, ... sitenin genelinde flash uygulamaları oldukça başarılı ve dikkat çekici, bu uygulamalar sayesinde kullanıcılar siteye daha da yakınlaşıyor ve kullanım daha zevkli hale geliyor." (TEB)

"Flash ile hazırlanmış giriş sayfası oldukça başarılı ve siteye bağlandığınız anda farklı bir dünyaya adım attığınız izlenimi veriyor. Bu da bankanın kurumsal yapısı açısından çok başarılı." (Yapı Kredi Bankası)

"Ana sayfadaki tekstil bank yazısının hareketli olması gayet hoş" (Tekstil Bank)

2. Kategori:

A) Web sitesinin fonksiyonelliği

Fonksiyonellik bankaların web sitelerinde aranan özelliklerin başında geliyor. İstenen yerlere ulaşımındaki rahatlık deneklere site içinde gezinirken kolaylık sağlıyor.

"Döviz kurlarının ana sayfada verilmesi kullanıcılara kolaylık sağlıyor." (Akbank)

"Reuteurs'e link atılması iyi bir uygulama..." (Esbank)

"Hızla arama bölümü kullanıcılara kolaylık sağlayabilir. Bilgilendirici, hareketli..." (Yapı Kredi Bankası)

"... fonksiyonelliği açısından başarıya ulaşmış bir site" (Egebank)

"Sayfanın sağa sola scroll bar ile hareketlendirilmesi de rahatsız edici. Daha küçük boyutlarda hazırlanabilirdi." (Bank Ekspres)

"Başlıkların üzerine gelindiğinde alt butonda bu başlıkların dalları beliriyor ve hiç karmaşa yaratmadan insanı yönlendiriyor." (Bayındırbank)

"Alt sayfalarda ender olarak görülen hızlı erişim özelliği karşımıza çıkıyor." (Esbank)

"Site aynı bir arama sitesi gibi yol gösterici ve açık bir dille hazırlanmış." (Etibank)

"Ana sayfada hızlı arama bölümünün olması güzel" (Yapı Kredi Bankası)

"Kullanılan hızlı arama -ki terim yanlış kullanılmış hızlı erişim olmalıydı- insert menüsü yerinde bir karar." (Yapı Kredi Bankası)

B) Web sitesinin içeriği

Bankaların, bankacılık hizmetleri dışında çeşitli bir takım konularda da bilgi veriyor olması denekler tarafından ilgi çekici bulunup üzerinde durulan bir konu.

"Görüş ve düşünceleriniz kısmı sayfayı iyileştirme yönünde, hizmet verme açısından olumlu." (Garanti Bankası)

"Banka işlemlerinin dışında da işlemlerinin olması hoş." (İnterbank)

"Repo oranlarının seri olarak ekranda görüntülenmesi güzel." (Emlak Bankası)

"... bir banka sitesinin astroloji ile ilgili bir sayfa açması ciddiyyetden uzaklaştırıyor." (Pamukbank)

"... site çeşitli etkinliklerle zenginleştirilseydi daha modern bir imaj yaratabilirdi." (Yaşarbank)

"Hem bankacılık anlamında seçenekler hem de Yapı Kredi'nin kültür ve sanat etkinliklerindeki sponsorluğu bu siteyle de yansıtılmış ve Yapı Kredi'nin kültürel ve sanatsal etkinliklerine de yer verilmiş." (Yapı Kredi Bankası)

"Sayfada bankacılık hizmetleri dışında güncel haber ve görselleri siteye değer katıyor. Pamukbank'ın kurum kimliği görselliğin yanısıra yaklaşımları ile de yansıtılmaya çalışılmış ve bunda da başarılı olunmuş." (Pamukbank)

"Etkili ve çok çeşitli alanda faaliyet gösteren Emlak Bankası geniş hizmetlerini kullanıcıya yeterli bir şekilde sunamıyor." (Emlak Bankası)

"NTV hava durumu raporunun bir ciddi bankanın web sayfasında yer alması oldukça düşündürücü." (İnterbank)

"Kültür ve sanata verilen önem sitenin bütününde hissediliyor. Bu da ayrıca artı puan" (Pamukbank)

C) Web sitesinin güncelliği

Bir web sitesinin güncel olması onun onun güvenilirliğine katkıda bulunan bir özellik. Bu yüzden genelde her site belli zamanlarda güncellenmelidir. Bu bankaların web siteleri içinde geçerlidir.

"Logoda olduğu gibi gereksiz büyüklüğe sahip olan 75. yıl logosu bu site hakkındaki oldukça eski tanımlaması yapmaya yardımcı oluyor. Cumhuriyetin 75. yılı 2 sene önce olduğu düşünülürse bu sitenin 2 senedir güncellenmediğini düşünmek kaçınılmaz. Böyle olmasa bile bu imajlarla insanın aklına gelen düşünce bu." (Ziraat Bankası)

"Öncelikle 75. yıl logosunun orada olmaması gerekiyor." (Halk Bankası)

"Görsel anlamda hiçbir şeye sahip değil, üstüne üstlük güncellenmemiş bir havası bile var, 75. yıl logosu sayesinde." (Ziraat Bankası)

"Güncellik Cumhuriyetin 75. yılının geçtiğini haber vermeli." (Ziraat Bankası)

"Siteyle uzun zamandır ilgilenilmediğini ve yenilenmediğini gösteren 75. yıl banneri insanı rahatsız edecek büyüklükte hala yer alıyor." (Ziraat Bankası)

3. Kategori:

Bankaların web sitelerini tanımlamak için kullanılan sıfatlar ve web sitelerinin bıraktığı genel izlenimler.

"İleri teknoloji ile yaratıcı bir kadro ile çalışacakmışız gibi bir izlenim vermekte" (Bank Ekspres)

"İnsan bu sitede dolaşmak istemiyor, sıkıcı ve çağdışı." (Halk Bankası)

"Akpak, sakın ve gururlu bir site burası." (İktisat Bankası)

"Tarafsız ve saygın bir ifade veren bu banka sitesi tam bir ciddi devlet kuruluşu gibi gözüküyor." (İş Bankası)

"Büyük işler peşinde! çok elit ve saygın bir havası var, düzenli ve gururlu görünüyor." (Körfezbank)

"Fazlaca sıradan, eğlendirici asla değil" (Sümerbank)

"Derli toplu, elit bir havası olan diğer sayfalara ulaştığımızda sıkıcılık güven vericiliğe dönüşüyor. Bu site büyük işlerin bankası dedirtiyor insana. Kendini önemsettiriyor." (TEB)

"Bu site bankanın kendisine gerçekten benziyor, şubeleri de böyle lüzumsuz eşyalarla dolu kalabalık evlere benziyor." (Vakıfbank)

"Hemen insanı saran bağlayan bir giriş sayfası, işinizi hallederken eğlence garantisi verir gibi sanki. Eğlenceli, neşeli, harika..." (Yapı Kredi Bankası)

"Başarılı sayılabilecek fakat monoton bir site" (Garanti Bankası)

"... genel yapı bir internet sayfasından çok bir dergi ilanını anımsatıyor. Site internet üzerinde hizmet vermek üzere değil, kurumu tanıtmak için hazırlandığını düşünüyor..." (İktisat Bankası)

"Mütevazı, ciddi ve çekici bir site." (Abank)

"Site oyun sayfası gibi hazırlanmış, ciddi banka imajından uzak." (Emlak Bankası)

"Genç, dinamik, güçlü ve samimi bir banka izlenimi sağlıyor, başarılı ve modern bir site." (Etibank)

"... aşırı ciddiyetinden sıyrılıp Garanti kullanıcıları ile arasında samimi bir iletişim sağlanabilirdi." (Garanti Bankası)

"Çok fazla başarılı olmasa da devlet bankacılığı kimliğinden sıyrılma ve modern imaja bürünme çabaları takdir edilir." (Sümerbank)

"Hedef kitlesini genç kuşak olarak belirlemiş bir bankanın web sitesi." (Abank)

"Sade, gösterişsiz, bir gazetede yer alan banka reklamı veya dağıtılan bir el ilanı havasında bir yaklaşım." (Bayındırbank)

"Tanıtımı daha etkili yapması gerekirken, sıradanlığa düşmesi ve gazete ilanı gibi bilgi aktarımı son dönemlerin TV reklam yıldızı Garanti Bankası'nın web sayfasına yakışmıyor." (Garanti Bankası)

"Güven veren, iyi çalışılmış bir site. Koç'a yakışan, imajı çok iyi veren bir çalışma." (Koçbank)

"Sadeliği ile öne çıkan, güven veren, göze hoş gelen bir web sitesi, genelde başarılı denebilir." (Osmanlı Bankası)

"Bütün olarak ele alındığında çok amatör ve başarısız bir site, Emlak Bankası'na hiç yakışmıyor." (Emlak Bankası)

"Çok genç ama köklü, profesyonel bir imaj çiziyor." (İnterbank)

"Çok güzel dizayn edilmiş bir site, sadeliği ve çarpıcılığı bir arada görebiliyorsunuz." (TEB)

"Güzel bir grafik tasarım anlayışı ile eski bir konsept, günümüz uzay çağı tasarımı ile canlandırılmaya çalışılmış." (Dışbank)

"Sayfayı açtığım zaman bir Garanti Bankası şubesine girdiğimi hissettim. Şubeleri tarzında hazırlanan bir sayfa olması, tüketicisinin bir Garanti Bankası müşterisi gibi hissetmesini sağlıyor." (Garanti Bankası)

"Bence hedefine ulaşabilmiş ve tanıdığımız Pamukbank'ı fazlasıyla ifade eden bir site olmuş." (Pamukbank)

"Çok donuk ve heyecan vermeyen bir site." (Yaşarbank)

"... genel olarak site tasarımı sade ve anlaşılır ama bunun yanısıra farklılık yaratmak ya da daha ilgi çekici olmak adına fazlaca bir şey yapılmamış." (Bayındırbank)

"Genel olarak devlet bankaları statüsünde benzerlerine göre çok daha zevkli ve başarılı bir site." (Etibank)

"... sanırım Garanti Bankası'nda ki en büyük hata, bankanın kurumsal kimliğinin tam olarak yansıtılamaması. Garanti Bankası genel olarak çok güzel bir kimliğe sahip. Tüm şubelerinde ki doğa müzesi havası, insana kendini bir müzede hissettiren mimari tasarımı bence çok başarılı fakat, bu konsept nedense internet sayfasına yansıtılmamış. Burada bir kimlik problemi ile karşılaşyoruz, site kendi içersinde sade ve tutarlı gözüksede bence tam olarak Garanti Bankası'nı yansıtmıyor, şu-

- belerdeki dilin siteye tam olarak yansıtılmaması hoş olmamış.” (Garanti Bankası)
- “Site oldukça çağdaş ve başarılı tasarlanmış.” (Dışbank)
- “Bir banka sitesine benzemiyor.” (Yaşarbank)
- “Tam bir devlet bankası görüntüsü ayrıca çok sıkıcı” (Ziraat Bankası)
- “Haraketli, dikkat çekici, sade karşılama ve renkli hizmet.” (Tekstilbank)
- “Sıradan, reklamlarından sonra daha bir şey beklerdim ama bence yapılmak için yapılmış, işlevsel olabilir ama estetik zayıf” (Vakıfbank)
- “Daha çok bir bilgisayar oyunun ara yüzüne benziyor” (Abank)
- “Egebank sitesinde olduğunuzu heran farkediyorsunuz” (Egebank)
- “İnsan kendisini bir bankanın web sitesinde geziniyor gibi hissetmiyor. Kötü bir banka olduğu izlenimi uyandırdı bende” (Emlak Bankası)
- “Donuk ve sıkıcı bir site” (Esbank)
- “Çok basit, sanırım çok amaçlı bir banka değil” (Denizbank)

2. Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu araştırma internet kullanıcılarının bankaların web siteleriyle ilgili düşüncelerini, beğenilen ve dikkat edilmesi gereken temel özellikleri ve bu özelliklerin kullanımının, kullanıcıların bankalar hakkında sahip oldukları imaja etkilerini bulabilmeyi hedefliyordu.

Günümüzde her bankanın verdiği hizmetler aynıdır. Bu sebeple bir bankanın tercih edilmesi kurumsal kimliğe ve imaja, diğer sektörlerde olduğundan daha çok bağlıdır. Bu yüzden öncelikle kurumsal kimlik elemanlarının bankaların web sitelerinde kullanımları ve dikkat edilmesi gereken noktalar araştırılmıştır.

Yapılan araştırma sonucunda kurumsal kimliğin en temel elemanları olan amblem ve logo kullanımı ile ilgili kullanıcıların dikkat ettikleri bir takım özellikler ortaya çıkmıştır. Kullanıcıların üzerinde en çok durdukları, en önemli özellik amblem ve logonun sayfa genelinde kullanımı ile ilgili. Kullanıcılar öncelikle hangi bankanın web sitesinde olduklarını belirgin bir şekilde görmek ve farkına varmak istiyorlar. Bazı bankalarda amblem ve logonun çok küçük kullanılması etkisiz bulunuyor.

Amblem ve logonun kullanımıyla ilgili dikkati çeken bir diğer özellik ise bazı bankaların sadece giriş sayfasında kullanılması. Kullanıcılar her sayfada sitesinde bulundukları bankanın kurumsallığının en belirgin göstergesi olan amblem ve logoyu görmek istiyorlar. Böylece amblem ve logonun sürekli göz önünde olması bankanın akılda kalıcılığını sağlarken, aynı zamanda başka işlerle de ilgileniyor olabilecek kullanıcıya hatırlatıcı bir özelliği de beraberinde getirecektir. Bu şekilde bir kullanım site genelinde de bütünlüğü sağlayacağı için güven tazeleyici bir unsur olarak karşımıza çıkabilir.

Sümerbank gibi bazı bankaların yanlış fon rengi kullanmalarından dolayı amblem ve logonun geri planda kalması da kullanıcılarca olumsuz algılanan bir özellik. Fon rengi olarak ambleme çok zıt bir renk seçilmesi amblesmin etkisini azaltarak bankanın imajına olumsuz katkıda bulunabiliyor.

Kullanıcıların dikkat ettikleri bir diğer özellik de amblem ve logonun birlikte kullanılmaması ya da bazı sayfalarda yalnızca birisinin ön plana çıkması. Kullanıcılar amblem ve logonun bankaların sürekli kullandıkları klasik biçimiyle, bankanın diğer iletişim şekillerinde kullanımına uygun bir kullanım şeklini tercih ediyorlar. Bunun dışında bir kullanım, mesela Emlak Bankası'nda olduğu gibi amblemin logodan ayrı, tek başına bir sayfada kullanımı ya da Türkiye İş Bankasında olduğu gibi amblemin sitede hiç kullanılmaması varolan kurumsal kimlik yapısını ve imajı etkileyebilecek bir özellik olarak karşımıza çıkıyor. Tüm bunların yanında amblemin hiç kullanılmaması gibi bir sayfa içinde çok tekrarı da rahatsız edici bulunan özelliklerden birisi.

Amblem ve logonun her sayfada aynı yerde, aynı şekilde kullanımı site içindeki görsel bütünlüğü sağlarken zaman zaman sıkıcılığı da beraberinde getiriyor. Fakat yine de belli bir düzenleme içinde olmaları tercih ediliyor. Bunun dışında gözün takip sırasına göre görsel materyalin soldan sağa doğru takip edilmesi söz konusudur. Bu yüzden kurumla ilgili ilk dikkat çekmesi gereken amblem ve logonun özellikle üst solda ya da ortada kullanılması büyük önem taşımaktadır. Bayındırbank'taki gibi sağ alt tarafta kullanımı ilk bakışta dikkat çekmeyen bir özelliktir. Siteye girer girmez kullanıcının nerde olduğunu görmesi bankanın kurumsallığı açısından önemlidir.

Amblem ve logo kullanımıyla ilgili genel bir sonuca varacak olursak kullanıcılar belli, alışıldığı biçimiyle, her zaman her yerde görmeye alıştıkları şekliyle görmek istiyorlar. Web sitesinin tasarımında oluşturulacak bir yeniliğe açık değiller. Farklı bir kullanım bankaların kurumsal kimlik yapılarına ve kurum imajlarına olumsuz etkide bulunabilir. Amblem ve logo site genelinde etkili bir şekilde ve bankanın kurumsal kimlik yapısına uygun olarak her zaman, bankanın tüm görsel elemanlarında kullandığı tarzda kullanılmalı ve kullanıcı nerede olduğunu unutmamalıdır.

Araştırma sonucu bankaların web sitelerinde üzerinde durulan konulardan bir diğeri de renk olarak ortaya çıkmıştır. Site genelinde renklerin uyumlu olması aranan özelliklerin başında geliyor. Renklerdeki uyumsuzluk kullanıcıyı siteye girer girmez rahatsız eden bir özellik. Bu da direkt olarak o bankanın sitesinde vakit geçirme isteğini ortadan kaldırıyor. Boğucu, sıkıcı, çok cansız ya da çok fazla canlı tonlardaki renkler bankanın web sitesine yaklaşımı ve kurulacak olan iletişimi olumsuz yönde etkileyebiliyor. Çok fazla rengin bir arada kullanımının yanında, hiç renk kullanılmaması da itici bulunuyor. Örneğin Şekerbank'ta kurumsal renk olan yeşille birlikte kullanılan pembe ve mor kullanıcıların çoğu tarafından itici bulunmuştur. Her ne kadar pembe ve mor bankanın şubelerinde gişelerde kullanılan renkler de olsa bu üç rengin bir arada kullanımı site genelinde renk açısından uyumsuz bir görünüme yol açmıştır.

Garanti Bankası'nda olduğu gibi bankaların kurumsal renginin site genelinde yoğun kullanılması kurumsal kimlik açısından renkle çağrışım yaptırır sa da, kurumsal rengin doğru şekilde ve yoğunlukta kullanılmaması bir süre sonra kullanıcıyı rahatsız etmeye başlayabiliyor. Bu yüzden kullanılan kurumsal renk hem kendini belli etmeli, hem de çok yoğun kullanılarak o renge karşı olumsuz bir imaj oluşmasına fırsat bırakmamalıdır.

Aynı şekilde bazı sitelerde de beyazın yoğun kullanımı tercih edilmiştir. Beyazın zaten yapısından kaynaklanan bir temizlik, sadelik ve berraklık çağrışımı söz konusudur. Bu yüzden site genelinde kullanılan diğer görsel elemanların dengeli bir şekilde dağılımıyla beyaz ferahlık veren bir kullanıma kavuşuyor. Fakat çok fazla beyaz alan dengeli bir şekilde dağıtılmazsa o sadelik ve sakinleştirici etki rahatsız edici bir özelliğe de her an dönüşebilir.

Kurum rengi ve beyazın dışında site genelinde ekstra bir renk kullanımı da söz konusu olabiliyor. Sümerbank örneğinde olduğu gibi bankanın amblem ve logosuyla tamamen uyumsuz ve hatta bunları geri plana itici bir renk kullanılması, kullanıcıda olumsuz bir izlenim oluşturuyor.

Genel anlamda renklerin doğru kombinasyonlarla doğru yerlerde kullanılması mesajların algılanmasını kolaylaştırır ve iletişim akışının işlerliğini sağlar. Seçilen renk burada çok önemli. Kullanıcıda siteye girer girmez anında siteden çıkma ya da ilgi çekerek daha çok vakit geçirme isteği uyandırabilir. Çeşitli renkler kullanarak farklılaşmayı sağlamaya çalışan bir banka öncelikle bu özellikleri göz önünde bulundurmalıdır. Seçimi kurumun kendi renklerine uygun, onu geri plana itmeyecek bir şekilde olmalıdır. Renklerin kullanımında aşırıya kaçmamalı, bankanın ciddiyetini vurgulayıcı nitelikte olmalıdır. Aksi takdirde bu ciddiyet, özellikle banka gibi ciddi olması gereken bir kuruluşun sitesinde, çok kolay bir şekilde basitliğe, sıkıcılığa ve monotonluğa dönüşebilir.

Bankaların web sitelerinde incelenen bir diğer kurumsal kimlik elemanı da tipografidir. Çok çeşitli varyasyonlar, çok büyük ve küçük yazıların birarada kullanılması her yerde olduğu gibi web sitelerinde de kaos yaratır. Özellikle açık ve net bir iletişimi olması gereken internet ortamında tipografik bir karmaşa sıkıcılığa yol açabilir. Çoğu bankanın web sitesinde tipografiden kaynaklanan bir karmaşa yorucu ve sıkıcı olarak nitelendirilmiştir. Net bir şekilde bilgi vermesi, kullanıcıya kolaylık sağlaması beklenen web sitesinde karmaşıklık nedeniyle mesaj bir anda kaybolabilir ve iletişim de olumsuz etkilenebilir. O yüzden basın ilanlarında rahatlıkla kullanılabilen çeşitli tipografik yaklaşımlar web sitelerinde çok fazla uygulanmamalı, iletişim açık ve net olmalıdır.

Araştırmaya katılanlar incelenen web sitelerinde bankaların alışılmış görüntüsüyle birlikte zihinlerde yer eden sloganların çok etkisiz kullanılmasına da dikkati çekiyorlar. Slogan da kurumsal kimliğin bir elemanı olarak, kurumsallığın web sitesine taşınmasında önemli bir etken olabilir. Fakat pek çok bankanın sloganının yeterince çarpıcı ve etkili kullanılmadığı görülüyor. Sadece Demirbank'ın amblem ve logosundan daha ön plana çıkan sloganı dışında, genelde sloganla ilgili eleştiriler site genelinde etkisiz kaldığı yönünde olmaktadır. Bu da bankanın kimliğiyle bütünleşen sloganın

amblem ve logoyla birlikte daha etkili bir şekilde kullanılması gerektiğini gösteriyor. Kullanıcı her şekilde, web sitesinde gördüğü tüm kurumsal elemanlarla kendini o banka içinde hissetmek istiyor.

Kurumsal kimlik öğeleri dışında bankanın kurumsal kimliğini ve kurumsal imajı direkt olarak etkileme gücüne sahip görsel öğeler sitelerde çeşitli yer ve şekillerde karşımıza çıkan fotoğraflar ve ikonlar şeklinde beliriyor. Web sitelerinde gerek kolaj yoluyla birden fazla, gerekse tek bir fotoğrafın kullanımı bankanın imajına doğrudan gönderme yapabilme özelliğine sahip. Genelde fotoğraf kullanımı, çok karmaşık değilse, tercih edilen ve hatta yokluğu durumunda aranan bir özellik. Bu yüzden fotoğraf seçimi çok dikkatli bir şekilde, bankanın kurumsal kimliği ve imajıyla doğru orantıda, onu tamamlayacak ve destekleyecek nitelikte yapılmalıdır. Yanlış bir fotoğraf seçimi kullanıcıların kafasında banka ile ilgili soru işaretleri doğurabilir. Doğru seçildiğinde ise bankanın imajına olumlu katkısı olabilecek bir güce sahiptir. Özellikle insan fotoğrafları, gündelik hayattan veya bankanın içinden görüntüler kişileri daha sıcak, samimi ve gerçekçi bir ortama taşıma özelliğine sahip. İnsanlara banka şubesindeymiş hissi verebiliyor. Bunun aksine bankaların bina fotoğrafları genelde itici bir hava yaratıyor.

Fotoğraflar dışında web sitelerinde genelde kullanılan diğer görsel öğeler ikonlar ve butonlardır. İkonların kullanımı eğlence katma açısından tercih edilirken, genelde fonksiyonelliğe katkısı bulunan butonların tasarımı da görselliğe katkısı açısından önemlidir. Fakat her ikisinin de kullanımında dikkat edilmesi gereken çok fazla karışıklığa yol açmaması ve sitenin genel havasına aykırı bir tarzda olmamalarıdır. Aksi takdirde görselliğe olumlu bir katkısı olabilecek yerde siteyi tamamen bir karmaşıklığa sürükleyebilir. Seçilen ikonlar ve butonların tasarımı gösteriştense uzak, sade, siteye biraz hareket katmak amacıyla kullanılmalıdır. Böylece site bankanın ciddi havasından biraz olsun sıyrılıp, sıradanlığa düşmekten kurtulabilir. Bu sayede site daha etkileyici ve işlem yapması zevkli hale gelip, diğer bankalardan farklılaşması sağlanabilir. Fakat Emlak Bankası'nın web sitesindeki gibi bir kullanım siteyi bir banka sitesi olmaktan uzaklaştırıp ilk izlenim olarak farklı çağrışımlara yol açabilir. Bu da bankanın o zamana kadar oluşturduğu kurum kimliğine ve imajına bir anda zarar verebilir. Bu yüzden bu tip görsel elemanlar bankanın genel kimlik yapısına zarar vermeyecek şekilde

tasarlanmasıdır. Örneğin Emlak Bankası'nın sitesi seçilen ikonlar yüzünden kullanıcıların bir kısmı tarafından oyun sitesine benzetilmiştir. Bu da bir bankanın imajı açısından olumsuz bir tanımlamadır.

Araştırmada sadece birkaç banka tarafından tercih edilen hareketli görüntüler kullanıcılar tarafından ilgi çekici bulunan özelliklerden birisi olarak karşımıza çıkmaktadır. Web sitelerinde kullanılan bu animasyon teknikleri de ikonlar ve fotoğraflar gibi siteye bir hareket ve canlılık getiriyor. Çekici bulunan bu tarz bir yaklaşım bankanın teknolojiyi kullanması açısından da imajına olumlu katkılarda bulunuyor. Siteyi sıradanlıktan kurtaran bu animasyonların amacı kullanımı daha zevkli bir hale getirerek, kullanıcının sitede daha fazla zaman geçirmesini sağlamaktır.

Şimdiye kadar incelenen herşey görsel tasarımla ilgili özelliklerdi. Fakat her web sitesinde olduğu gibi bankaların web sitelerinde de görsellik dışında aranan başka bir takım özellikler de vardır. Bunlar fonksiyonellik, içerik ve güncelliktir. Bunların da dolaylı olarak kurumsal kimliğe ve imaja etkilerinden söz edilebilir. Bu yüzden araştırmaya bu özellikler de dahil edilmiştir.

Fonksiyonellik ve kolay erişim web sitelerinde mutlaka olması gereken özelliklerdendir. İstenen yerlere ulaşmadaki rahatlık kullanıcılara aradıklarını kolayca bulabilme şansı tanır. Çünkü internetin yapısı onlara, o siteyi incelemeyi bırakıp gerekli enformasyonu rakip bir siteden alma imkanı sağlamaktadır. Kullanıcı karmaşık olmaya başlayan bir siteye girmektense işlerini daha rahat halledebileceği bir siteye girmeyi tercih edebilmektedir. Bu açıdan bakıldığında işlevsellik son derece önemlidir. Bu da verilmek istenen mesaj ve navigasyonla bağlantılıdır. Bir web sitesi birkaç saniye içinde kullanıcıyı konunun içeriğine inandırabilmelidir. Bazı sitelerde olan bilgiyi takip etmenin zorluğu nedeniyle işlevsellik ve biçimin uyumu da önem kazanmaktadır. Kullanıcılar sitenin genelinde karmaşaya yol açmayan aksine yol gösterici bir havası olan sitelerde işlerini halletmeyi tercih etmektedirler.

Sitenin içeriğine gelince en çok dikkati çeken özellikler bankacılık işlemleri dışında da bir takım işlemlerin yapılabiliyor olması ve bankanın kültür ve sanat etkinliklerine site içinde de yer verilmesi. Özellikle bankanın imajı-

la doğrudan ilişkisi bulunan kültür ve sanat etkinliklerinin web sitesine de yansıtılması imajı tazeleyen olumlu bir özellik olarak karşımıza çıkıyor. İçerikle ilgili tüm bu ekstra bilgiler bankanın sıkıcılıktan, genel banka ciddiyetinden uzaklaşması ve biraz olsun zevkli bir hale gelmesi, kullanıcıların bir yandan bankacılık işlemlerini hallederken diğer yandan da iyi vakit geçirmesine katkıda bulunuyor. Yapı Kredi Bankası ve Pamukbank'ın sitelerinde kültürel ve sanatsal etkinliklerine yer veren bölümlerin bulunması bu açıdan artı bir özellik olarak öne çıkmıştır.

Fakat içerikte kullanılan bu ekstra uygulamaların da dikkatle seçilmesi gerektiğini görüyoruz. Astroloji gibi gerçeklikten uzak, inandırıcılığı ve doğruluğu tartışılır, bankanın kurumsallığıyla doğrudan ilişkisi olmayan ve bir banka gibi sağlamlık, güvenilirlik ve ciddiyeti temsil etmesi gereken bir kuruma tamamen zıt düşen bir bölümün olması o bankanın imajını olumsuz etkileyebilir. Her ne kadar sitede kullanılan bu ekstra bölümlerin amacı bankaları ciddi ve sıkıcı havalarından biraz uzaklaştırmak ve iyi vakit geçirtmek olsa da, bu şekilde yanlış bir seçim de bankanın ciddiyetini tamamen kaybetmesine yol açabilir.

Bir web sitesinin belirli zaman aralıklarıyla güncellenmesi de, özellikle söz konusu olan bir bankaysa, güvenilirliğe katkısı bulunan önemli bir özelliktir. Araştırma kapsamındaki web sitelerinden Ziraat Bankası ve Halkbank olmak üzere sadece ikisinde dikkati çeken bu özellik, söz konusu bankaların web sitelerini uzun zamandır yenilemediğini gösteriyor. Doğrudan imajı etkileyen güncelleştirme sorunu bankanın güvenilirliğine de gölge düşülebilir. Bu bankalar değişime ayak uyduramayan, müşterisine yeteri kadar önem vermeyen, ilgisiz banka görüntüsü çiziyorlar ve doğal olarak şimdiye kadar oluşturdıkları ya da oluşturmaya çalıştıkları imajlarını bir anda geri plana itiyorlar.

Genel olarak bakılacak olursa, bankaların web sitelerinde aranan özellikler ciddiyet, güven, sağlamlık fakat bunların yanında da eğlendirici olması ve zevkli bir görsellik. Banka olmasından dolayı ciddiyet aranıyor fakat çok fazla ciddiyet sitenin çekiciliğini azaltıyor. Kullanıcılar ciddiyetin yanında, ciddiyetten uzaklaşmadan biraz da aşırıya kaçmayan, bir banka olduğunu unutturmayacak tarzda bir samimiyet ve eğlence arıyorlar. Fakat eğlencede aşırıya kaçılması güven kaybına yol açabiliyor. Bankalar kendilerin

çok basit fakat stratejik olarak düşünölmüş interaktif uygulamalar ve içe-rikle diğler bankalardan farklılaştırabilmelidirler.

Bankalar web sitelerinde yarattıkları havayla varolan müşterilerinin kendi-lerini tanıdık ve bildik bir ortamda hissetmelerini sağlamalı, bunu da varo- lan kurumsal kimliklerini etkili ve doğru bir şekilde kullanarak yapmalıdır- lar. Kullanıcın kendini tamamen kendisine yabancı başka bir bankada gibi hissetmemesi önemlidir. Bu tür bir yaklaşım bankanın müşterilerine değler verdiğini göstermesi ve evinde hissettirmesi açısından önemlidir.

Gerçek banka ortamından görüntülerin kullanımı, kurumsal kimlik aktarı- mı ve müşterilerin sanal ortamda kaybolmayıp daha gerçekçi hissettirmek açısından tercih edilebilir. Bankalar şubelerinde ve medyada yansıttıkları görsel kimliği elektronik ortama aynen aktarabilmelidirler.

Müşteri kendisine verilen değeri ve o bankayı tercih etmesine neden olan özellikleri bankanın web sitesinde de görebilmelidir. Sitenin geniş hizmet seçeneklerinin olması gibi özelliklerle verilen değeri hissettirmeli ve banka dışından da işlemlerini kolayca ve zevkli bir şekilde yapması sağlanmalıdır. Bankacılık işlemlerinin zaten sıkıcı bir süreç olduğu düşünölürse bankaların bunu zevkli ve eğlenceli bir hale getirmesi varolan ve potansiyel müş- terilerini kendisine bağlayıcı ve çekici bir özellik olacaktır.

İçerik ve verdiği hizmetin genişliği aynı zamanda da kullandığı görsellikle kullanıcıyı sitede tutmalı ve memnun ayrılmasını sağlamalıdır. Potansiyel müşteriler de düşünöldüğünde bankayı yeterince tanımayan ya da hiçbir fikri olmayan kullanıcılara da kurumsal kimliği hakkında yeterli bilgiyi verecek şekilde tasarlanmalıdır.

3. Sınırlılıklar

Araştırma evreni Türkiye’de faaliyet gösteren tüm kamu ve özel bankalar- dır. Fakat araştırma konusu bankaların web sitelerinin incelenmesi oldu- ğundan web siteleri olmayan ya da olduğu halde web sitelerine ulaşılama- yan bankalar bu araştırmaya dahil edilmemişlerdir.

KAYNAKÇA

- Balmer, John M.T. "Corporate Identity and the Advent of Corporate Marketing", *Journal of Marketing Management*, Volume: 14, No: 8, 1998.
- Becer, Emre. *İletişim ve Grafik Tasarım*. Ankara: Dost Kitabevi, 1997.
- Bir, Ali Atrf. *Kurumsal Kimlik Konferansı Kitapçığı*. İstanbul: 1994.
- Carter, David E. *Designing Corporate Identity Programs for Small Corporations*. New York: Art Direction Book Company, 1985.
- DeNeve, Rose. *Corporate ID Systems*. Cincinnati, Ohio: North Light Books, 1992.
- Derici, Hulusi. *Marketing Türkiye Dergisinde Düzenlenen 3. Kurumsal Kimlik Konferansı'na Sunulan Bildiri*. *Marketing Türkiye*. İstanbul: 1996.
- Ersoy, Necmettin. *Semboller ve Yorumlarla Görünenden Görünmeyene*. İstanbul, 1990.
- Ertay, Ayşe. "Grafik Tasarımda İnternet Devri", *Media Cat*, Sayı: 61. İstanbul: Şubat 2000.
- Frost, Peter J. and Larry Moore. *Organization Culture*. California Sage Publication Inc., 1985.
- Gregory, James R. *Marketing Corporate Image*. Illinois: NTC Business Books, 1991.

Gürel, Emet. "Bir Kitle İletişim Aracı Olarak İnternet ve İş Dünyasına Yansımaları", *Media Cat*, Sayı: 36. İstanbul: Ocak 1998.

_____. "İletişimsel Bağlamda Renk ve Renk Psikolojisi", *Media Cat*, Sayı: 61. İstanbul: Şubat 2000.

Gürgen, Haluk. *Reklamcılık ve Metin Yazarlığı*. Eskişehir: A.Ü.A.Ö.F. Yayınları, No:152, 1990.

Hardt, Michael. "Kurumsal Kimlikle Pazarlama ve Tasarımın Katma Değeri", *Marketing Türkiye*, Sayı: 145. İstanbul: 1 Mayıs 1997.

Ind, Nicholas. *The Corporate Image Strategies for Effective Identity Programmes*. London: Kogan Page, 1992.

Ker, Müjde. "Profesyonel İmajın Önemi", *Media Cat*, Sayı: 26. İstanbul: Mart 1997.

Napoles, Veronica. *Corporate Identity Design*. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1988.

Okay, Aydemir. "Kurum Kimliği ve Kurum İmajı", *Media Cat*, Sayı: 55. İstanbul: Ağustos 1999.

Okay, Ayla. *Kurum Kimliği*. Ankara: MediaCat Yayınları, 1999.

Olins, Wally. *International Corporate Identity 1*. Laurence King Publishing, 1995.

Ongan, Gonca. "Bankacılık, İnternet ve İnteraktiflik", *Marketing Türkiye*, Sayı: 207. İstanbul: Aralık 1999.

Peltekoğlu, Filiz Balta. "Kurumsal Kimlik Kurumsal İmaj ve Halkla İlişkiler", *Anahtar*, Sayı: 53. Ankara: Mayıs 1993.

Rifat, Mehmet. *Göstergebilimin ABC'si*. İstanbul: Simavi Yayınları, 1992.

Selame, Elinor, Joe Selame. **The Company Image: Building Your Identity and Influence in the Marketplace.** New York: John Wiley&Sons, 1988.

Sobol, Marion G., Gail E. Farrelly and Jessica S. Taper. **Shaping The Corporate Image.** New York: Quorum Books, 1992.

Uzoğlu, Sevil. **"Kurumsal Kimlik ve Anlambilim Çerçevesinde Vakko Örneği".** Yayınlanmamış Doktora Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1999.

Yıldız, Cemalettin. **"Kurumsal Kimlik Tasarımının, Gerekleri, Süreçleri ve Kuruma Kazandırdıkları".** Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 1996.

_____. **"Kurumsal Kimlik ve Sembol", Anadolu Sanat Dergisi, Sayı: 6.** Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi Yayınları, Şubat 1997.

EK 1. YORUMLAR

(Grafik Tasarımcı)

ABank

Abank sayfasında son yıllarda popülerleşen sevimli teknoloji görselliğinin bir örneğini oluşturmaya çalışmış. Teknolojiyi müşteri hizmetinde kullandığı ve yönlendirdiği izlenimi yaratılabilmiş. Altortaif ama popülist bir yaklaşım.

Bank Ekspres

Marka imajını iyi belirlemiş bir banka sayfası. Açılış sade ve kaliteli. Fakat alt menüler bize açılışta vaadettiklerini pek sunamıyor. Daha az endüstriyel çağrışımlı bir sayfa olabilirdi. Daha insancıl bir yaklaşım bu siteyi mevcut renkleri ile daha sempatik kılabilirdi. Özellikle yaşamdan fotoğrafların metalik çerçeveler içine alınması oldukça itici.

Bayındırbank

Hızlı, compact ve yeterli bir ana menü. Müşteriye önem veriyor. Kırmızı şerit kimliği taşıyor. Aynı zamanda da ana menü elemanlarını. İmajlar dengeli ve yeterli. Genel olarak bize gazate okuyormuşuz izlenimi veren bir site. Bu hoş bir yaklaşım. Aynı zamanda da süratli bir görsel iletişim sağlıyor.

Demirbank

Demirbank iyi günler diler. Gerçekten de Demirbank sitesinin müşterilerine iyi günler dilemekten başka pek yapabileceği bir şey yok. İletişim açısından süratli olabilir ama bir bankanın söyleyeceği daha fazla şey olmalıydı. Müşteriye o bankayı seçtiren şey nedir? Bunu bilmek ya da bu sitede görmek zor.

Denizbank

Genel anlamda bir korelasyon sorunu var. Diagonal ara menü bizi rahatlatıyor, ana sayfada denizin huzurunu bulabiliyoruz. Fakat banka imajını yeterince güçlü bulamıyoruz. Bazı linklerde sorun var. İnsan bu banka ile internet üzerinden iş yapmak konusunda bir türlü karar aşamasına gelemiyor. Düzeyli alt menüler en azından iletişimi kolaylaştırıyor. Ana sayfayı biran önce geçip, siteye ulaşmakta fayda var.

Egebank

Ana menüdeki text ve imajlar birbirleri ile uyumlu değil. Anlaşılmaz bir bloklama ve grid yapısı mevcut. Kurumsal kimlik "1" ve turuncu ile sınırlı kalmış. Destekleyici kavramlar yok. Anlaşıldığı kadarı ile iş görüyor ama sorunlu.

Emlak Bankası

Sevimli olmakla beraber bir banka ciddiyeti taşımayan ana sayfa. İkon yapısı belki iletişim sağlıyor ama ilk akla gelebilecek görsel malzemenin toparlanması ile oluşturulmuş gibi. Görsel iletişim ve kurumsal kimlik olarak zayıf bir site. Başarısız denilebilir. Giriş sayfası ve diğer sayfaların renk seçimlerinin neye göre yapıldığı belirsiz. Genel olarak da yavaş bir site.

Esbank

Murat Birsell ile birlikte bir renk ve tarz karmaşası içinde yüzüyoruz. Genel anlamda bu karmaşa bir bütün oluşturuyor. Bütüne bu karmaşayı yaymayı başarabilmişler. Kötü işçilik ve kötü bir görsel yaklaşım. Kurumsal kimlik amblem ve logotypedan ibaret. Müşterisine değer vermeyen bir banka.

Etibank

Kenarlara sıkışmış, ortası boş kalmış ve ne dediği pek belli olmayan bir site. İlgiyi odaklama yetisi yok. Mevcut basın ilanlarını internete taşıyarak işi biraz ucuza getirme çabası seziliyor. Takip yetimizi zorlayan bir banner... Yarı boş ya da yarı dolu alt menüler... Etibank'ın kurumsal kimliği de bize sol üst köşeden mahsun mahsun bakıyor.

Finansbank

Finansbank soğuk denebilecek bir ciddiyetle hoş geldin diyor bize. İçeri girdiğimizde ise hava biraz daha ısınıyor ve menü-banner dengesi bizi site içinde araştırma yapmaya sevk ediyor. Finansbank kimliğini rengi ile taşımakla yetinmiş siteye. Fazla abartmamış ama yinede biraz sivri bir site. Belki biraz daha mütevazî olunabilir. Genel anlamda markanın bu çağrışımları yapması (mesela Finansbank amblemi) bu konseptin özellikle oturtulmaya çalışıldığını gösteriyor. Bu açıdan başarılı.

Garanti Bankası

Garanti Bankası kendi kurumsal kimliğini çok fazla iddialı olmayacak şekilde web sitesine taşımış. Reklamlarda daha çok ön plana çıkan kimlik burada yerini daha çok işlevselliğe ve bankacılık hizmetlerine bırakmış. Basit ve hızlı iletişimle problem çözmeye ve müşteri memnuniyetine dayalı bir site. Görsel olarak çarpıcı olmasa da yeterli. Text linklerde metin yoğunluğu biraz yorucu. Sitenin hızlı olması düşünülerek fotoğraf kullanımından kaçınılmış. Bu genel anlamda belki biraz sıkıcı olabilir. Temelde enformasyon aktarımına dayalı görsel açıdan problem çözümüne dayalı, başarılı denebilecek bir site. Fakat bu bankanın müşterisi olan insanlara kiminle iş yaptıklarını yeterince anlatamayan bir yapısı olduğunu düşünüyorum.

Halkbank

Büyük banka imajını büyük bina fotoğrafı ile verebileceğini zanneden, tamamen yaratıcılıktan ve tasarım fikrinden yoksun aynı zamanda yetim bırakılmış ve güncellenmemiş bir site. Anlayışını sonuna kadar anlatan ve savunan bir yapısı var. Bu sitede görsel iletişim ya da estetik adına pek bir şey bulmak mümkün değil.

İktisat Bankası

Görsellikle desteklenmiş ve pratik bir işlevsellik içeren dengeli bir site. Elbette biraz yavaş ama içeriğin anlaşılması ve sıkıcı olmaması hedef kitlesini yakalıyor. Bu siteye yönlendirilmiş internet kullanıcılarının memnun kalabilecekleri bir site. Alt menülerde biraz karmaşıklıyor ama genelde iyi denebilir.

İnterbank

İnterbank, internetin standart bir görsel yapı tarzını kullanarak hizmete yönelik kurumsal bir yapıyla dengeli yan kuruluşlarını da unutmayarak kibar ve yorucu olmayan bir site çıkartmış ortaya. Aradığımız şeylere ana sayfada ulaşabiliyoruz. Daha çok bir arama sitesi görüntüsünde olmasına rağmen iyi.

İş Bankası

Hafif ve kullanımı kolay bir site. Sağ ve sol blokların sabit olması site içi iletişimi kolaylaştırıyor. Fakat diğer yandan görsel açıdan ortam bankanın bannerına teslim edilmiş. Ana sayfaya dönmek için İş Bankası logotype'ına

tıklamak gerekiyor. Bunu bulana kadar insan sayfada bir ana sayfa butonu arıyor. Sanki kolay bir iletişim zorlaştırılmak isteniyormuş gibi bir hava hakim. İşlevsellik yine ön planda.

Kentbank

Banka sitesinde kendi kimliğini dengeli bir biçimde sunarak, daha çok hizmetler ve enformasyon bazında bize ulaşıyor. Renk ve amblem yeterli görülmüş. İletişim açısından çok fazla problem olmamasına karşın, ekran karşısında metin okumak kullanıcı için pek de hoş bir şey olmadığı için biraz itici.

Koçbank

İnternetin yeni yüzünü sitesine uyarlamayı bilmiş bir firma. İmaj ve tipografi dengesi banka imajıyla uyumlu olduğu kadar katkıda da bulunuyor. Sol bloktaki düzenlemede sorun var ama yine de iyi bir iletişim için iyi bir adım.

Körfezbank

Körfezbank açılışta klas ve bütünleşik bir yaklaşımda bulunmuş. Bu yapıyı alt menülere de taşıyabilmiş. Standart bir takım yanılgılar ya da kolaya kaçmalar olsa da yine de kötü sayılmaz. Bordo her zaman kalite çağrışımında bulunuyor. Eskiden beri varız diyor bize, şarap gibiyiz, zaten bakın binamızda eski.

Osmanlı Bankası

Osmanlı Bankası, kendi klasik kimliğine internetin modern ve yenilikçi havasıyla birleştirme çabası içinde. Bu kaygı başlı başına siteyi izlenir kılıyor. Renk seçimi kurumsal kimlik ile uyum içinde. Alt menülere taşınan imaj ve kavram bütünleşmesi derli toplu bir site havası veriyor.

Pamukbank

Görsel iletişim açısından oldukça başarılı bir site. Dengeli bir ana menü, kalabalık ve karmaşık olmaktan uzak. Kolay ve hızlı. İkon ve buton yapıları doğru analiz edilmiş ve sıradanlıktan uzak. Bannerlar can sıkıcı değil, merak uyandırıcı. Site içinde internet ortamında bankacılık rahat bir şekilde tıkrır tıkrır yürüyor ve göz korkutmuyor. Genel olarak kalite diyebiliriz. Site de ileri ve geri hareket gayet doğru ve mantıklı bir akış içerisinde tasarlan-

miş. Aynı zamanda görsel yapı kurumsal kimliği ezmiyor, aksine ona destek oluyor. Kurum kimliğini sitedeki yansıması da gayet başarılı. Kültür ve sanata verilen önem sitenin bütünüde hissediliyor. Bu da ayrıca artı puan.

Şekerbank

Çok kötü renk seçimi, çok kötü sayfa düzenlemesi. Berbat bir tipografi ve can çekişen kurumsal kimlik yapısı. Yasemin Yalçın'da yakışmış bu sayfaya.

Sümerbank

Rastgele bir background üzerine çok bilinen imaj bank görüntüleriyle oluşturulmaya çalışılmış bir kurumsal kimlik. Linklerin okunmaması kötü birşey tabi ama en azından ana menü düzenli, fakat yanısıra yanındaki imajın anlamı belirsiz. kaya gibi bir şey. Meslek isimlerini kapsayan Sümer prizması. Bunun neyin göstergesi olarak yerleştirildiği belirsiz...

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

Kaliteli bir giriş ve aktif bir sayfa. Görsel olarak ne söylediği pek belli olmas da dinamik ve enformasyonu hızla önümüze getiriyor. Son teknoloji programlar kullanılarak üretilmiş web sayfasında bir grid var ve kurumsal kimlikle örtüşür durumda.

Tekstilbank

Tekstilbank kendi amblem ve logotype düzenlemesi ile sinematografik bir giriş yaparak bizi ana sayfaya taşıyor. Ana sayfada ana menüyü zar zor da olsa görüyoruz. Kurumsal kimliğin ön planda olup bu seferde işlevselliğin geri plana itildiği bir ana sayfa var karşımızda. Fakat sitenin genelinde marka imajı ile interaktiöite başarılı bir biçimde kaynaştırılabilmiş. Sayfanın üstündeki mavi çizgi, alt ve üst düzenlemesi, ikon yapısıyla iletişim kaygısı taşıyan bir site. İnsanca imajlar sayfanın solunda bize bir rahatlama sağlıyor. Serbest ve sıkıcı olmayan metin okunası bir metne dönüştürmüş. Grid yapısı sağlam ve kendi standardını oluşturmuş ve her an navigasyon imkanı sağlayan alt kısımdaki ana menü içimizdeki kaybolmuşluk hissini dağıtıyor. Bana göre bütünüyle başarılı bir site.

Toprakbank

Bütün sayfada Toprakbank amblemini ikiye bölerek kullanmak oldukça eski ve sıradan bir fikir. Linklerde sorunlar yaşanıyor. Alt menüler çok karma-

şık ve ana sayfayla alakasız. Sayfaya dağılmış ve kendi içinde sıkışmış bloklar, metinler. Daraltan bir site...

Vakıfbank

Zayıf ve başarısız görsel yapı. Text linklerden medet uman bir iletişim arayışı. Üstelik bu linklerin çoğu çalışmıyor. Tasarım ve estetik açıdan oldukça amatörcü ve kurumsal kimliğin lafı bile edilemez. Kötü işçilik, incelikten yoksun kötü bir site...

Yapı Kredi Bankası

işlevselliğin ötesinde estetik kaygıları da olan bir site. Yapı Kredi kimliği altında aktif bir iletişim önerisinde bulunuyor. Fakat bu saygı siteyi sadece böyle bir kaygının arkasında bırakmış. İşlevle estetik çakışması yeterli değil. Ana menü ve alt menüler biraz kafa karıştırıyor. Alt menüye ulaşmak için onun yerine oturmasını beklemek durumundayız. Yine de belirli kaygılar taşıması dolayısıyla iyi denebilir. Alt menü ve ana menü görsel bağlantı açısından birbirinden uzak, bu bir problem.

Yaşarbank

Minimalist bir site. Hakim kimlik altında yeterince imaj, yeterince metin ve basit bir iletişim. Sol blokta aradığımız herşey, ortada ise ihtiyacımız olan içerik. Dengeli imaj dağılımı, sade ve işgörececek bir site.

Yurtbank

Büyüyünce bankacı olmak isteyen çocuklar için harika bir ana menü. Ana menüden ikinci bir ana menüye geçiş ve her yerde aynı muhteşem bakış! Göz kırpan ve gülümseyen müşteri... Dengeyi tamamen buna teslim edilmiş gidiyor. Sıkıcı bir site.

Ziraat Bankası

Memnuniyet havasından bir sayfa. Güncellenmemiş. Güvensizlik hissi yaratıyor. Estetik yaklaşımdan uzak, kurumsal kimliğini türk olmakla özdeşleştirip bununla kazanmayı amaçlar gibi bir havası var. Alt menülerin herbiri farklı bir şarkı söylüyor. Kaotik bir site...

(Grafik Tasarımcı)

ABank

Kurumsal kimliğine uygun ve günümüz web dizayn anlayışına uygun tasarlanmış gayet ferah ve iç açıcı ve daha sonraki sayfaları merak ettiren bir main menüye sahip. Tipografi ve renk seçimi doğru noktalardan yola çıkılarak seçilmiş ve uygulaması doğru bir şekilde yapılmış. Göze hitap edebilen bu site amacına ulaşmış sayılır.

Akbank

Hemen hemen her bankada rastladığım solda bir bant, menüde açılmış kutucuklarla sıkıştırılmış, göz yoran ve gereksiz yere kullanılan renklerle şenlendirilmeye çalışılan tipik bir Akbank mizanseli... Tipografi ile yarışan imajlar, sayfada neye yönelmeniz konusundaki kararınızı zorlaştırıyor. Ama insanlar bu koskoca sayfada Akbank yazısını gayet okunaklı bir hale getirebilmişler, bravo onlara...

Bank Ekspres

Eksik yanları olsa da görsel açıdan insanı biraz etkileyen bir home page geliyor ilk etapta. İç sayfalara devam ettiğim zaman "benim bir gözüm var ama onu çıkartmam gerekiyor" dercesine hazırlanmış ve abartı bir bütünlük sağlanmak istemi ile karşılaştım. Bence Iron Maiden metal müzik grubu bu sayfaya daha uygun. Erişim hızında bir sorun yaşanmıyor. Sayfayı gereksiz yere hapseden ve günümüz grafik tasarımında pek hoş karşılamadığım imaj bank mizanselleri sayfayı hapsetmiş. Daha çok bir tanıtım kitapçığını anlatıyor bu site. İletişim sayfasındaki Türkiye neden yeşil ve neden buna gerek var? Bu site Need for Speed oyununu andırıyor. Bence başarısız.

Bayındırbank

Kurumsal kimliğine uygun bir tasarım uygulaması ile sadelik üst sınırlarda, tipografik yaklaşımlarda ki değişim rüzgarları kazandırılmış olan bu siteye gayet minimalist ve kaliteli bir tarzla yaklaşılmış. Fakat biraz daha hareket ve canlılık kazandırılması gerekebilir.

Demirbank

Kurumsal renklerin hakim olduğu ve sayfayı zorlayan kutuların ve içine sığdırılmaya çalışılmış yazılarla insanı sıkan ve daha sonrası için merak uyan-

dırmayan bir başlangıcı var. Alt menülere indiğimiz zaman ilk sayfa ile hiç alakas olmayan renkler ve tipografik anlayış ile karşılaşılıyor. İç sayfa tasarımları canlı ve başarılı gözüküyor. Ancak araştırmacı olmayan bir kişi bu sayfaları görmek için bir harekette bulunmaz ana sayfadan.

Denizbank

Bu sitedeki ana sayfa çok soft ve hafızalarımızdaki Denizbank'ı tazeleyen kalitede bir tasarım ile süslenmiş. Birbiri ile uyum içersindeki grafik dağılım sayfanın kalitedeki devamlılığını sağlamış. Fakat burada da benim web tasarımındaki bant uygulamasına olan karşıt düşüncelerim tekrar şekilleniyor. Ancak amacına ulaşmış bir site.

Dışbank

Güzel bir grafik tasarım anlayışı ile eski bir konsept günümüz uzay çağı tasarımı ile canlandırılmaya çalışılmış. Ancak, alt menülere indiğimizde bu tasarımdan kopan ve ikonlar ile amatörleşmeye başlayan bir site ile karşı karşıya kalıyoruz. Ana sayfadaki tasarım uygulama alt menülere taşınabilseydi devamlılığı olan bir site olabilirdi. Bence web tasarımcıları ikonlar ile sayfaları zorlamamalı kendileri birşeyler yaratmalılar. Bunlar bir tasarımcıyı kaçış noktalarına sürükler işlerini kalitesizleştirir.

Egebank

Gözlerin alıştığı o kurumsal kimlik, renkler ve tipografi aynı şekilde siteye de taşınmış ve kullanıcı için gayet renkli bir hale gelmiş. Sıcak renklerin yoğun olarak seçildiği ana sayfa akışın devamlılığını sağlamaya yeterli oluyor. Alt menülerdeki renk ve tipografi uyumunun devamı ve sayfa üzerindeki konumlandırma bütünlüğün bozulmaması gibi akıcılığında devamını getirecektir. Bence gerekli sinyalleri veren ve fonksiyonelliği açısından başarıya ulaşmış bir site.

Emlak Bankası

Akla gelen kurumsal kimliğinden uzaklaşan ve grafik tasarım açısından amatörce düşünülerek hazırlanmış bir sayfa. Gereksiz büyüklükte kullanılan bir amblem... Sayfada anlamsızca kullanılan boşluklar... Ayrıca ikonlarla zorlanan bir sayfa olmuş. Çağımız web tasarımından çok uzak bir tasarım. Okunma zorluğu çekilen, daha çok tatilyayı andıran tipografi... Fonksiyonelliği açısından da zayıf. Bence oldukça başarısız bir site.

Esbank

Giriş sayfası ile etkili, kullanıcısına okuma kolaylığı ve rahatlık sağlayan bir giriş... Fakat alt menülere indiğimiz zaman okuma kolaylığını sağlayan ferah ve günümüz tasarımından uzaklaşma söz konusu. Alt menüler için tekrar çalışılması gerekebilir. Bu menülere ulaşmak biraz güç olmakta. Main menüdeki bütünlük ve grafik anlayışı alt menülerde taşınabilirse güzel bir site görünümü verilebilir.

Etibank

Alt menüler gibi hazırlanmış bir ana sayfası var. Burada kendilerine olan güvensizliklerinden dolayı insanlara başlangıçta bir yükleme yapılmaya karar verilmiş anlaşılan. Çok geniş bir sayfa yapısı ile daha uygun ve eğlenceli, sıkmayan bir sayfa tasarımı yapılabilirdi.

Finansbank

Dil seçim sayfası çok abartılı logo ve zeminle boğulmuş. Daha minimalist bir yaklaşım uygulanabilirdi. Sayfalar logonun hakimiyeti üzerine kurulmuş. Sayfadaki büyük kutucuklar gözün hareket alanını kısıtlıyor. Tasarım da seçilen renk siteyi hapsedip boğmuş.

Garanti Bankası

Sayfayı açtığım zaman bir garanti bankası şubesine girdiğimi hissettim. Şubeleri tarzında hazırlanan bir sayfa olması, tüketicisinin bir garanti bankası müşterisi gibi hissetmesini sağlıyor. Gayet okunaklı ve belirgin bir şekilde hazırlanmış linkler, fakat bu sayfayı hazırlayan grafik tasarımcılara da fazlasıyla müdahale edilmiş ya da bu grafik tasarımcılar da yeteri kadar web tasarımında insanların nerelerde olduğunu ve neler yapabileceğini takip edememişler. Ulaşımı yeterli hızda fakat donuk ve cansız bir sayfa.

Halkbank

Öncelikle 75. yıl logosunun orada olmaması gerekiyor. İmajların konumlandırılması çok yanlış geldi gözüme. Daha sonra seçeneklere baktığımda büyük sitelerde yol gösteren tabelaları anımsattı bana. Örnek market, yüzme havuzu... Çok sıkıcı ve donuk sayfalar bekliyor sizi alt menülerde. Grafik tasarıma baktığımızda çok amatör bir gözle karşı karşıya kalıyoruz. Bu sayfayı bir mühendisin yaptığı kanısına varmak üzereyim. Okullardaki derslerde kötü tasarımlara örnek gösterilebilecek bir çalışma.

İktisat Bankası

Tipografinin ve imajların sayfaya dağılımı gayet dengeli. Okunma açısından da iyi bir sayfa. Minimalist ve imaj destekleri ile sıcak ve uyumlu bir sayfa tasarımı olmuş. Fakat ana sayfanın bizi yönlendirdiği butonların açtığı sayfalarda yazıların sola bloklanması ve sağ tarafta kalan boşluğun vermiş olduğu bir rahatsızlık oluştu gözümde. Kimi sayfalarda sola çekilmiş gözü yoran bantların içine yazmış seçenekler daha iyi bir grafik anlayışı ile çözülebilir ve diğer sayfalarla bütünlük sağlanabilirdi. Siteye genel bir bakışla bütünlüğün bozulduğu kanısındayım. Her sayfa farklı telden esiyor.

İnterbank

Fazla dinamik renkler seçilmiş ve anlamsız boşluklar sayfanın havada kalmasına neden olmuş gibi. Alt menülerde bu rahatlığı bulamıyor ve sıkışık bir tipografi uygulaması ile karşılaşılıyorsunuz.

İş Bankası

Sayfaya genel bakışta çok sıkışık, çok içiçe bir görüntüyle karşılaştım. İlk bakışta mirc chat programını andıran bir tasarım gibi geldi. Zemin rengine uygun bir tipografi rengi ile okunması kolay. İş Bankası benim gözümde 10 yaşında nasılsa, şimdide öyle zaten. Web sayfasıda eski ve basit.

Kentbank

Çok kötü bir tasarım ile gelen Türkçe/İngilizce seçim sayfası... Genelde insanları rahatlatan bir renk olan yeşil, bu sayfada insanı çok boğuyor. Çok ilkelce hazırlanmış bir sayfa. Bir site artık tek bir programla hazırlanabiliyor. Böylece insanlar bilgisayarına program yüklemek zorunda kalmayıp, siteyi zahmetsiz bir şekilde inceleyebilirler. İlerlediğimiz sayfalarda çok sıkışık bir yazı düzeni ile karşılaştım. Açıkcası yeşilin ve tipografinin siteyi hapsettiğini gözlüyorum.

Koçbank

Ana sayfaya girişimizde karşılaştığımız flash animasyon uygulamaları sayfaya ayrı bir hareket getirmiş. Ancak alt menülere gitmek istediğinizde üzerine geldiğiniz başlıkların çok büyük puntolarla yazılması gözün akışını zorluyor. Alt menülerdeki grafik anlayışının devamlılığı sitenin bir bütünlüğe sahip olduğunun bir ispatıdır. Fakat alt menü sayfalarındaki üst buton renklerinin uyumsuz olması eksi puan olarak tanımlanabilir.

Körfezbank

Eski ile yeni çatışması yaşayan bir ana sayfa ve bir bilgisayar kasasını (imac) andıran sayfa tasarımı ile kurumsal anlayışından uzaklaşan bir site girişi. Alt menülere inildiğinde dokunmatik ekranları andıran kutularla sıkıştırılmış köşeler ve tam anlamıyla çözölememiş bir tipografi ile bomboş bırakılmış bir tanıtım alanının ne kadar dengesiz bir gözlem sağladığını söylememize gerek yoktur herhalde. Tasarımcıların uçmak için girişimde bulunduğu bu sitede eksik kalan çok yerlerin olduğunu görmemek mümkün değil. Bence etkisiz kalmış.

Osmanlı Bankası

İnsanların kafasında oluşan sade, nostalji kokan kurumsal web sitesinde biraz renklendirilmeye çalışılmış. Sayfada soft ve yumuşak hatlar hakim rahat bir aile ortamı yaratılmış eskiden olduğu gibi. Web sitelerinde amaçlarına ulaşmışlar ama benim için çok yumuşak bir tasarım.

Pamukbank

İlk açıldığında karmaşık görünen bir sayfa geliyor karşınıza. Grafik anlayışın bozulmadığı tüm sayfalarda siteye akıcılık ve sıcaklık katan renk uymu da Pamukbank'ın kurumsalından geliyor olsa gerek. İkon seçiminde de doğru ve basit seçimler yapılarak site eğlenceli bir hale getirilmiş. Erişim hızında yeterli gözüküyor. Bence hedefine ulaşabilmiş ve tanıdığımız Pamukbank'ı fazlasıyla ifade eden bir site olmuş.

Şekerbank

Dikkat uyandırmak için yapıldığını düşündüğüm çok kötü renk seçimi ile, sayfayı tamamiyle hapseden kutu butonların insana vermiş olduğu rahatsızlık son derece itici, sıkıcı ve zevksiz bir tasarım haline dönüşmüş. Daha fazla bir şey söyleyemeyecek kadar sıkıldım bu siteden.

Sümerbank

Çok koyu bir zeminle gelen, kurumsal kimliğinden epey uzaklaşmış bir ana sayfa ile karşı karşıya kalıyoruz. Yazı puntoları çok büyük ve sayfayı zorlayan kolaj yoluyla bir imaj çalışması var. Alt menülerde sadece yazıların hakim olduğu analitik görünümlü tasarımlar hakim bence zayıf bir çalışma.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Gayet sade ve gururlu bir ingilizce/türkçe sayfası karşılıyor. Devamında ise grafik tasarım adına da bir şeyler katılmış siteye. Baştaki bütünlüğü sağlayan tasarım anlayışı alt menülerede taşınarak bütünlük korunmuş. Tipografi ve imajların sayfaya dağılımı ve bıraktığı lekeler gayet düzgün ve karmaşa yaratmayan bir tasarım uygulanmış. Fakat soldaki bant içine fonksiyonsuz yazılar koyulmuş. Burada bir zorlama söz konusu olabilir. Ancak genelinde hoş ve kaliteli bir sayfa.

Tekstilbank

Sitenin açılışı ve betonlaşmış bir görüntü veriyor. Seçilen renklerin de buna etkisi büyük olmuş. Alt menülere girdiğimiz zaman sola konumlandırılmış imaj destekli sıkışık bir düzene sahip sayfa yapısı, tipografinin de tam çözülememesi ile birbirini pekiştirir bir hale gelmiş. Ancak sayfa yapısı çok temiz ve sade bir görüntü veriyor. Background'da kullanılan tramlı yazılar daha etkili bir şekilde yapılabilirdi. Genel bakışta görevini yapan bir site. Değişik bir gözle bakmanın faydası olabilir.

Toprakbank

Sayfaya hakim olmasına izin verilmekle kalmayıp, tasarımı binbir parçaya bölen bir amblem konumlandırmış. Birbirinden uyumsuz logo ve background rengi ile insanın akıcılığını kaybetmesini kaçınılmaz hale getiren tasarıma, sıkışmış tipografi uygulaması da gayet yardımcı oluyor. Tekrar araştırmacı kişiler tarafından ele alınması gerekiyor.

Vakıfbank

Ana sayfasına ulaştığımda kredi kartı satan bir banka hafası hissettim. Sayfaya kötü bir grafik anlayış ve dengesiz bir tipografi hakim. İç sayfalarda excel dokümanlarını anımsatan tablolar, gereksiz büyüklükte amblem ile yarışan bazı butonlar tasarımın dengesizleşmesine yardım etmiş. Üzerinde çalışarak kurtarılması gereken bir web sitesi burası bence.

Yapı Kredi Bankası

Araştırmacı ve gözlemci bir ekip tarafından hazırlandığı kanısındayım. Web tasarımında çok önemli bir yeri olan tipografi doğru ve tamamlayıcı bir şekilde kullanılmış. YKB kurumsal ilk göze çarpan etken. Devam ettiğimiz linklerde grafik tasarımın sayfa üzerindeki hakimiyeti çok iç açıcı. Ra-

hatlatılmış satır araları ile, güzelce kullanılmış boşluklar sayfayı rahat okumamıza yardımcı oluyor. Kesinlikle kafa karıştırmıyor. Tasarım her sayfaya taşınmış ve bütünlük kaybedilmemiş. Bir tasarımcının görmesi gereken örnek sitelerden olabilir. Gözü yormayan renk seçimleri sitedeki hızlı akışı sağlıyor. Hedefine ulaşmış başarılı bir çalışma.

Yaşarbank

Ana sayfaya ulaşıldığında bantların ve imajların sayfayı sıkıcı ve akışsız hale getirdiğine karar veriyorsunuz. Alt menülerde de sayfa tasarımı bütünlüğü sağlıyor ancak sıkıcılıktan kurtaramıyor. Çok donuk ve heyecan vermeyen bir site. Fazlaca ilgi çekeceğini düşünmüyorum. Tekrar ele alınması gerekiyor.

Yurtbank

Temiz ve düzenli bir başlangıç sayfası ile hizmet vermeye başlıyor. Sloganlarının burada da hatırlatılması kullanılan imajın etkisini arttırmakta. Alt menülerde sola çekilmiş bir bant sitenin genel düzenini bozmuş ve sayfada sıkışıklığa yol açmış. Fakat genel bir bakışta sitenin rahatsızlık veren taraflarının minimum düzeyde olduğunu gözleyebiliriz.

Ziraat Bankası

Çok amatörce hazırlanmış, Marketing Türkiye’de ki istatistikleri anımsatan sayfa yapısı ile çok donuk, sadece kırmızısının hakim olduğu sıkıcı bir site. 75. yıl logosu da bunun cabası. Logo sayfalara haddinden fazla hakim olmuş. Bu site için söylenecek çok fazla bir şey yok. Tekrar çalışılması gerekiyor.

(Grafik Tasarımcı)

ABank

Sitenin giriş sayfası oldukça etkileyici denebilir. Fakat imajların çok olması bağlantı hızını yavaşlattığı için ilk baştan biraz puan kaybediyor. Bunun haricinde tam olarak yüklendikten sonra ortaya çıkan görsel oldukça başarılı. Menü sistemi sade butonlar ve logonun kullanımı başarılı. Tipografik dil olarak da başarılı bir uygulama olarak nitelendirilebilir. Alt sayfalarda da aynı çağdaş dil devam ediyor. Fotoğrafla desteklenen iç sayfalar genel olarak başarılı bir çizgide tasarlanmış. Bence bir problem var. O da çağdaş bir çizgideki tasarımı yer yer işlevsiz hale gelmesi kullanım açısından bir eksi puan olabilir. Bunun haricinde genel olarak başarılı bir site olduğu söylenebilir. Kullanıcıyı fazla yormayan menü sistemi tasarım açısından başarılı. Hem okunaklı hem de anlaşılır olması kullanıcıyı iç sayfaları ziyarete yönlendiriyor. Tek promblem görsel açıdan giriş sayfasındaki imajın çözünlürlüğü, bu kadar büyük kullanılan bir görsel her zaman internet ortamında risklidir, bu site bu riski almış görünüyor ama üretim aşamasında bu riskin hakkını verememişler, bunun haricinde başarılı bir site.

Akbank

Giriş sayfasına genel olarak bakıldığında bir karmaşa var, bir çok bilgi detaylı olarak işlenmiş ve bunun yanı sıra, bazı banka hizmetleri bannerlar aracılığı ile gorselleştirilmiş, giriş sayfasında insana en sıcak gelen kısım üst bant ve altı, burada Akbank'ın logosu oldukça şık bir şekilde kullanılmış alt taraftaki görsel imaj bir anda site ve kullanıcı arasında sıcak bir iletişim kurulmasını sağlıyor. Ama bu yapı giriş sayfasının genelinde maalesef yok. Menü kısmının görsellerle oluşturulması ve banner mantığının kullanılmaması, bence çok sağlıklı olmamış, bu oluşum ile menü mantığından biraz uzaklaşmış. Sayfanın diğer kısımlarındaki bilgiler, bence bir giriş sayfasında olması gerekenden çok daha fazla, genel olara bakıldığında bu kısımdaki yazılar çok küçük ve okunaksız, bu beraberinde tasarım bozukluğu anlamına da gelebilir. Kurumsal rengi olan kırmızı üst bantta logo ile birlikte kullanılmış bunun haricinde kurumsal bir yapıdan bahsedemiyoruz. Alt menülerde genel olarak bu tür sitelerde olduğu gibi fazlaca özenilmeden hazırlanmış, sadece tipografik anlatım ana sayfa ile bütünlük sağlıyor. Alt menülerde zemin renginin değişmesi bir farklılık yaratsada bunun pek de çekiciği olduğu söylenemez. Bu renk biraz basit kaçmış böyle bir site

için. Tipografik anlatım dili güzel ama bu dil, güzel bir tasarım ile bütünleştirilemediği için biraz basit olmuş. Sanırım Akbank'ın internet sitesinde de benzerlerinde olduğu gibi bir bilgi yoğunluğu var, internet bankacılığı yapan sitelerde bu genel bir problem, çok fazla bilgi verilmek zorunda olması tasarım anlamında bazı noktalarda taviz verilmesini gerektiyor sanırım. Bu olmaması gereken bir durum bence, bilginin fazla olması, tasarımdan ödün verilmesi gerekliliğini getirmemeli. Genel olarak değerlendirildiğinde içerik olarak başarılı ama görsel olarak Akbank'ı fazlaca yansıtamayan bir site, tasarım anlamında fazlaca beğendiğimi söyleyemem.

Bank Ekspres

Sitenin giriş sayfası gayet sık ve çağdaş bir tasarım ile hazırlanmış sayılabilir, bu çağdaş ve sık yapıyı bozan tek unsur, sayfadaki linkler, bu linkler textler ile oluşturulmuş fakat daha farklı tasarlanarak sayfaya uyması sağlanabilirdi. Bunun yanı sıra, giriş sayfasında bir çekicilik var ve bu çekicilik siteyi gezme isteği oluşturuyor. Logonun kullanımı sayfayı gayet başarılı bir şekilde kapsıyor, diğer görsellerin bu yapının altında yer alması tasarım dili olarak başarılı olmuş. Alt menülerdeki tasarım dili giriş sayfası ile bir bütünlük içersinde. Alt menülerde üst tarafta yer alan görsel hem bütünlük açısından hemde tasarım dili açısından oldukça başarılı ne varki, bu sayfalardaki problem, giriş sayfasındaki dilin yansımasında yaşanmış. Buton tasarımlarındaki farklılık sık gözükmeyle birlikte genel olarak bakıldığında biraz itici özellikle fotoğrafın kenarlarında da aynı dilin devam ettirilmesi biraz itici olmuş. Aynı dili devam ettirmek doğru bir yaklaşım olsada bank ekspresin sayfasında biraz zorlama gibi duruyor. Alt sayfalarda sol üstte kullanılan gif animasyon bence biraz gereksiz ister istemez dikkati oraya çekiyor ama bu dikkatin kullanıcıya kazandırdığı artı bir değer yok. Ama bunun haricinde tipografik dil ve görsel tasarım başarılı. Genel olarak değerlendirildiğinde ufak tefek tasarım hataları haricinde başarılı bir site olduğu söylenebilir.

Bayındırbank

Siteye girdiğinizde fazlaca yazı ile karşılaşıyorsunuz. Bunun yanı sıra sürekli olarak değişen fotoğraflar yazı ile birlikte farklı bir tasarım oluşturuyor sitede. Giriş sayfası konsepti ve bilgilendirici metinleri bir bütün halinde kullanıcıya sunuluyor. Tipografik anlatımda bir farklılık yaratılmamış, sade ve anlaşılır bir dili var. Bayındırbank'ın logosu genel sayfa içinde biraz ge-

rilerde kalıyor. Sayfa geneline bakıldığında ilk dikkat çeken kısım değişen fotoğraflar ve yazı ile birleşen konsept. Fakat bu sitenin tasarımı açısından pek artı bir puan getirmiyor. Genel olarak sade ve anlaşılır bir tarzı var sitenin. Alt sayfalarda shockwave uygulamaları sitenin kalitesini biraz düşürüyor. Bilgilendirmek amacıyla ayrıca açılan pencereler hem müşteriye yoruyor hemde ilgisinin düşmesine neden oluyor. Özellikle ayrıca açılan bu extra pencerelerde tasarım adına bir şeyler bulmak oldukça güç, salt metin ile oluşturulan bu pencereler kullanıcılarında maalesef okuma merakı uyandırmıyor, genel olarak site tasarımı sade ve anlaşılır ama bunun yanı sıra farklılık yaratmak ya da daha ilgi çekici olmak adına fazlaca bir şey yapılmamış.

Demirbank

Ana sayfa yüklendiği anda sade ve başarılı bir tasarım ile karşılaşıyoruz. Zeminli fotoğraf ile desteklenen menü kısmı tipografik açıdan oldukça doğru. Logonun yerleşimi ve kurumsal renklerin kullanımı doğru bir tasarım dili kullanıldığını gösteriyor. Giriş sayfasındaki dezavantaj text kısmının biraz kırıksık olması okuma güçlüğü çektirmesi, ama genel olarak fazlaca bilgi ve konsept içeren bu site oldukça başarılı şekillendirilmiş. Kurumsal kimliklerinde de farklı yaklaşımlar içerisinde olan demirbank bu anlayışlarını internet sayfasına da yansıtmış, faaliyet alanlarına göre değişen sayfalar ve renkler siteye değişik bir tat katıyor. Bu sayfada da fotoğraflı zeminler ile birlikte kullanılan menü oldukça başarılı tasarlanmış. Demirbank kurum kimliğini bu siteye oldukça başarılı bir şekilde yansıtmış, gerek logoların kullanımı gerek kurumsal renklerin kullanımı sade ve anlaşılır tipografi ve tasarım anlayışı ile birleşiyor. Textlerdeki karmaşa haricinde oldukça başarılı bir site olarak nitelendirilebilir.

Denizbank

Bu sitenin giriş sayfası oldukça kaliteli bir izlenim sergiliyor. Menü sistemi oldukça başarılı, genel olarak bakıldığında oldukça sade ve şık bir site. Alt sayfalarda bu sade ve şık tasarım anlayışı devam ediyor. Sağ ve sol bantlardaki menü sisteminin çağdaş bir yapısı var, butonlarda ve ikonlardaki sistematik yaklaşım sitenin genelindeki görsel anlayışı başarılı bir şekilde destekliyor. Denizbank'ın kurum kimliği oldukça başarılı bir şekilde siteye yansıtılmış. Tipografik olarak sade ve anlaşılır bir sistem kullanılmış. Site çağdaşlık adına bir karmaşa düşmektense sadeliği ve şıklığı bir arada kul-

lanmayı tercih etmiş ve bu konuda da oldukça başarılı olmuş. Genel olarak tasarım anlayışı anlamında başarılı bir site.

Dışbank

Sitenin giriş sayfası oldukça etkileyici tasarlanmış, Menü sistemi butonları ve gif animasyonlar ile desteklenen görsel yapı giriş sayfasında oldukça başarılı. Diğer örneklerinde de olduğu gibi amblemin gif animasyonu biraz abartı olmuş, özellikle sayfada hareketli başka bir imajın olması ortaya bir karmaşa çıkartıyor, özellikle böyle tasarlanmış olduğu düşünülürse başarılı olduğu söylenebilir. Özellikle logo çıkışlı görsel yapı sitenin hem farklılaşmasında hemde tasarım açısından ilgi çekici olmasına büyük katkı sağlıyor. Tipografik anlayışta bu sitede oldukça güçlü, fazla abartılı olamayan ama çağdaş yanı ağır bayan bu anlayış siteye artı bir değer katıyor. Sol tarafta hiç değişmeyen bir menü sistemi genellikle sıkıcı bir hale gelse de bu sitede akılcıca tasarlanmış olan bu bölüm kullanıcıyı rahatsız etmiyor. İç sayfalarda kullanılan ikonlar da sitenin kalitesini arttırıyor. Her zaman doğru bir tasarım diliyle bütünleşen beyaz zeminlerin sade ve şık görüntülerinin başarısını bu sitede de görebiliyoruz. İç sayfalarda aksayan tek yer genelde olduğu gibi text kısmı. Ama sitenin diğer kısmındaki görsel yapının başarılı olması bu eksi puanı ortadan kaldırıyor. Genel olarak oldukça başarılı ve doğru olarak tasarlanmış bir site.

Egebank

Giriş sayfası güzel bir animasyonla başlıyor, flash uygulamaları hemen göze çarpıyor, zemin rengi biraz kullanıcıyı yorsada kurumsal renk kullanımı açısından doğru bir karar. Dil seçimi sayfasından sonra karşımıza anasayfa geliyor bu sayfada da zemin rengi giriş sayfaları ile bütünlük içersinde ve genel olarak site oldukça çağdaş bir tasarım yapısına sahip, renk konusunda bazı sıkıntıları olsa da (renklerin birbirleri ile uyumsuzluğundan kaynaklanan bir sorun ama egebankın kurumsal renklerinin böyle olması bu konuda ki elıştırileri sanırım ortadan kaldırıyor) genel yapı oldukça başarılı. Tipografik olarak bazı sıkıntılar menü de göze çarpıyor, çağdaş bir anlayış ile tasarlanan etkileyici bir site açılışından ana sayfaya gelene kadar kullanıcı sürüklenerek ilerliyor. Ana sayfada fotoğraflar ile desteklenen tasarım sitede dolaşmak isteği uyandırıyor. Banner mantığı ile verilen egebank hizmetleri yine renk problemleri ile birlikte de olsa sitenin görsel yapısını bozmadan işlevlerini yerine getiriyorlar. İç sayfalarda da aynı başarılı tasarım

dili devam ettiriliyor. Menü sistemide ana sayfadaki gibi başarılı,sadece butonlar bu siteye yakışmıyor. Kullanılan fotoğraflar oldukça başarılı ve siteye ayrı bir değer veriyor. Bu sitenin en büyük problemi renkleri bu konudaki düşüncelerimi de parantez içinde belirtmiştim.

Emlak Bankası

Site genelinde, görsel tasarım çok başarısız, çekicilikten çok genel bir iticilik hakim. Tasarım anlamındaki yanlışlar, ana sayfadaki zemin rengi ile başlıyor. Menu sistemini oluşturan butonlar oldukça başarısız olarak tasarlanmış, büyük ihtimalle bir çekicilik yaratmak için butonlar ikonlar ile desteklenmiş nevar ki, bu karışık ve hatalı tasarım sitenin genelinde başarısızlığı getiriyor. Alt menülerde de aynı başarısız anlayış devam ettirilmiş, yine ikonlardan ve çeşitli görsellerden oluşan menüler sadece sitenin genelinde çok küçük bir görsel tad yakalamaya yetiyor, genelde değerlendirildiğinde ise maalesef bu site bir tasarım kaosu haline gelmiş. Kurumsal kimlik açısından bir değerlendirme yaparsak, yanlışlar logonun kullanımıyla birlikte başlıyor. Sayfanın üstünde gif animasyon olarak logo kullanılmış fakat sürekli hareket etmesi bir çekicilik değil, bir karışıklık yaratıyor, bu siteyi hazırlayanlar bu yanlış sayfanın içinde bir kez daha kullandıkları üç boyutlu logo ile bütünleştirmek istemiş olabilirler ama logo o kadar yanlış ve hatalı gözüküyor ki, iticiliği de birlikte getiriyor. Kurumsal renkler, sadece logo da göze çarpıyor zaten o da olması gereken bir unsur, onun yanısıra sitenin genelinde, farklı renkler ve bir renk karmaşası var. Butonlarda kurumsal renklerin kullanılması bu karmaşayı maalesef kurtaramamış. Genel olarak site kötü tasarlanmış ve maalesef bir çekicilik oluşturamıyor ziyaretçileri karşısında.

Esbank

İlk izlenim itibari ile giriş sayfası tasarım anlamında ilgi çekici olmuş, kullanıcı ile direkt olarak bir iletişim kuruyor. Tipografik anlatım yer yer oldukça başarılı, ama bazı noktalarda genelin bozarak klasiğe doğru gidiyor. Kurumsal olarak renk kullanımı oldukça başarılı, giriş sayfasında aksayan tek nokta tipografik dildeki karmaşa denebilir. Şık ve çağdaş bir tipografi anlayışının yanında klasik bir anlayış da hüküm sürüyor. Bu karmaşa sadece biraz sorunla o kadar. Alt sayfalarda ise giriş sayfasındaki tipografik anlatım devam ettirilmemiş hatta renk seçimi ve menüler birden bire çok basitleşmiş, ana sayfadaki şık ve çağdaş yapıyı iç sayfalarda görmek imkan-

sız. Burada diğer örneklerde olduğu gibi büyük bir tasarım problemi oluyor, giriş sayfasında müşteri siteye bağlanırken iç sayfalarda birden müşteri için geçerli olabilecek görsel memnuniyet unutulmuş ve bilgilendirme kısmı ve text ağırlık yapı benimsenmiş. Logo her sayfada aynı yerde kullanılmış bu tasarı bütünlüğü açısından doğru bir yaklaşım ama logo biraz küçük kullanılmış özellikle üst bantta yer alan "Ürünlerimiz" ve "Hakkımızda" butonları logodan daha çok dikkat çekiyor bunun olmaması gerekirdi, sitenin genelinde özen ve özensizlik yanyana yer alıyor. Text renginin mavi seçilmesi biraz gözü yoruyor ve okunma güçlüğü yaratıyor, tasarım dili açısından bütünlük yakalama kaygısı kurbanı olan yazılar, okununken kullanıcı açısından sıkıcı bulunabilir. Genel olarak sade yer yer şık ve başarılı yer yerde klasik ve basit bir tasarımı var bu sitenin.

Etibank

Giriş sayfası genel olarak sade ve anlaşılır olarak hazırlanmış, logonun kullanımı doğru ama amblemin gif animasyonu bence giriş sayfasında olmaması gerekiyor. Genel olarak çağdaş bir site ile klasik bir site arasında gidip geliyor. Üst bant çağdaş bir tasarım anlayışı ile oluşturulmuş fakat alt taraflarda klasik bir anlayış hüküm sürüyor. Sitede tarih bulunması sitenin her gün güncellendiği izlenimi uyandırıyor, bu da kullanıcı için artı bir puan. Alt sayfalardada aynı karışık tasarım dili devam ediyor. Alt sayfalarda da giriş sayfasında olduğu gibi üst bant tasarımı başarılı ve giriş sayfası ile bir bütünlük içersinde. Sol bant ve linkler kısmı fazlaca yer kaplıyor bence ve bu banttaki tipografik yaklaşım oldukça basit. Genel olarak devlet bankaları statüsünde benzerlerine göre çok daha zevkli ve başarılı bir site kategorisinde şu ana kadar gördüğüm en başarılı site diyebilir.

Finansbank

Site dil seçimi sayfası ile başlıyor, bu sayfa biraz abartılı bir görsellik ile hazırlanmış ama sitenin çağdaş bir site olduğunu izlenimi verilmeye çalışılıyor sanırım. Ama bu çalışmada biraz abartı var ve pek başarılı olunduğu söylenemez. Ana sayfada da aynı mantık devam ediyor. Çağdaşlık yakalanmaya çalışılırken biraz tasarım kargaşası yaratılıyor. Sitede her şey kötü değil tabi ki, yakalanmaya çalışan çağdaş dil, ara sıra doğru yerlerde kullanılmış ama genelinde fazla abartılı bir tasarım dili var, alt sayfalarda bu dil üst bantta devam ettirilmiş, ama alt taraflarda yine aynı problem ile karşılaşyoruz ve oluşturulan dil bir anda altüst oluyor ve klasik anlayış ye-

rini alıyor. Sitenin en başarılı kısmı flash uygulaması olan menü tasarımı, bu bölüm biraz ilgi çekici sayılabilir ama bu farklı kısım ile ulaştığınız sayfa yine size hayal kırıklığı yaratabilir. Genel olarak tasarım adına birşeyler yapmaya çalışmış ama pek de başarılı olamamış bir site.

Garanti Bankası

Sitenin genelinde sade, anlaşılır ve şık bir görsel tasarım mevcut. Menü sistemi genel olarak kutucuklar ile oluşturulmuş, bu da derli toplu bir düzen oluşturmuş, biraz daha detaylı bakıldığında bu sistem zamanla biraz sıkıcı hale gelebilir. Renk olarak garanti bankasının kurumsal yeşil rengi sitenin geneline hakim, logoda doğru boyut ve yerde kullanılmış, ne gözden kaçıyor ne de çok büyük olarak göze fazla batıyor. Ama sanırım garanti bankasının sitesindeki en büyük hata bankanın kurumsal kimliğinin tam olarak yansıtılamaması, garanti bankası genel olarak çok güzel bir kimliğe sahip, tüm banka şubelerindeki doğa tarihi müzesi havası, insanın kendini bir müzede hissettiren mimari tasarımı bence çok başarılı fakat bu konsept nedeniyle internet sayfasına yansıtılmamış, burada bir kimlik problemi ile karşılaşyoruz, site kendi içersinde sade ve tutarlı gözüksede bence tam olarak garanti bankasını yansıtmıyor, şubelerdeki dilin siteye yansıtılmaması hoş olmamış. Garanti bankasının şu aralar en gözde hizmetleri banner mantığında siteye aktarılmış, bu bannerlar hem siteye bir hareket getiriyor hem de biraz farklılık yaratıyor sitenin genelinde. Alt menülerde ise durum biraz farklı, giriş sayfasında oluşturulan tasarım dili alt sayfalarda devam ettirilmemiş, burada kimlikten tamamen uzaklaşmış ve sayfa düzeni oldukça basite indirilmiş. Buyüzden sitenin genelini ele alırsak, tasarım açısından bir farklılık var, kurumsal kimlik konseptinin yansıtılmaması ise ayrıca büyük bir problem bence. Genel olarak düşünüldüğünde bence vasat bir site.

Halkbank

Sitenin giriş sayfası hakkında birşeyler söylemek oldukça güç, özenilerek hazırlanmış ve aynı zamanda da kötü bir tasarım duygularını aynı anda oluşturuyor insanın aklında. Kullanılan fotoğraf insanın aklında ister istemez güçlü ve güvenilir bir banka izlenimi uyandırıyor. Ama bir problem varki halkbankası bir devlet bankası ve böyle bir imaja zaten ihtiyaçları yok. Ama görsel olarak değerlendirilirse kötü gözükmediği söylenemez. Problem menü kısmındı yaşanıyor. İlk izlenim olarak şık dursada, biraz daha üstünde düşünüldüğünde gereksiz bir zorlama var. Hem sitenin tam or-

tasarında hantal bir görünüşü var hemde lekesel değer açısından gözü direkt olarak oraya çekiliyor. İlginin oraya çekilmesi yanlış bir durum değil ama böyle bir site mantığında zaten siteyi ziyaret edenlerin menülerde nasıl ol- sa ilgileneyeceği düşünülürse bu mantık bir yanlış gibi geliyor bana. Böyle bir tasarım dili kullanılacaksa logo için kullanılması daha mantıklı olurdu ben- ce. Zeminde logolardan oluşan bir görsel var ama bu görsel biraz fazlaca zeminde kalmış, yani tam olarak bir görsel malzeme oluşturamıyor ama orada olması sitenin yüklenmesini yavaşlatıyor bu bu yüzden olmaması ge- reken bir ayrıntı bence. Ya daha belirgin hale getirilmeli ya da kaldırılma- lı. Genel olarak tipografik anlatımda sade bir dil var, ama kesinlikle anla- şılır olduğunu söyleyebiliriz. Butonlarda bir tasarım unsurundan bahset- mek imkansız sadece orada varlar denebilir. Genel olarak devlet bankala- rının web sayfaları içinde çok kötü sınıfına girmesede başarılı olduğu söy- lenemez. Vasat bir site olarak yorumlanabilir.

İktisat Bankası

Ana sayfa yüklenir yüklenmez şık ve sade tasarımı ile dikkat çekiyor. Kulla- nılan görselle site ve kullanıcı arasında sıcak bir iletişim ortamı yaratılmaya çalışılmış ve başarılı olunmuş. Kurumsal kimlik açısından İktisat Bankası sa- dece logo ile yansıtılmış ama bu sayfa genelinde göze çarpan bir hata ola- rak anlaşılmıyor. Menü tasarımında da sade ve şık bir anlatım var. Ayrıntılı ve bilgilendirici bir anlatım kullanılmış. Ana sayfadaki tarih, sitenin sürekli olarak güncellendiği anlamına geliyor ve bu da kullanıcı için iyi bir izlenim oluşturuyor. Alt menülerde yine sade bir görsel anlatım dili var. Ana sayfa- daki görsellik alt sayfalara da yansıtılmış ve logo kullanılarak kimlik kullanı- mı devam ettirilmiş. Alt sayfalarda ki tasarım dili sade ve anlaşılır olsa da kul- lanıcı açısından zamanla biraz sıkıcı hale gelebilir. Salt metin kullanımı kul- lanıcı için bir müddet sonra itici gelmeye başlayabilir. Tabi ki bu sorun sade- ce siteyi ziyaret amacı ile gelenler için geçerli olacaktır. Bunun yanısıra bi- linçli olarak bir işlem yapmak ya da bilgi almak için gelen kullanıcılar açısın- dan site oldukça doğru tasarlanmış sade görsel yorucu olmadan aradığının bulunmasına yardımcı oluyor. Genel olarak sade, şık ve başarılı bir site.

İnterbank

Sitenin giriş sayfasında çağdaş bir yapı hemen göze çarpıyor, butonlar, linkler ve görsel yapı oldukça başarılı olarak tasarlanmış. Bu başarılı tasa- rımın bir kaç aksayan noktası var. Giriş sayfasının genelinde büyük bir alan

kaplayan sol blok göze çok fazla hitap ediyor ve direkt olarak algıyı üstüne çekiyor. Ama diğer taraftaki bilgiler göz önüne alınırsa dikkat çekilmesi gereken yerler diğer taraflar. Bu kısımlarda linkler ve butonlar ikonlar ile desteklenerek gayet hoş bir tasarım dili oluşturulmuş aslında. İkinci bir eleştirisi noktası sanırım sitenin genel tasarımında bir arama motoru havası olması, bir bankanın web sayfasından daha çok güncel bir aram sitesini andırıyor. Interbankin kurumsal kimliği renkler ile bütünleştirilmiş bu doğru bir yaklaşım. Alt sayfalarda da aynı tasarım dili devam ediyor, sağ tarafta yer alan menünün tipografik anlatım dili başarılı, gayet açık ve anlaşılır bir şekilde tasarlanmış. Tasarımı bozan unsur yine text kısmı denebilir. Genel olarak çağdaş bir site izlenimi var ama daha öncede bahsettiğim gibi bir bankanın internet sayfası gibi tarlanmamış, bunun haricinde başarılı bir site sayılabilir.

İş Bankası

Sitenin giriş sayfası, görsel tasarım açısından tam bir hayal kırıklığı yarattı bende. Bu sayfada bir tasarım yapıldığından bahsetmek zaten yanlış bir düşünce olur. Sol ve sağ bantlardaki menü sistemi oldukça itici, sitenin genelinde bir text hakimiyeti var bu textler fazlaca görsellerle desteklenmediği için, genelde monoton bir yapı oluşturmuş sitede. Alt menülerdede aynı başarısız düzenleme devam ettirilmiş. Alt menülerde yine text ağırlık bir yapı mevcut. Kurumsal kimlik anlamında göze çarpan tek unsur İş Bankasının kurumsal rengi lacivert, menülerde kullanılmış, bunun haricinde bir kurumsal yapıdan söz etmek imkansız. İşlevsellik açısından kullanıcılar için farklı seçenekler sunulmuş, yönlendirme ve bilgiye ulaşım doğru oluşturulmuş ama bu yapı biraz daha görsellikle bütünleştirilse ortaya çok daha başarılı bir site çıkabilirdi, iş bankasının internet sitesi direkt olarak işlevsellik ile oluşturulmuş, bu da çekiciliği tamamen ortadan kaldırıyor. Bu siteyi ziyaret eden bir kullanıcının bu sitede uzun zaman geçirmesinin tek yolu, iş bankasını bilen ve bu banka ile çalışmak isteyen bilinçli bir müşteri olması, bunun haricinde sitede hiç bir çekici yan yok, bunun yanısıra itici ve sıkıcı da olduğu söylenebilir. Bence genel olarak görsel tasarım olarak başarısız bir site olduğu söylenebilir.

Kentbank

Site dil seçimi sayfasıyla başlıyor. Bu sayfada tasarım anlamında doğru olan tek nokta sanırım logonun kullanılması ve kurumsal rengin kullanılması.

Onun haricinde dil seçeneklerinin yanında kullanılan fotoğraf yeşil zemi- niyle birlikte görsel açıdan pek başarılı değil. Dil seçimi sayfasındaki başa- rısız tasarım iç sayfalarda yerini başarısız bir menü sistemine bırakıyor bu menünün haricinde kalan kısım tasarım anlayışı olarak çok kötü değil. Da- ha çok bilgilendirici olma özelliğinesahip olan sayfalarda fazlaca texte yer verilmeksizin ana konular belirtilmiş bu da tasarım açısından oluşabilecek bir karmaşı önlüyor. Daha ayrıntılı bilgi almak isteyenler daha da ilerleye- rek istedikleri bilgilere ulaşıyorlar. Sitenin genelinde yaşanan hatalar çok az sayıda görülen doğru tasarım özellikleri ile karışıyor. Genel olarak de- ğerlendirdiğimizde sade ve şıklıktan uzak ama çok ta kötü olmayan bir ta- sarımı var.

Koçbank

Site girişinde flash uygulamaları ile farklı bir oluşum içersine girmiş ve bu oluşumda oldukça başarılı olmuşlar. Logonun kullanımı gif animasyonlar ve menü oldukça dengeli bir şekilde yerleştirilmiş giriş sayfasına. Üst bant da ve menü seçeneklerinde interaktif olarak değişen fotoğraflar siteye bü- yük değer katıyor, kurumsal olarak renk ve logo doğru kullanılmış, menü sistemindeki interaktivite kullanıcıya ilişkin bir deneyim sunuyor bu da si- tenin ziyaretini ve iç sayflardaki gezinti süresini arttırıyor. İç sayfalarda ay- ni tasarım dili başarılı bir şekilde devam ediyor. İç sayfalarda değişen me- nü sistemi sanırım bu siteye yakışmayan yerlerden biri, tasarımın genel ya- pısına uymayan butonlar kullanılmış ve metnin yerleştirilmesi tasarım ile bir uyum içersinde, genel olarak oldukça başarılı bir site flash uygulamala- rı ile farklılığı çekiciliği oldukça doğru şekilde arttırılmış,

Körfezbank

Giriş sayfasında ağır bir görsellik ile karşılaşıyoruz. Ağır ve köklü bir izle- nim uyandırıyor ziyaretçilerinde ama bunların yanısıra görsel tasarım anla- yışı bakımından incelediğimizde pek başarılı olduğu söylenemez. Logonun kullanımı doğru ve başarılı ama bunun yanısıra zemin seçimi ve menü ta- sarımı butonlar ilgi çekiciliğin ötesine gidemiyor. Tipografik dil giriş sayfa- sinin genelinde düzgün ve anlaşılır. Bu site için hem giriş sayfası hemde alt sayfalar için genel olarak yapılacak yorum farklılık, ama bu farklılık doğru bir tasarım dilini ve doğru ve başarılı bir tipografi anlayışını beraberinde getiremiyor. Benzerlerine göre, farklı bir yapısı var. İç sayfalarda kullanı- lan görseller giriş sayfası ile bütünlük içersinde bu da doğru bir tasarım an-

layışı, fakat tasarım tam olarak olgunlaşmadığı zaman bu bütünlükte siteye artı bir değer olarak katılamıyor. Genel tasarım anlayışı olarak eksik olsa da, benzerlerine oranla farklı ve yer yer başarılı olduğu söylenebilir.

Osmanlı Bankası

Giriş sayfaı yüklendiğinde farklı bir dünya ile karşılaşılıyor kullanıcı, gerçekten ilginç ve başarılı bir tasarım dili. Bu anlatım dilindeki problem Osmanlı Bankasının logosunu bu görsellik içersinde biraz gerilerde kalması, sağ taraftaki bannerlarda bu görsel yapıya uymuyor. Aynı şık tasarım dili bu kısma yansıtılamamış. Alt sayfalarda, giriş sayfasındaki tasarım dili devam ettirilmeye çalışılmış fakat bir çok örnekte gördüğümüz gibi bu site de de textler tasarıma tamamen yabancı kalmış, özellikle linklerin rengi tasarım ile bütünleşmesi açısından koyu sarı kullanılmış ama bu bütünlükten öte biraz okuma zorluğu getiriyor kullanıcıya. Genel olarak tasarım dili farklı bir çizgide, site genelinde bu dil bir bütünlük içersinde kullanılmış, bu konsept yaratılırken sitenin geneline bu konseptin yayılması site için daha faydalı olabilirdi, arasıra kopup giden tasarım dili bir bütün olarak ele alındığında başarılı sayılabilir.

Pamukbank

Ana sayfa yüklendiğinde anda, görsel olarak bir kargaşa hakim. Genel olarak bakıldığında hem tipografik anlamda hem de diğer görsellerde çağdaş bir yapı var. Nevar ki sol taraftaki menü tamamen farklı bir dünyada. Bu da sayfanın genelinde bir tasarım bozukluğunu beraberinde getiriyor. Sol taraftaki menü kısmının haricinde çağdaş ve sıcak bir yapısı var sayfanın. Sayfa da bankacılık hizmetleri dışında, güncel, haber ve görselleri siteye değer katıyor. Pamukbank'ın kurum kimliği görselliğin yanısıra yaklaşımları ile de yansıtılmaya çalışılmış ve bunda da başarılı olunmuş. Anlatım dili olarak sade ve anlaşılır olduğu muhakkak. Genelde çağdaş ve müşterisine iyi hizmet veren bir banka imajı oluşturulmuş. Kullanılan görseller ve kullanıcılara bankacılık dünyası dışından farklı konularda verilen hizmet, müşteri ve banka arasında sıcak bir iletişim kurulmasına yardımcı oluyor. Ama alt sayfalarda da sol menünün diğer kısımlar ile uyumsuzluğu ısrarla sürdürülmüş. Kurumsal renk doğru bir biçimde siteye yansıtılmış. Pamukbank'ın logosu her sayfada aynı yerde doğru bir görselle kullanılmış, bu da kurumsal kimliklerinin siteye doğru olarak yansıtıldığı anlamına gelebilir. Site genelinde sade ve anlaşılır yapı başarılı bir görsellikle birleştirilmiş. Si-

tenin hareketli bir tipografik yapısı var. Bu da kullanıcıya okuma isteği uyandırabilir ve sıkılmadan textler takip edilebilir. Ufak tefek tasarım problemleri bir kenara bırakıldığında başarılı bir site.

Şekerbank

Giriş sayfası ile ilgili ilk izlenimler gerçekten çok kötü bu site için, renk seçiminden menü tasarımına ve butonlara kadar tam bir başarısızlık örneği, birkaç benzeri gibi sanırım bu benzerlikler nedense devlet bankalarında daha da kendini gösteriyor, özensiz bir tasarım ve anlatım dili ile kendini gösteriyor. Sayfayı karşınızda gördüğünüz andan itibaren siteden soğumak mümkün, bu site de bazı benzerleri gibi sadece özel amaçla işlem yapmak ya da sadece özellikle şekerbanktan bir bilgi alabilmek için girip dolayabilecek bir site. Giriş sayfasında kullanılan fotoğraflar ve gif animasyon siteyi görsel açıdan zenginleştirmek yerine daha da sıkıntı verici bir hale getiriyor. Sitede her zamanki gibi bankanın genel faaliyet alanlarından ve etkinliklerinden bahsedilmek istenmiş ve fazlaca bilgi yüklenmiş bu bilgilerin sunumunda problem olduğun için site tam bir karmaşaya sürüklenmiş. Alt sayfalarda ki en büyük problem giriş sayfasındaki hatalı menü ve buton tasarımının iç sayfalardada aynen kalması, ilk sayfada bir iticilik yaratan bu sistem, iç sayfalardada aynen yansıtıldığı için, aynı iticilik ister istemez bu sayfalardada yansıyor. Şekerbank'ın kurumsal kimliği adına sitede görebildiğimiz tek şey, yeşil renk bu da kurum kimliği anlamında siteyi kurtarmak bir yana daha da sıkıcı bir hale getiriyor.

Sümerbank

Giriş sayfası yüklendiği anda büyük bir problem ile karşılaşılıyor. O da zemin rengi, sümerbankın kurumsal kimliği ile alakasız bu zemin siteye bir anda eksi puan kazandırıyor. Zemin göz arı edildiğinde genel yapı sade ve anlaşılır ne varki, konsept açısından düşünüldüğünde ortadaki tablo pek de başarılı değil. Çağdaş bir tasarım anlayışı yakalanmaya çalışılmış izlenimi veriliyor ama oluşmadığı gayet ortada. Tasarım açısından sayfaya ilk bakıldığında göz direkt olarak sol tarafa yakın duran görsele gidiyor. Konsept yaratma çabası içersindeki bu görsel tüm dikkatleri üstüne çekerken Sümerbank'ın logosu onun yanında çok sönük kalıyor. Fazlaca imaj kalabalığı kullanıcıya yapılan konsept yüklemesi sitenin ziyaretinin anında sona ermesini sağlayabilir. Alt sayfaların çoğu şu anda hizmet dışı çalışan diğer alt sayfalarda ne yazık ki dil bütünlüğü anlamında giriş sayfasındaki ze-

min kullanılmış, Menü sistemi yine aynı. Alt sayfalarda kullanılan fotoğraflar tasarım anlamında fena değil ama text ile bütünlük sağlayamadığı için site genelinde bir kopukluk var. Tipografik anlatımın başarılı olduğu söylenemez. Site ziyaret için bir kargaşa içersinde yakalanmaya çalışılan çağdaş anlayış amatör tasarım anlayışı ile birleşince ortaya bir kargaşa çıkmış. Genel anlamda başarısız bir site olduğu söylenebilir.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

Siteye dil seçimi sayfası ile giriliyor bu site yüklenir yüklenmez bir ciddiyet yaratıyor ve bu sayfanın sade tasarımı gayet hoş. Dil seçimi yapıldıktan sonra gelen ana sayfa flash ile hazırlanmış ve oldukça ilgi çekici bir tasarım var, genelde web tasarımında riskli olan full zemin mantığı oldukça doğru ve yerinde kullanılmış. Menü sistemi ve butonlar gayet şık ve başarılı tasarlanmış. İnteraktif olması sitenin sürekli çalıştığı izlenimini uyandırıyor. Menülerin ve butonların highlight özelliği siteye ayrı bir değer katıyor. Tipografik dil, dil seçimi sayfası ve ana sayfada yerinde sade anlatımı ile başarılı. Alt sayfalarda da tasarım dili oldukça başarılı sitenin genelinde flash uygulamaları oldukça başarılı ve dikkat çekici, bu flash uygulamalar sayesinde kullanıcılar siteye daha da yakınlaşıyor ve kullanım daha zevkli hale geliyor. Fotoğraf ile desteklenen tasarım oldukça başarılı, site geneline bakıldığında, TEB'in çağdaş bir banka olduğu izlenimi direkt olarak zihinlere işleniyor. Oluşturulmak istenen çağdaş yapı kesinlikle çok doğru bir biçimde tasarlanarak yansıtılmış. Tipografik dil oldukça sade ve anlaşılır. Çağdaşlık tipografi oyunları ile değil, genel anlayış ve tasarım ile yansıtılmış ve bu da siteye ayrı bir değer katıyor. Kesinlikle çok başarılı bir site.

Tekstilbank

Sitenin giriş sayfasında bir flash plug-in uyarısı çıkıyor ama bu sayfada flash uygulamalarını göremiyoruz. Ana sayfada logonun kullanımı gereksiz büyüklükte ve zemin kaosu bu siteninde en büyük derdi sanırım. İlk bakıldığında boğucu bir havası var, iç sayfalarda giriş sayfasında boğucu hava yerini daha başarılı bir tasarıma bırakıyor. Fotoğraf ile desteklene tasarım oldukça ilgi çekici menü ve butonlar oldukça başarılı ama genel tasarım açısından text tasarımdan kopuyor ve klasik bir anlayışa doğru gidiyor. Flash uygulamalarını bu sayfalarda görebiliyoruz ve kullanıcı açısından oldukça ilgi çekici olabilir. Siteyi ziyaret esnasında bu uygulamalar her zaman siteye bağlılığı beraberide getiriyor. Alt sayfalarda sürekli değişen fotoğraflar siteye bir

hareket ve görsel açıdan çağdaş bir tat getiriyor fakat text konusunda ki handicap her sayfada kendini gösteriyor bu problem hariç sitenin genel tasarımı başarılı, giriş sayfasındaki kaos hariç başarılı bir site sayılabilir.

Toprakbank

Ana sayfa yüklendiği anda karşınıza toprakbankın logosundan çıkışla yaratılan bir menü sistemi geliyor. Bu ilginç bir tasarım örneği olarak kabul edilebilir ama bu sayfa için başarılı olduğu söylenemez bence, buton tasarımları ve beraberindeki tipografik yaklaşım sade ve anlaşılır değil, logo-nun renginden çıkılarak yaratılmış zemin rengi, tasarımı hem karmaşık bir hale getirmiş hemde biraz basitleştirmiş. Tipografik dil siteye göre oldukça başarısız kullanılmış, linkleri belirten yazıların gölgeleri zemin ile kaynaşmadığı için tasarım açısından büyük bir problem gibi duruyor. Bu problemde tasarımı genel anlamda oldukça etkiliyor ve bozuyor. Bu denli riskli bir tasarım yapısında başarısız olununca site otomatikman değer kaybediyor. Bu sitede ilginç bir nokta giriş sayfasında kullanılamayan tipografik dil iç sayfalarda başlıklarda kullanılmış. Aynı zemin problemi iç sayfalarda da görülmekte. Sağ taraftaki linkler kısmında ki karışık düzen hem okumayı zorlaştırıyor hemde sıkıntı yaratıyor. Kullanıcı için siteden soğuma anlamına gelebilecek olan bu detay tasarım açısından bir kez daha eksi puan alınması anlamına gelebilir. Sitedeki tasarım anlamında en düzgün yer üst bant bu bant giriş sayfası ile bir bağ kuruyor, logotype her sayfada kullanılmamış ve Toprakbank kurum kimliği sadece amblem ile ifade edilmiş, bu tasarım dili olarak mantıklı bir yaklaşım ama bu mantıklı yaklaşım diğer tasarım bölümleri ile örtüşmediğinden yalnız kalıyor ve tasarımı kurtarmaya yetmiyor. Genel olarak vasat bir site olduğu söylenebilir.

Vakıfbank

Giriş sayfası yüklenir yüklenmez, tasarım anlamında hayak kırıklığı yaratan bir site olduğunu çekinmeden söyleyebiliriz. Menü sistemi oldukça kaba ve başarısız. Diğer örneklerinde olduğu gibi, ana sayfada fazlaca bilgi yüklenmiş, bu kadar bilgi birde başarısız tasarım ile birleşince direkt olarak can sıkıcı bir hale geliyor. Vakıfbank'ın kurumsal kimliğinden söz etmek imkansız, renk kullanımı anlamında sarı ve siyah renkler genelde değil ayrıntılarda kullanılmış, bu renk dilini görselin geneline yansıtılması çok daha doğru olurdu bence. Buton olarak oluşturulan görsel oldukça itici, sayfada birer leke gibi duruyorlar. Logo da kullanılan gif animasyonda giriş

sayfası için hiç de doğru bir tercih değil bence, bu sitede vakıfbankin kurumsal kimliğinden söz etmek imkansız, kesinlikle özensiz hazırlanmış ve bilgi ile doldurulmuş. Tipografik bir oluşumdan bahsetmek imkansız, oldukça dengesiz bir anlatım dili var. Özellikle alt sayfalarda kullanılan zemin tasarım kaosunun son noktası olarak nitelendirilebilir. Genel olarak basit bir dili var, dil diyorum çünkü tasarım demek oldukça güç. Bence kesinlikle başarısız bir site, ne vakıfbankı yansıtıyor ne de görsel olarak bir çekicilik oluşturuyor.

Yapı Kredi Bankası

Site çok çağdaş ve şık bir görsel yapıya sahip. Ana sayfa yüklendiği anda, diğer örneklerden oldukça farklı bir yapı ile karşılaşılıyor. İlk izlenimlerle çağdaş bir bankanın web sayfasında olduğunuz izlenimi oluşuyor. Menü tasarımı hem şık hemde oldukça ayrıntılı olarak işlenmiş. Sayfa genelini gözlemlediğinizde YKB'nin farklı hizmet seçenekleri göze çarpıyor. Bu farklı hizmet seçeneklerinin banner mantığında verilmesi ister istemez bir merak duygusu uyandırıyor. Görsel anlamda YKB'nin kurumsal kimliğine uygun bir yapı var sitede. Renk kullanımı direkt olarak bankanın kurum kimliğine gönderme yapıyor. Logonun sayfa genelinde kullanımı oldukça doğru. Büyüklük ve yer açısından doğru kullanılmış. Alt menülerde yine ana sayfaya göre daha sade bir görsel yapı var. Ama gif animasyonlar ve menülerde ana sayfadaki çağdaş tasarım yapısı desteklenmeye devam ediyor. Site de genel olarak YKB'nin kurumsal kimliği tam olarak yansıtılmış. Hem bankacılık anlamında seçenekler hem de YKB'nin kültür ve sanat etkinliklerinde ki sponsorluğu bu siteylede yansıtılmış ve YKB'nin kültürel ve sanatsal etkinliklerine de yer verilmiş. Genel olarak bakıldığında hem çağdaş hem de anlaşılır ve kullanımı kolay bir site. Flash ile hazırlanmış giriş sayfası oldukça başarılı ve siteye bağlandığınız anda farklı bir dünyaya adım attığınız izlenimi veriyor. Bu da bankanın kurumsal yapısı açısından çok başarılı.

Yaşarbank

Giriş sayfasını sade ve şık olarak tanımlayabiliriz. Fotoğrafların kullanılması tasarıma ayrı bir renk katmış, kurumsal renklerin başarıyla kullanılması tasarım anlayışı olarak başarılı olarak isimlendirilebilir. Menü kısmı biraz zor okunuyor, Tipografik olarak sade ve doğru bir yapısı var bu setinin. Logonun kullanımı doğru ve yerinde, sayfaya ilk bakıldığında dikkati çeken

ilk görsel logo, bu da doğru bir tasarım anlayışını yansıtıyor. İç sayfalarda aynı menu dili devam ettiriliyor bunun da tehlikesi renginden kaynaklanan bir problem. Koyu bir mavi zemin üzerine kurulan menü sistemi, her sayfada aynı olduğu için bu yapıdan rahatsız olan kullanıcının sitede gezinti esnasında sıkılması gayet olası. İç sayfalarda diğer bir problem textin okunaksız olması iç sayfalarda ayrıca tipografik anlayışta etkisini kaybediyor ve klasik anlayışa doğru gidiyor. Genel olarak değerlendirildiğinde eksileri ve artıları ile düzgün bir site.

Yurtbank

Giriş sayfası oldukça başarısız bir menü tasarımıyla başlıyor. Logonun kullanımı ve görselliği başarılı olmak ile beraber alt kısımdaki menü kısmı başarısızlık abidesi olarak karşımızda yer alıyor. Yurtbankin kurumsal kimliği ve diğer mecralarda kullandığı görsel yapıyı internet şubesine taşımak mantıklı bir tasarım anlayışı olabilir ama bu sitede maalesef görsel olarak bir hata gibi gözüküyor.

Ziraat Bankası

Giriş sayfası yüklendiğinde, karşılaşılan manzara için söylenebilecek ilk şey sanırım çok amatörce, diğer devlet bankalarının sayfalarında olduğu gibi özensiz bir tasarım mevcut. Hatta tasarım demek bile sanırım hata olur. Logo gereğinden fazla büyük kullanılmış ve sayfada çok büyük bir yer kaplıyor, türk bayrağının gif animasyonu oldukça gereksiz ve amatörce. Logo da olduğu gibi gereksiz büyüklüğe sahip olan 75. yıl logosu bu site hakkında oldukça eski tanımlaması yapmaya yardımcı oluyor. Cumhuriyetin 75. yılı iki sene önce olduğu düşünülürse bu sitenin iki senedir güncellenmediğini düşünmek kaçınılmaz böyle olmasa bile bu imajlarla, insanın aklına gelen düşünce bu. Kurumsal kimlik açısından bu sitede bir şeylerden bahsetmek imkansız. Sadece görünen kurumsal renkleri olan kırmızı. Sol taraftaki mavi bant, hem siteye bariz bir basitlik katıyor hemde üzerine gelen yazılar ile birlikte, bir renk kaosu yaratıyor. Alt sayfalarda da durum pek farklı değil, logo her zamanki ihtişamı ile aynı yerde duruyor. Başarısız ve klasik buton anlayışı ile linklerden başka bir şey kullanılmamış. Zeminde kullanılan mermer dokusunun anlamını çözmek ise imkansız sayılabilir. Bence kesinlikle başarısız bir site.

(Grafik Tasarımcı)

ABank

Çekici ve güzel görünüyor. Teknolojiyi iyi kullanan bir banka izlenimi uyandırıyor. Ancak metalik ve soğuk bir arayüz. Arayüz içinde beliren insan görüntüleri de ana sayfadaki meknikliği yumuşatmaya yetmemiş. Renkler donuk. Daha çok bir bilgisayar oyununun arayüzüne benziyor.

Akbank

Biraz karmaşık ve sıkıcı bir arayüzü var. Gri zemin üzerindeki koyu renkler sayfayı iyice donuklaştırıyor.

Bank Ekspres

Bence çok sade ve çok çekici bir arayüzü var. Renklerin kullanımı oldukça başarılı. Ana sayfadaki tasarım, diğer sayfalarada yansıtılmış. Giriş sayfasındaki tasarım logo ile uyumlu ve logoyu çağırıştırıyor.

Bayındırbank

Sade ve rahat bir arayüzü var. Naviyosyu sistemi de başarılı. Beyaz alan kullanımı butonların yanındaki resimler sayesinde oldukça başarılı olmuş. Sayfalarındaki tek hareketli unsur logo olduğu için dikkat çekiyor.

Demirbank

Genel itibarıyla sıkıcı bir site. Beyaz zemin üzerinde donuk renkler kullanılmış. Sadece "Bireysel Bankacılık" sayfası diğerlerinden çok farklı, renkli, eğlenceli ve hareketli.

Denizbank

Ana sayfada tam üç adet denizbank logosu olmasına rağmen, Denizbank sitesinde olduğunuzu farketmeniz pek kolay olmuyor. Mai ve beyaz kurum renkleri fakat beyaz üzerindeki mavi kullanımı soğuk bir izlenim yaratıyor.

Dışbank

Mavi ve beyaz'ın uyumlu kullanıldığı bir site. Butonlarda renklerin kullanımı ile sayfadaki renklerin kullanım arasındaki uyum bence başarılı. Logo hem anasayfada, hemde diğer sayfalarda kendini belli ediyor.

Egebank

Dikkat çekici giriş sayfası var.Ana sayfadaki renkler sıcak ama genel tasarım biraz kafa karıştırıcı.İş sayfalarda görsel unsurların kullanımı oldukça başarılı.Egebank sitesinde olduğunuzu her an farkediyorsunuz.

Emlak Bankası

Renkle butonların dizilişi ve özellikle animasyonlar çok kötü.İnsan kendini bir bankanın web sitesinde geziniyor gibi hissetmiyor.Kötü bir banka olduğu izlenimi uyandırdı bende.

Esbank

Donuk ve sıkıcı bir site.Aynı zamanda çok karışık.

Etibank

Hareketli olduğu halde sıkıcı olmayı başaran bir site.Amblemi oluşturan üç farklı renkteki nokta oldukça fazla kullanılmış.Renkler soluk.Çekici değil, öne çıkan bir tasarım unsuru yok.

Finansbank

Logonun başarılı bir şekilde ön plana çıkarıldığı bir giriş sayfası var.Renk kullanımı başarılı.Güvenilir bir izlenim çizen mavi, lacivert ve beyaz butonlar ve animasyon sistemi görsel olarak başarılı, logonun diğer sayfalarda tekrarlanması da oldukça güzel.

Garanti Bankası

Derli toplu bir ana sayfa var.Logonun form ve renkleri butonlara da yansımış.Her sayfada logoyu görmek mümkün.Bana sıkıcı geldi.

Halkbank

Fonda tekrarlanan silik ve küçük logolar çok rahatsız edici geldi bana.Genel itibariyle çok hareketsiz ve sıkıcı bir siti.Nerdeyse sadece logoda kullanılan iki notta oluşmuş.Mavi ve beyaz.

İktisat Bankası

Çekici bir ana sayfası var.Geneldeki renk kullanımının logo renkleriyle oldukça uyumlu olduğu dikkat çekiyor.Butonlarda kullanılan görsel malzemeler içerikle uyumlu ve sürükleyici.Sayfanın üst kısmındaki boşluk ve belki logonun beklenenin tersine aşağıda yer alışı biraz rahatsız edici.

Interbank

Çekici bir tasarımı var.Renklerin kendi içinde ve logoyla olan uyumunu başarılı buldum.Fotoğraf ve diğer görsel malzemenin kullanımı başarılı.Lo-gotype'in kullanımı yeterince ön plana çıkmıyor.

İş Bankası

Boş ve beyaz bir zemin kullanımında kaynaklara bir donukluk ve sıkıcılık var.Ekranın her iki yanına dağıtılmış menüleriyle fazlasıyla simetrik ve bu yüzden de sıkıcı. Ayrıca İş bankası amblemini de giriş sayfasında görmek mümkün değil. İnsanın gözü bankanın tanıdık amblemini görmek istiyor.

Kentbank

Bence çok çirkin bir giriş sayfası.Giriş sayfasındaki tek görsel öge olan fotoğraf çok çirkin.İş sayfalar şaşırtıcı şekilde daha güzel.Logo başarılı bir şekilde ön plana çıkarılmış ve renkli bir sayfa olmuş.Renklerin kullanımı da uyumlu.Butonlar biraz rahatsız edici görünüyor.

Koçbank

Oldukça çekici (sade olmasına rağmen) bir giriş sayfası var.Fotoğraf kullanımı çok başarılı.Ekran solunda yer alan animasyonlarda oldukça çekici.Navigasyon menüsü çok güzel ve sürprizli.Bence her yüzüyle çok başarılı bir site.

Körfezbank

Çekici bir ana sayfası var.Butonlar biraz mekanik ve soğuk bir duygu uyandırıyor.Logo yeterince dikkat çekici. Ana sayfadaki navigasyon diğer sayfalardakiyle uyumlu değil.

Osmanlı Bankası

Logonun kullanımı çok başarılı.Yaprak şeklindeki butonlar yaratıcı ve renkli.Bunun diğer sayfalara yansıtılması da çok başarılı bence.Renk kullanımı kendi içinde uyumlu olduğu gibi, logoyla da uyumlu.Elenceli bir site.

Pamukbank

Renkli ve eğlenceli.Genel renk kullanımı logo renkleriyle uyumlu.

Şekerbank

Renkler çok uyumsuz ve rahatsız edici.Ana sayfa bir "ana sayfa" gibi gö-

rünmüyor. Kalabalık ve ön plana çıkan birşey yok. Logonun ağırlığı sayfadaki diğer unsurlar ve renklerle bastırılıyor. Diğer sayfalarda ise logoya rastlamak mümkün olmuyor. Uyumsuz ve itici, çirkin diyebilirim.

Sümerbank

Genel olarak çirkin olduğunu söyleyebilirim. Sıkıcı bir navigasyon sistemi var. Zaten karmaşık olan logonun küçük kullanılması (ana sayfada bile...) algılamayı iyice zorlaştırıyor.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

İlk bakışta çok güzel görünen bir giriş sayfası var. Butonlara tıkladıktan sonraki "hareket" çok fazla ve rahatsız edici. Ana sayfadaki görsel ve hareket yoğunluğu hiçbir şekilde iç sayfalara yansıtılmamış. Sadece ilk bakışta çekici görünen bir site.

Tekstilbank

Sadece açılış animasyonunu çirkin buldum. Diğer sayfalarda kullanılan animasyonlar çok başarılı. Tipografi ve tipografik animasyonlar çekici. Renkler ve madde isimleri logoyla uyumlu.

Toprakbank

Logonun kullanımı ve logo etrafına oturtulmuş navigasyon sistemi güzel görünüyor. Renklerin uyumlu olduğu da sölenebilir. İç sayfalardada logo dominant ama rahatsız etmeyecek şekilde kullanılmış. İç sayfaların ana sayfaya göre daha az renkli olması biraz hayal kırıklığı yaratıyor.

Vakıfbank

Sitedeki tek yaratıcı tarafın bir "mouse" üzerine oturtulmuş 7/24 ifadesi olduğunu düşünüyorum. Renkler logo ile uyumlu fakat genel olarak oldukça sıkıcı.

Yapı Kredi Bankası

Çekici bir ana sayfası var. Hareket etkili bir şekilde kullanılmış ama yazılar çok büyük ve biraz kaba görünüyor. Animasyonlar teknolojiyi ön plana çıkarıyor. Renklerin kullanımı logotype ile uyumlu ve güzel. Biraz sıcak renk de kullanılmalıydı bence. İç sayfalar ana sayfaya göre daha renkli. Ana sayfadaki görselliğin diğer sayfalara yansıtıldığını söyleyemem ama iç sayfalarda ayrı değerlendirildiğinde rahat anlaşılır ve güzel.

Yaşarbank

Çok düzenli ve bu yüzden sıkıcı bir site.Renklerin uyumlu kullanıldığı söylenilebilir.

Yurtbank

Renk kullanımı, logo ile olan uyumu gözönüne alındığında oldukça başarılı.Genel olarak sade ve anlaşılır bir site.Sıkıcı olup olmadığına karar vermek zor.

Ziraat Bankası

Bence çok çok basit ve itici bir site.Sitede kullanılmak üzere hiç görsel malzeme oluşturulmamış. Kendine özgü hiçbir yanı olmadığını söyleyebilirim. Çirkin olduğunu düşünüyorum. Site oluşturulurken herhangi bir tasarım kuralı göz önüne alınmış gibi görünmüyor.

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Sitenin giriş sayfası oldukça etkileyici, ilginç bir tasarımı var, renkler birbiri ile uyumlu ama kurumsal renkler kullanılmamış bu sitede, onu da Abank'in amblem ve logosundan anlıyoruz, daha soft renkler ve buna uygun bir anlayış benimsenmiş. Fakat bunun kötü olduğu söylenemez, aynı tasarım diline amblemdeki renkleri uygulansa çok boğucu ve sıkıcı olabilirdi. Modern bir yapısı olan bu site sade ve doğru bir tipografi ile sunulmuş. İç sayfalarda da aynı tasarım anlayışı devam ediyor, ama iç sayfalar biraz daha sakın görünümlü. Giriş sayfasındaki logonun zemini ilgi çekici. Gene olarak çağdaş bir tasarımı var çok doğru bir anlatım dili olmasada ilgi çekici ve ilginç bir site.

Akbank

Giriş sayfası ilk bakışta oldukça kalabalık ve karışık gözüküyor. Görsel açıdan tasarım çok fazla yorulmuş. Sayfadaki en sıcak yer fotoğrafın kullanıldığı bölüm. Menü çok başarısız tasarlanmış, bir tipografi anlayışından bahsetmek çok zor. Kurumsal olarak sadece ortada logo var, çok fazla text link var, ama sayfa için çok yanlış bir yaklaşım. İç sayfalar çok daha düzenli ve sık, içerik olarak zengin bir site ama sunumu çok yanlış. Doğru olan tek şey, logotype'in kullanımı.

Bank Ekspres

İlk bakışta çağdaş çizgiler taşıyan bir site gibi gözüküyor ama çağdaşlık imaj bank görüntülerine teslim edilmiş. Bankanın kurumsal yapısı siteye yansıtılmaya çalışılmış ama bunun siteye pek bir şey kattığını söyleyemeyiz. Tam olarak oluşmamış bir tipografi dili var. Sitenin iç sayfalarda değişmesi güzel. Bankanın kurumsal imajı sayfaya yansıdığı anda ortaya güzel bir manzara çıkmıyor.

Bayındırbank

Sade anlatımı ve tasarımı ile bir site daha var karşımızda. Herşey gayet doğru ve basit olarak tasarlanmış, giriş sayfasında, hareketi kopsept görüntüler oldukça başarılı. Tipografik dil sade ve anlaşılır, kurum kimliği genel konsept içersinde verilmeye çalışılmış, amblem ve logonun sayfanın içersindeki yeri bence biraz yanlış. Genel olarak fazlaca tasarım numaralır içermeyen işlevsel bir site.

Demirbank

Demirbank'ın sloganı, amblem ve logotype'ından daha büyük gözüküyor bu bence doğru bir yaklaşım değil. Kurumsal kimliğin en önemli elemanlarından biri olan logonun daha öne çıkması gerekirdi bence. Menü tasarımı şık ve güzel olmuş, zemindeki resimin tramı ve yoğunluğu oldukça başarılı, sitenin kalanında her zamanki gibi textler akıp gidiyor. Bu bence giriş sayfalarını bir karmaşa surukluyor ve hiç hoş değil. Kurumsal renkleri sitede görebiliyoruz, iç sayfalarda da aynı şekilde (Demir Bireysel) kurumsal renkleri yerinde kullanılmış bunun yanında genel olarak vasat bir site.

Denizbank

Sitenin çok rahat bir görelliği var, sayfa iyi değerlendirilememiş gibi duruyor, oraya buraya saçılan görseller, menü ve logo. Denizin o serin havası yansıtılmaya çalışılırken fazlaca boş kalmış bir giriş sayfası. İç sayfalardaki yapı biraz daha kaba denebilir. Sağ ve sol bantlar genel tipografiye baş kaldırmış durumda ve klasik bir yapıya ürünmüş, bunun yanı sıra ikonların güzel tasarlandığını söylemek isterim. Metin problemi bu bankasında başına dert olmuş, site bir anda basitleşiyor. Giriş sayfasındaki rahat hava, iç sayfalarda bir kalabalığa dönüşmüş.

Dışbank

Site oldukça çağdaş ve başarılı tasarlanmış. Menü sistemi oldukça güzel. Zemindeki amblem siteye ayrı bir değer katıyor. Log biraz küçük kalsada zemindeki amblem ile göz birbirini tamamlıyor. Kurumsal renk başarılı ile abartmadan ve yormadan kullanılmış. Tipografik anlayış sade ve başarılı. Bu sade yapı iç sayfalarda kullanılan görsel malzemeler ile hareketlendirilmiş oldukça ilgi çekici ve başarılı bir tasarımı var sitenin.

Egebank

Siteye girebilmek için adım adım ilerlemek gerekiyor. Önce bir animasyon karşılıyor size sonra dil seçimi, bu arada sürekli olarak maruz kaldığınız Egebank'ın meşhur kurumsal rengi turuncu, gözünüzü bozmak için elinden gelen herşeyi yapıyor, hala gözünüz bozulmadıysa, ana sayfaya ulaşıyorsunuz. Ne yalan söylüyeyim sayfanın sıcak bir havası var bu renginden de kaynaklanıyor olabilir tabi, Menü sistemi biraz abartılı geldi bana kurumsal yapı öyle abartılı olarak tasarlanmış ki, giriş sayfasında dahi, logo ve amblem kullanılma ihtiyacı duymamış. Bunda biraz da Egebank'ın bat-

madan önce çok fazla reklam yapması var tabi. Herkezin aklına öyle bir yerleştirdiler ki turuncu renklerini, ister istemez Egebank diyip çıkıyor insan işin içinden. Bence menü tasarımı başarısız çok büyük bir şekilde kullanılan "1" sloganı ve zemindeki bayan resmi herşeyi kaplıyor sitede. Menü butonlarının yanındaki resimler kaynayıp gidiyor aslında iyi de oluyor çünkü hepsi imaj bank görüntüleri. Site genelinde çağdaş bir hava olduğu söylenebilir ama zemin o kadar itici ki, bu çağdaş yapı kaynayıp gidiyor. Tipografik anlayış yer yer başarılı yer yer de klasik anlayışı geçemiyor. Ben bu siteyi beğenmedim.

Emlak Bankası

Ana sayfa bir bankanın web sayfasından çok, bir bilgisayar oyununun ana menüsüne benziyor. Ana sayfada Emlak Bankasının logotype'ı kullanılmamış ve kimlik sadece amblem ile verilmiş, bence bu büyük bir hata. Bankanın kurumsal renklerini sadec logoda gorebiliyoruz, zemindeki mavi renk sayfa açılır açılmaz bir itcilik yaratıyor. Bankanın logotype'ini goremediğimiz bu sayfada amblede hareketlendirilerek gorsellik iycene zorlanmış. Butonları oluşturan ikonlar oldukça itici. İç sayfalar ile ana sayfa arasında bütünlük mavi renk ile devam ettirilmiş. Aynı itici ikonlar butonlar ile birlikte ön saflarda, bankanın amblem ve logotype'ini ilk kez görebiliyoruz ve bu seferde amblem yine hareketli ve kurumun en önemli belirtici olan amblem ve logotype bu sitede doğru olarak kullanılmamış malesef, amblem ve logotype'ın kendi aralarında bir bütünlüğü ve oranı bile yok, genel olarak amatörce hazırlanmış başarısız bir site.

Esbank

Kurumsal kimliklerini güzel yansıtmışlar siteye. Logo biraz küçük kalmış bence giriş sayfası için, çok göze batan bir tipografisi var. Çağdaş gözüksede, text linklerin klasikliği ile tam olarak örtüşmüyor. Buton tasarımının logoda büyük olması ise diğer eksi bir puan bu site için, izleyici ile sıcak bir iletişim kurulamıyor malesef, biraz soğuk bir site, fazlaca övgü var sitede bankaya. İç sayfalarda ise tipografik yapı iyice klasik bir hal alıyor, başarısız rengarenk ve kötü bir menü ve zemin rengi ile karşılaşıyoruz. Sitenin kalasını zaten metin ile dolu. Pek başarılı olduğu söylenemez, kendilerini övmeye çalışırken tasarım yapmayı bir anda unutmuşlar, ne için yola çıktıklarını unutup siteyi öylesine bitirmişler.

Etibank

Genel yapısı itibariyle yorumlamadan önce tebrik etmek istiyorum Etibank'i çünkü şimdiye kadar incelediğim devlet bankaları içinde kötü tasarımı olmayan tek banka diyebilirim. Kurumsal renkler doğru kullanılmış, logotype'in kullanımı oldukça başarılı, amblemin hareketli oluşu biraz hatalı geldi bana giriş sayfası için çünkü browserların yapısını ve internet bağlantılarını düşünürsek bu hareket zaman zaman işlevselliğini yitirebilir. Onun haricinde üst banttaki hareketli sloganlarda aynı tarzda belki gereksiz bir yapıda ama güzel bir tipografik yaklaşım ve çağdaş bir tasarımla sunulmuş izleyiciye. Genelde metinler ve menü klasik bir havada. Menü text linklerden oluşuyor. Bu biraz kötü gözüküyor. Ama sol menünün zemini şık tasarlanmış. Sitenin geri kalanı ufak tefek fotoğraflar ve metinden oluşsada site hakkındaki olumlu düşüncelerim bozulmadı.

Finansbank

Abartılı bir görsellikle hazırlanan dil seçimi sayfası ile başlıyor bu site. Çağdaş gözükse de şık olduğu söylenemez. Giriş sayfası içinde aynı şeyleri söyleyebilirim. Çağdaş bir tasarım mantığıyla yola çıkılmış ama bence pek başarılı değil. Böylesine bir zemin kullanıldığında bankanın amblem ve logosuda ısrarla siyah kullanılmak istenirse tabi ki mecburen böyle bir durum ile karşılaşmak normal, bence kurum kimliği burada biraz zorlanmış gibi gözüküyor, renklerin uyumu çok kötü değil. Sade bir tipografik dili var sitenin. Giriş sayfası sade ve anlaşılır olsada bu yapı zeminle karmaşık hale getirilmiş. Flash uygulamaları tadında sayılabilir. İç sayfalar, giriş sayfasına göre daha başarılı sayılabilir. Dağa yine aynı başarılı ve sade tipografik yaklaşımlar mevcut, fotoğraflar ile desteklenen görsel yapı ve kurum yapı bir uyum içersinde, diğer bankaların düştüğü hataya Finansbank düşmemiş ve kullandığı fotoğrafları kendi çekmiş sanırım. Bu da siteye daha doğal ve başarılı bir hava katmış. Tasarımı bu kadar yorulmasa başarılı bir site sayılabilir.

Garanti Bankası

Oldukça derli toplu ve kurumsal bir havası var ana sayfanın, yeşil rengin dengeli ve doğru kullanımı, sayfaya göre orantılı bir şekilde yerleştirilen Garanti Bankası Amblem ve Logotype'i ile kesinlikle doğru bir kurumsal kimlik sunuyor izleyicilere. Giriş sayfasının tek dez avantajı her yerin dik-törtgenler ile kaplı olması, bu biraz tekdüzelik yaratmış sayfa genelinde.

Kurumsal kimlik elemanları düşünöldüğünde başarılı ile kurumsal yapı si-
tete yansıtılmış fakat, imaj açısından değerdendirdiğimizizde Garanti Banka-
sı'nın şubelerindeki yapıyı burada göremiyoruz. Tipografi oldukça sade ve
yerinde kullanılmış, sağ taraftaki bannerlar olmasa sayfa ilk bakıldığında
çok oturaklı ama zamanla çok sıkıcı hale gelebilecek bir şekilde. İç sayfa-
larda bu kurumsal yapı devam ettirilsede, görsel tasarım anlamında biraz
değer kaybetmiş, sol taraftaki menünün zemini birdenbire çok büyük bir
farklılık yaratıyor, text linkler sayfayı biraz basitleştirmiş, iç sayfalarda ge-
nel bir tipografik bozukluk var, ana sayfadaki düzenli ve sade yapı iç say-
falarda korunamamış. Butonların sarı renkleri sayfada çok alakasız duru-
yor. Ana sayfaya gösterilen özen iç sayfalara yansıtılamamış, genel olarak
vasat bir site.

Halkbank

İl izlenimim itibariyle çok vasat bir site, görsel yapısı iğrençin biraz üstüne
çıkılmış ama kurumsal bir yapıdan bahsetmek imkansız, genel müdürlük bi-
nası ile yaratılmaya çalışılan konsept sanırım kaplan imajı ile desteklenme-
ye çalışılmış ama olmamış, tipografik bir yapı ya da tasarım unsurlarının
bulunmadığı öylesine bir site. 75. yıl logosu ile zamanı iki sene önceden ta-
kip ettiklerini başarılı bir şekilde belirtmişler. Varla yok arasındaki zemin
olsada olur olmasa da olur tarzında hazırlanmış, dikkatli bakmadıkça gör-
mek zaten imkansız.

Bankanın amblme ve logotype'inin yeri ve sayfaya oranları sanırım sitenin
en başarılı yeri.

İktisat Bankası

Sayfa yüklenince flash uygulamaları dikkat çekiyor. Biraz karmaşık olsada
çağdaş bir tasarım anlayışı var. Tipografik yaklaşımları çok fazla hissedil-
mesede doğru bir tarzı var. Aynı tasarım dili iç sayfalarada taşınmış. İç say-
falarda daha modern bir tipografi anlayışı var. Başarılı tasarlanmış ikonlar
sayfaya değer katıyor. Logotype ve ablemin yeri ve boyutları değışsede an-
latım dili yaklaşımı değışmiyor. Genel olarak başarılı bir site.

Interbank

Sitenin genel havası çağdaşlığı beraerinde getirmiş, tasarım olarak olmasa
da anlayış olarak çağdaş ve modern bir site. Bir banka web sayfasından ziya-
de bir arama sitesini andırıyor. Sıcak bir havası var, ikonlarıyla, butonlarıyla,

görselliği ve sade tipografisi ile oldukça başarılı. Fazlaca hizmet yormadan, tasarım olarak bozulmadan müşteriye sunuluyor.

İş Bankası

Ana sayfa açıldığı anda yine aynı problem ile karşı karşıyayız. İşte bir devlet bankası daha, reklamlara bu kadar para harcayan bankaların niye web sayfaları konusunda bu kadar özensiz davrandıklarını çok merak ediyorum doğrusu. Acaba bu konuda bir yasa falan mı var? Devlet bankalarının web siteleri kötü olmak zorudur diye. Sayfanın genelinde İş Bankasının yıllardır simgesi haline gelen amblemi ortalarda yok, sitede ilk anda ilk göze çarpan resim bir cep telefonu. Ayrıca İşnet'in banneri neredeyse logotype kadar önemli hale gelmiş, sol ve sağ taraflarda birer menü var, ondan sonrası zaten text linklerden oluşan basit bir sayfa. Sayfanın genel yapısı ile kesinlikle zıt bir şekilde Atatürk fotoğrafı yer alıyor sol üst köşede, bu da bize devlet dairelerinde bulunması zorunlu olan Atatürk resimlerini hatırlatıyor, hiç bir güzelliği olmayan ne baskısında nede çerçevesinden hayir gelmeyen sırf Atatürk olsun diye konulmuş resimleri. Burada da aynı mantık devrede. Benim yorumum Atatürk sitenin haline bakarak üzülmüyor olabilir. Bu site de bir tasarım olgusundan bahsetmek zaten imkansız, bunun yanı sıra bir tipografi mantığı da yok, sadece yazılar yazılar ve alakasız fotoğraflar. İç sayfalara indiğinizde değişen bir şey yok zaten, Atatürk yine üzgün ve not alıyor site hakkında, kalani yazılar yazılar ve yazılar, bu site de kaldığım süre içerisinde türkçe karakter problemi metinlerden ve text linklerden başka bir şey göremedim, sitenin en düzgün yeri menüsü sanırım, orası da güzel olduğu için değil, en azından çok kötü durmadığı için olabilir ya da Atatürk resmi doğru kullanılmış diyebiliriz, Atatürk resminin altında menü olması birazcık orayı kurtarıyor. Keşke meşhur amblemlerini de koysalardı belki o zaman biraz daha İş Bankası olurdu.

Kentbank

Bankanın kurumsal kimlik yapısı sayfada ilk dikkat çeken unsurlardan biri, sağlam ve başarılı bir görsel yapısı var sitenin. Sol taraftaki menü bantın her sayfada tekrarlanması biraz sıkıcılık yaratmış, bantın biraz geniş olması, yeşil rengin gözü yormasına neden oluyor. Genel olarak çağdaş bir yapısı var sitenin. İmajlarla desteklenen görsel yapı sade ve şık bir anlatım dili oluşturmuş. Amblem ve logonun zeminde kullanımı hoş bir etki yaratmış. Görsel yapı ana sayfada da iç sayfalarda da bütünlük içerisinde. Tipografik yapı pek yok ama gözü rahatsız eden yazı tarzı da yok.

Koçbank

Güzel bir site. Flash uygulamaları hemen kendini gösteriyor. Kurumsal kimlik ön planda, bu kimliğin getirdiği ve genelde de görsel tasarımı bozan nokta, Koçbank logosunu beyaz zeminde kullanılması, bildiğim kadarı ile bunun Koç Grubu'na ait bir kural olması bu sayfanında tasarımının biraz zorlanmasına neden olmuş. Menü sistemi güzel ama tipografi çok büyük, üst tarafta hareketli resimler var ama o kadar ince kullanılmışki takip etmek çok zor. Menü de hareket ettikçe ortadaki yuvarlak içinde değişen resim ve tipografi çok hoş olmuş ve siteye büyük bir değer katıyor. İç sayfalarda ki üst tarafta yer alan menü sitenin genel tasarım anlayışı ile zıt zıta bir görünüm çiziyor. Bunun haricinde başarılı bir site olduğu söylenebilir.

Körfezbank

Çok abartılı ve zorlama bir tasarım dili var ana sayfanın, menü tasarımı ilginçleştirilmek istenirken, garip bir havaya bürünmüş, menüde ki interaktivite kullanıcıya pek bir şey sağlamıyor, bu efekt yerine highlight efekti kullanılsa en azından seçtiğiniz yazıyı daha rahat görebilirdiniz. Zemin rengi korkunç, tipografisi sade ve anlaşılır en azından giriş sayfasında tek doğru nokta bu. Eski ve köklü banka imajı bu renkler ile sağlanamaz zaten Körfezbank'ta bunu başaramamış. Bu kadar yoğun renklerin arasında siyah ile yazılan logotype okunmama derecesine gelmek üzereymiş. Menü tasarımı da pek başarılı değil, bu site anladığım kadarıyla ilginç olmak uğruna harcanmış.

Osmanlı Bankası

Genel olarak sıcak ve şık bir yapısı var, zemin rengi ve görseli çok doğru kullanılmış, Osmanlı Bankasının kurumsal kimliği başarı ile yansıtılmış bu siteye. Yapraklardan oluşan butonlar çok şık. Sade ve anlaşılır bir tipografisi var sitenin. Fazla kalabalık yok rahatlatıcı bir tarzı var. Amblem yerinde ve oranlı kullanılmış. İç sayfalarda aynı dil devam ediyor. Metinler sıkıyor ve okutuyor, genel olarak huzurlu ve başarılı bir site soft renkleriyle izleyene keyif veriyor.

Pamukbank

Site çağdaş bir anlayış ile klasik görüş arasında bir karmaşa içinde. Site genelinde hem tipografik anlayış açısından, hem de görsel tasarım açısından yer yer başarılı, yer yer de karmaşık bir durum söz konusu. Bunların yanı-

sıra butonlar oldukça şirin ve sıcak iletişim çabası içersinde. İç sayfalarda düz yazıların çokluğu sıkıcı bir ortam yaratıyor. Sol taraftaki gri bant hiç değişmiyor ve buda oldukça uyumsuz sitenin gelenine göre. Amblem ve logonun kullanımı başarılı, kurumsal kimlik tam olarak yansıtılamamış. Pamukbak'ın "Genç Banka" imajı bu sitede görmek mümkün değil. Tipografik yaklaşımlar yer yer başarılı, yer yer tek düze. Vasat bir site.

Şekerbank

Kurumsal rengini bile siteye doğru tonlamalarla yansıtamamış bir tasarımı var sitenin. Butonlar gereğinden fazla büyük ve itici. Logo aynı şekilde, diğil bir tipografik anlayış, yazılar doğru dürüst yazılamamış bile. Fotoğraflar bir okadar kötü. Pembenin tonu ve yeşilin tonu bu kadar mi uyumsuz olabiliirdi. Text linklerin yanındaki butonlar da gerçekten çok kötü. Zemindeki morun ise şekerbankın kurumsal kimliği ile bir alakası var mı bilemiyorum. İç sayfalar zaten textle dolu, başarısız menü sisteminin sabit olması bu renk karmaşasını bir türlü unutmamıza engel oluyor. Başarısız bir site.

Sümerbank

Bugüne kadar Sümerbank'ın kurumsal kimliği ile ilgili hiçbir şey bilmiyordum ama bu siteyi gördükten sonra böyle bir kimlikleri olmadığını düşünmeye başladım. Sayfa yüklendiği anda koskocaman bir taş karşılıyor size bu şoktan kurtulunca garip ve çok koyu zemin rengi ve imaj bank görüntülerinde oluşan zavallı bir fotoğraf. Fotoğrafın üzerindeki çizgilerin anlamını çözemedim tik tak tao oyununu anımsatıyor. Menü sayfadaki en problemsiz yer, ama bu menüyü beyaz yazabilmek için böylesine koyu ve saçma bir zemine hiç gerek yoktu bence. Bu arada Sümerbank logotype'i kaybolmuş gitmiş, görülmüyor bile, özellikle aşağıdaki site map'in text linkleri bir çizgi halinde ne olduğu belli bile değil. Ekrana yapışıp okumak lazım. İmaj banklar bu siteyi hazırlayanların çok işine yaramış belli, aynı menü sistemi yine var ve muhteşem zemin. Bunun yanısıra bankanın amblemi en doğru olgulardan biri. Fotoğraflar da fena değil ama görsel olarak bir bütün içersinde çok başarısız bir site. İç sayfalarda zaten yazıdan başka bir şey yok, o da okunmuyor zaten.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Şık ve sade bir dil seçimi sayfası ile başlıyor site, burada amblem biraz büyük olmuş gibi geldi bana. Ana sayfaya geldiğimizde yoğun bir flash des-

teği ile karşılaşıyoruz. Başarılı bir tipografik yapı var, ama sayfanın alt kısmındaki görsel sayfayı biraz boğmuş, daha açık renkli olsa biraz daha zemine gömülse daha iyi olurdu sanırım. İç sayfalarda da başarılı flash uygulamaları devam ediyor. İç sayfalarda zeminin değişmesi siteyi biraz rahatlatmış. Metinler uzun ama oldukça şık. TEB'in sayfasından anlıyoruz ki, web sayfalarında uzun metinler olabilir ve bu metinler türkçe karakter problemleri ile boğuşmadan yazılabilir. Genel olarak başarılı ve güzel bir site, oldukça dikkat çekiyor benzerleri arasında.

Tekstilbank

Site çok yavaş bir flash animasyon ile başlıyor. Görselin çok büyük olması belli ki animasyonu çok yavaşlatıyor. Ama genel olarak hoş bir izlenimi var. Giri sayfasında ki menü sayfanın altına sıkışıp kalmış bu kadar yer varken niye bu tasarım hatası bilemiyorum. Sayfanın genelinde tipografik yaklaşım oldukça başarılı. Flash uygulamaları iç sayfalarda da devam ediyor. Butonların ikonları oldukça şık ve güzel. İç sayfaların sol tarafındaki imajlar siteye canlılık getirmiş oldukça başarılı, metin kısmı her zamanki problemleri içeriyor, türkçe karakter ve görsel bozukluk. Onun haricinde güzel bir site, kurumsal bir kıkırmık yapısı var, bu konsept doğru kurulmuş sitede ve imajlar ile de desteklenmiş.

Toprakbank

Tasarım anlayışı adına acı verici bir site ile daha karşı karşıyayız, televizyon reklamlarına trilyonlar harcayan bir holding'in en önemli kuruluşlarından biri olan Toprakbank bu site ile şapka çıkarttırıyor diyebilirim. Sayfada o kadar yer varken logo yukarıya yapışmış. Menü tasarımı çok klasik bir anlayışa sahip, kurumsal renkleri olan lacivert mor zeminle güme gitmiş. Buton tasarımları çok kötü ve başarısız, çok amatör bir havası var sitenin. Linklerin gölgelerinin bile zemin üstünde sırtması bu siteyi daha fazla eleştirmeme engel oluyor, yapanların ellerine sağlık olmuş!!!

Vakıfbank

Bir devlet bankası faciası daha karşımızda. Kurum kimliğinden, tasarımdan ve tipografiden bahsetmek çok zor, ikonlar ve butonlar çok kötü tasarlanmış, logo anlamsız büyüklükte. İç sayfalarda da aynı kaos devam ediyor. Genelde text ağırlıklı, imajlarda tasarım açısından bir artı getirmiyor siteye çok başarısız bir site.

Yapı Kredi Bankası

Sitenin giriş sayfası yüklenir yüklenmez, çok çağdaş ve yaratıcılık ile dop-dolu bir dünyaya açılıyorsunuz. YKB'nin amblem ve logotype'i ile başlayan ve zemin rengi ve genel yapısı ile devam eden YKB kurumsal kimliği göze çarpıyor, belli ki özene bezene hazırlanmış, üzerinde düşünülmüş ve yaratılmış bir site. Giriş sayfası ilk intibası ile tüm siteyi gezmek ve her tarafını görme isteği uyandırıyor kullanıcıda. İmlecî sayfa içersinde dolaştırmaya başladığınız anda flash uygulamaları göze çarpıyor. Yapı Kredi 640 x 480 pixellik bir alana tüm bankayı sığdırmış neredeyse. Tipografik dil görselliği ile olmasada kullanışı ile çağdaş bir web dizaynını yakalamış gibi gözüküyor. İç sayfalardaki garfi dil, giriş sayfası ile bir bütünlük içersinde, çağdaş menü tasarımı ve yine sade ama görsel yapıya çok iyi ayak uydurmuş tipografik anlayış hemen dikkati çekiyor. İç sayfalarda zemin renginin beyaz olması çok başarılı bir tercih bence, aynı dili devam ettirmek adına iç sayfalarda lacivert zemin ile oluşturulsa bu güzel site zamanla boğucu bir haî alabilirdi. Genel olarak çok başarılı, çağdaş, görsel olarak da doğru tasarlanmış ve şık bir site.

Yaşarbank

Genel olarak sade bir tasarım dili var sitenin. Kurumsal renkler kimliklik ile iyi örtüştürümüş, menünün zemin rengi site geneline göre biraz koyu kasa-da çok da rahatsız etmiyor izleyiciyi. Sade ve basit bir tipografik yapısı var. Kullanılan görseller güzel. Site basit bir tasarım dili ile özetlenmiş, üst bant ve sol menü sürekli sabit kalıyor buda kimliğin site içinde sürekliliğini sağlıyor, logo ve amblemin kullanımı da sayfaya oranla başarılı. İç sayfalarda metin kalabalığı yok. Rahat ve sakin bir havası var sitenin, fotoğraflar ile desteklenmiş görsel yapı sade ve başarılı.

Yurtbank

Oldukça başarısız bir giriş sayfası ile karşılaşıyoruz, siteye bağlandığımız zaman gerçekten çok itici, iç sayfalarda ki menü sistemi fena değil, tipografik yaklaşımlar da güzel sayılabilir ama sitenin genelinde başarısız bir yan var, yani faza özeliği olmayan bir site, kurumsal renkler kullanılmış, birbirini takip eden bir tasarım dili var ama, vasatlıktan öteye gidemiyor.

Ziraat Bankası

Ziraat Bankasının amblem ve logotype'i sayfa açılır açılmaz izleyicinin gözüne giriyor neredeyse. Türk bayarğı kullanmak çok kötü bir fikir olmasa da bu sitede ki görsel hali oldukça başarısız. Bunun haricinde site de t ext linklerden başka bir şey yok zaten, bir 75. yıl logosu kaosu daha karşımızda. Türkiyenin en büyük ve en eski bankalarından biri olan Ziraat Bankasının bunca yıllık güçlü imajı bu site ile anında yerle bir olmuş. Kurumsal renk ön planda eski bir banka imajı, bir fotoğrafla ile sunulmuş bizlere. Beyaz zemin hadi bir derece derken sol taraftaki açık mavi degrade bant olayı daha da kitch'leştirmiş. İç sayfalarda da değişen bir şey yok. Aynı özensiz yaklaşım devam ediyor, tipografiden bahsedemiyoruz tabi ki aynı zamanda da tasarımdan. Bizim fazla görsele ihtiyacımız yok, bizi zaten bilen biliyor havasında Ziraat Bankası, extra bir şeylere ihtiyaç duyulmamış.

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Kurumsal anlamda kimlik elemanları pek doğru olarak kullanılmamış denebilir. Giriş sayfası bir bilgisayar oyununu anımsatıyor. Modern bir hava yaratılmak istenirken böylesine bir tuzağa düşülmüş. Amblemlerindeki kurumsal renklerini kullanmamışlar. Daha pastel renkler tercih edilmiş, iç sayfalarda ki tipografi biraz daha çağdaş ve başarılı, giriş sayfasında daha sade bir dil var, gerçi bu tasarıma birde tipografik yaklaşımlar eklense ortaya korkunç sonuçlar çıkabilirdi, genel olarak ilgi çekici ama vasat bir site.

Akbank

Genel olarak yorumlarsak insanı karmaşaya sürükleyen bir site, olması gerekenler ve olmaması gerekenler yer değiştirmiş saki. Başarısız bir menü tasarımı var sitede, logonun yeri ve sabit menü zemini sitede en mantıklı yer. Ama giriş sayfasındaki buton şeklindeki menü çok itici, görsel malzemeler siteyi kurtarmıyor. Akbank'ın kurumsal kimliği varla yok arasında bir yerlerde, tipografiden bahsetmek imkansız zaten. Genelde başarısız bir site.

Bank Ekspres

Grafik tasarım açısından başarılı bir site, kurumsal rengi ve logotype ile açılan giriş sayfası güzel bir görsel imajla tamamlanmış. Text linkler biraz sırtıyor ve özellikle tam gün butonu. İç sayfalarda başarılı, fotoğraf çerçeveleri biraz kurumsal kimlik adına zorlanmış olsa da başarılı bir site.

Bayındırbank

Oldukça ferah ve rahat bir tavrı var sitenin, kurumsal yapısı çok fazla ortada değil, sizin çekip çıkarmanız lazım, logo ve amblem sayfa içinde biraz kaynamış, tipografisi sade ve düzgün, işini görüyor ve izleyiciyi yormuyor, genel olarak vasat ama kullanışlı bir site.

Demirbank

Giriş sayfası genel intiba ile biraz karmaşık, bu karmaşıklığı tabi ki kullanılan metin sağlıyor, bence giriş sayfalarında bu kadar metin kullanmak çok hatalı. Menü tasarımı güzel, kullanılan tipografi sade ve anlaşılır. Kurumsal renkler doğru kullanılmış. Logo yerli yerinde ve olması gerektiği yerde gibi duruyor. Bunun haricinde sitede başka bir şey yok gibi, izleyiciyi ken-

dine bağlayabilecek bir şeyler sunulmamış, işlevselliği ön planda olan sade ama çokta ilgi çekici olmayan bir tasarımı var sitenin.

Denizbank

Öylesine çalakalem tasarlanmış bir yapısı var sitenin, özellikle huzur verici ve sakin bir yapı oluşturulmak istenmişse de bu bence biraz abartılı olmuş, zaten iç sayfalara da bu yapı doğru dürüst taşınmamış, kurumsallık her yerde kendini hissettiriyor, deniz konseptini kullanmaları çok mantıklı ama biraz daha görsel olabilirdi. Tipografi çok sade ve sıkıcı. Bunun yanı sıra ikonlar güzel düşünülmüş fazla yer almasada sitede bulunduğu yerlerde güzel duruyor. Logo giriş sayfasında biraz küçük kalmış genel konsept kurulurken o atlanmış gibi ama iç sayfalarda olması gereken yere gelmiş. Genel olarak vasat bir site.

Dışbank

İlk izlenim itibari ile ilgi çekici bir site. Güzel tasarlanmış, kurumsal yapı iyi oturtulmuş, amblem ve logotype biraz küçük kalsada gözü rahtsız etmiyor, beyaz zemin ve amblem çıkışlı görsellik başarı ile birleştirilmiş. Gözü yormayan, iticilikten çok uzak aksine dikkat çekici bir yapısı var, iç sayfalarda da aynı dil devam ediyor. Oldukça cana yakın bir havası var. Kullanılan renklerden dolayı sıcak diyemesekte ilgi çekici olduğu söylenebilir.

Egebank

Abartı bir kurumsal yapı var sitede. Bunuda kurumsal renkleri sağlıyor. Genel olarak çağdaş tasarımı olan bir site denebilir ama yer yer de bu anlayış basitlik ile karışıyor. Abartılı olduğu kesin. Hoş bir tasarımı var diyeceğim ama gözüm sürekli olarak zemine takılıyor. Öylesine güvenerek hazırlanmış ki iç sayfalara değil, giriş sayfasına bile amblem ve logotype yerleştirilmiş bile, çünkü her şekliyle Egebank'ın sayfasında olduğumuzu anlıyoruz. Bu aslında doğru bir yaklaşım ama kurumsal renklerinin bu denli itici olması belkide mantıklı olan bu tasarım dilini reddetmemi gerektiriyor. Tipografi sade ve anlaşılır ama yinede hoş bir site değil bence.

Emlak Bankası

Giriş sayfası yüklenince büyük bir hayal kırıklığına uğradım. Emlak Bankasını sadece hareketli amblemde görebiliyoruz. Tipografi oldukça basit ve zevksiz, butonlar ikonlardan oluşuyor ve bu ikonlarda konsept olarak doğ-

ru düşünölmüş olsada, uygulamay doğru olarak yansıtılamamış ve iticilik-ten öteye gidemiyor. Yanlışlar font seçiminden başlayarak zemin rengine kadar uzanıyor. alt sayfalarda aynı kitch'lik devam ediyor, bütönlük var ama kötü bir görsellikle, zaten bir renk cümbüsü içersinde olan site alt sayfalardaki butonlarla daha da karmaşık hale getirilmiş. Amblem site içersinde sürekli bir hareket halinde, nasıl bir şey olduğunu görmek için browser'i stoplamak gerekiyor. Logotype ise ambleme göre çok büyük ve oransız, ayrıca net bile değil. Baştan aşağıya görsel tasarım adına bir başarısızlık örneğı, bu sitede Emlak Bank'in kurum kimliğinde bahsetmek istersek sadece amblem renginden bahsedebiliriz başka bir şey yok zaten.

Esbank

Etkileyici bir giriş sayfası var, modern tipografi anlayışı güze ama fazlaca göze çarpıyor, buda giriş sayfası için biraz karmaşık bir yapı oluşturmuş. İç sayfalarda durum biraz farklı kötü bir menü tasarımı var, logo her sayfada aynı yerde ve aynı tarzda ama biraz küçük sayfaların geneline göre. Üst bantta bulunan ürünlerimiz ve hakkımızda butonları çok büyük olmuş, neredeye logodan daha çok göze batıyor. İç sayflarda çok fazla metin var ve bu metinler sıkıcı bir hava yaratıyor daha anlaşılır ve sıcak verilebilirdi. Menünün açık mavi zemini çok çiğ bir hava vermiş siteye. Genel olarak vasat bir site. Başlandığı gibi bitmemiş.

Etibank

Etibank kurumsal yapısın iyi oturtmuş bu sitede, tasarım olarak çok fazla şey olmasada sade ve başarılı bir menü, hareketli animasyonlar ve modern bir havası var sitenin diğer benzerlerine göre (devlet bankaları) sitenin geri kalanı klasik bir anlayışta metinlerden ve fotoğraflardan oluşuyor burası biraz sıkıcı. Tipografi kimi zaman özenle kimi zamanda özensiz bir şekilde kullanılmış. Genel olarak vasat bir site diyebiliriz ama devlet bankaları bazında ele alınırsa başarılı bir site.

Finansbank

Karmaşık ve yorucu bir görsel tasarımı var. Bunun yanısıra kurumsal kimlik anlamında doğru tasarlanmış bir site, giriş sayfası ve dil seçimi sayfalarında ki karmaşık görsel yapı iç sayfalarda yerini rahat ve sade bir tasarıma bırakmış bu başarılı. İmajlar ile desteklenen menü güzel olmuş. Çağdaş bir havası olduğu tartışılmaz ama bu çağdaş yapı daha doğru ve güzel bir ta-

sarım diliyle görselleştirilebilirdi. Finansbank logosu giriş sayfasında gereğinden fazla büyük kullanılmış birde beyaz zemini ve efektiyle pek hoş durmuyor. Bunun haricinde başarılı bir site olduğu söylenebilir.

Garanti Bankası

Giriş sayfası yüklenir yüklenmez, kullanıcıya güven veren bir görüntüsü var sitenin. Kurumsal olarak doğru tasarlanmış bir görsellikle karşılaşıyoruz, Kurumsal renk doğru olarak kullanılmış, logotype ve amblem yerli yerinde sayfaya göre oldukça orantılı. Fakat genel olarak bir tekdüzelik hakim site genelinde. Bannerlardaki hareket haricinde biraz daha interaktif olsa daha başarılı olacağı şüphesiz. Zaten ilk bakışta rahatsız etmesede sonradan biraz sıkıcı hale gelen tekdüzelik siteyi esir alıyor. Genel anlamda tipografi çok sade, biraz eski ve çağdaşıktan uzak olsada inani rahatsız etmiyor, sitenin genel havası ciddi bir yapıda. Garanti Bankasının son reklam kampanyası düşünüldüğünde ortaya biraz kavramsal olarak karmaşa çıkıyor ama site tek başına düşünüldüğünde oturaklı ve gözü rahatsız etmeyen bir havada, işini yapıyor ve kullanıcılarına hizmet veriyor. Görsel yapının düzgünlüğü iç sayfalarda devam etmemiş, hem tipografik anlamda hem de görsel anlamda yapı biraz basitleşmiş ve amatörleşmiş. Text linklerin o mavi rengi ilk sayfada özenle hazırlanan kurumsal havayı bir anda dağıtıyor. İç sayfalar oldukça özensiz hazırlanmış genelde işini yapan, Garanti Bankasını doğru olarak hatırlatan, Kurumsal kimliğe zarar vermeyen ama fazla da birşey katmayan bir site...

Halkbank

Buyrun bir devlet dairesine daha. Çok klasik 10 yıl öncesinden kalma bir tasarım anlayışı, oluşmamış bir tipografi ve kurumsal yapı, zorlama bir menü tasarımı alakasız bir kaplan ve bina görüntüsü ile tarihe geçebilecek bir site, niye hala 75. yıl orası ise meçhul. Beyaz zemin durumu biraz kurtarmaya çalışırken üstündeki amblemlerin biz burdayız çabası görülmeye değer. Tabi görebilirseniz. Genel olarak başarısız bir site. İç sayfalarda da durum da pek bir değişiklik yok. İç sayfalarda ki butonlar oldukça basit amblem ve logo farklı büyüklüklerde kullanılmış, sade ama başarısız bir site.

İktisat Bankası

Çok kompakt bir tasarımı var, ana sayfada tüm görsel yapı sıkıştırılarak kullanılmış gibi. Bu gözardı edilirse çağdaş bir yapısı var sitenin. Tipografik

yaklaşım ve flash uygulamaları başarılı olmuş. Kurumsal kimlik bence başarılı bir şekilde uygulanmış. Logotype ve amblem sayfalara göre oldukça iyi bir şekilde yerleştirilmiş. İç sayfalarda da aynı başarılı tasarım dili ve tipografik anlayış devam ettirilmiş. İkonlar ve linkler güzel tasarlanmış. Başarılı bir site.

Interbank

Çok canlı, çekici bir yapısı var. Bir banka sayfasına pek benzemiyor, çağdaş bankacılık anlayışı ile bütünleştirilmiş. kurumsal kimliği renkleriyle, konseptiyle ve tasarım anlayışıyla başarılı olarak aktarılmış siteye, herşey yerli yerinde. Görsel olarak çok fazla imaj kullanılmış olsa da bu rahatsızlık vermek yerine merak uyandırıyor. Site hiç sıkılmadan gezilebilir. Genel yapısı sağlam ve başarılı bir site.

İş Bankası

İş Bankası'nın web sayfasında neye bakacağima bir türlü karar verebilmiş değilim, çünkü henüz hic birsey goremедim. Oncelikle amblemlerini unutmuslar, onun haricinde text linklerden ve menüden başka bir şey yok site-de, birde cep telefonu ile Atatürk duruyor bir yerlerde. Bu sitede ne görsel tasarımdan ne de İş Bankası'nın kurumsalından bahsetmek imkansız. Sitede ne bir ikonografi, ne tipografi ne de herhangi bir tasarım unsuru yok. İç sayfalarda da değişen bir şey yok gördüğüm kadarı ile. Ana sayfadaki text linkleri yerini düz metinlere bırakmış. Menü aynı ihtişamı ile yerinde duruyor. Genel olarak sayfaya ilk baktığımda gördüğüm şey bir cep telefonu reklamı gibi algılanıyor, meğer orada WAP'i anlatıyorlarmış. Kısaca itici ve hiç bir şekilde ilgi çekmiyor.

Kentbank

Sade ve şık tasarlanmış bir görsellik karşılıyor sitenin giriş sayfasında izleyicileri. Kurumsal renk doğru kullanılmış. Kredi kartı bannerında yer alan amblem ve logo aynı erde iki kez tekrarlanma izlenimi yaratıyor. Sol bantın yeşili fazlaca göze çarpıyor. Çok sade bir tipografi var. İç sayfalarda butonların logo çıkışlı olması hoş bir tasarım. Fotoğraflarla desteklenen görsel yapı başarılı ama biraz gazete havası yaratmış sitede. İç sayfalara göre giriş sayfası daha kalabalık tersi olmalıydı bence.

Koçbank

Ben flash'la yapıldım dercesine hareketlenen bir giriş sayfası var. Her yerde o kadar hareket var ki nereye bakacağımı şaşırdım, yukarı tarafta ince bantta resimler değişiyor, giri sayfasında sol taraftaki bantta sürekli hareket halinde görseller var, menü üzerinde dolaşırken yuvarlak içindeki görsel yapı ve tipografi sürekli değişiyor, anlayış ve tasarım olarak başarılı bir site ama biraz fazla hareketli izleyiciyi yoruyor gibi. Ama kesinlikle seçilen görseller ve menü sistemi olağanüstü şık olmuş. Tebrik etmek lazım tasarımcısını.

Körfezbank

Çok sıkıcı ve itici bir havası var sitenin. Genel olarak tasarım anlayışında bir abartı var. Menülerde, zemin renginde her yerde bu abartıyı görmek mümkün. Beyaz zemin düşmanlığı yüzünden hem renk açısından hem de tasarım açısından site fazla yorulmuş gibi geldi bana. Köklü ve eski banka imajı verilmek istenirken yarı yolda kalınmış, zemin rengi ağır ve oturaklı olabilir ama bu siteye hiç gitmemiş. Tipografi anlayışında pek hata göremedim çünkü böyle bir anlayış yok. Genel olarak farklı ama kötü bir site.

Osmanlı Bankası

Şirin bir giriş sayfası var ve bu tasarım dili sitenin diğer sayfalarına da yansıtılmış. Sitenin çağdaş bir tasarımı yok ama öylesine akıllıca ve doğru tasarlanmış ki, bu bir eksiklik değil kesinlikle, çağdaş değil belki ama modern bir yapısı var bu modernlik Osmanlı Bankasının köklü havasıyla çok iyi kaynaştırılmış. Her nokta olabildiğince minimalist olarak düşünülmüş. Hiç bir taraf rahatsız etmiyor, siteyi güzel bir filmi seyrederek gibi seyretebilirsiniz. Çok başarılı, Bankanın kurumsal çok güzel bir şekilde siteye aktarılmış.

Pamukbank

Pamukbank kurumsal kimlik elemanlarını başarılı bir şekilde kullanmış site. Ama Pamukbank imajını göremiyoruz. Ana sayfada çok bilgi var, bu da beraberinde biraz yoğunluk getiriyor. Genel olarak tipografik tarz ve görsel yapı başarılı. Genç banka imajı gülen suratlara yüklenmeye çalışılmış sanırım ama pek başarılı olduğu söylenemez.

Şekerbank

Renk kargaşası tasarım karmaşası ile birleşip güzel bir ikili olmuşlar. Butonlar ve amblem/logotype çok büyük. Butonlar çok kötü. Tipografi denemeyecek bir yazı tarzı var sitede. Sabit olan sol menü oldukça başarısız ve itici. Kesinlikle çok kötü bir site, iç sayfalar zaten yazı ile dolu, bu renklerle tasarlanacak bir şeker ambalajı güzel olabilir ama bu renkler ile oluşturulan bir web sayfası çok başarısız olmuş.

Sümerbank

Site yüklendiği anda inanmayacaksınız belki ama gözlerim doldu, tüm dünya web tasarımında çağ atlarken, bizim hala buralarda kalmamız belki de gözlerimin yaşarmasına sebeb oldu, Utanmasam ağlayacağım bu siteye bakarak, logo okunmuyor, zemin çok kötü, taşı da kafamıza atmışlar zaten, eleştirecek bir yan bulamıyorum o kadar kötü bir site ki. Tanesine 600\$ verip imaj bank görüntülerini satın aldılarsa paraya yazık. Kurum kimliği hak getire logotype ve amblemin görülemediği bir sitede hangı kurumsal yapıdan ve kimlikten bahsedebiliriz bilemiyorum ki...

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Dil seçimi sayfasının sadeliği giriş sayfası ile değişiyor, oldukça başarılı bir site izlenimi var daha sitenin girişinde. Flashla hazırlanmış ve çok başarılı ve şık olmuş. İç sayfalarda oldukça güzel tasarlanmış, tipografik anlatım sade ve başarılı, kurumsal kimlikleri ön planda, renkgin kullanımı logotpe ve amblemin kullanımı oldukça başarılı. İç sayfalardaki beyaz zemin ve tram-lı zeminler siteye ayrı bir hava katmış, işlevsellik başarılı bir görselle birleşince ortaya bu site çıkmış, başarılı bir site.

Tekstilbank

Etkileyici bir giriş biraz klasik bir yaklaşım tarzı olsa da etkileyici olduğu söylenebilir. Flash uygulamaları hem ana sayfada hem de iç sayfalarda siteye değer katıyor, kurumsal yapı sağlam temellere kurulmuş, amblem ve logotype oldukça başarılı bir şekilde kullanılmış, imajlar, ikonlar ve butonlar başarılı ile taarlanmış, metinlerdeki klasik yaklaşım bu sayede göz ardı edilebilir, problemlerden bir başkası da her sayfanın altında kalan aname-nü kısmı, niye o kadar dar bir alana sıkıştırılmış anlayamadım. Genel olarak başarılı bir site.

Toprakbank

Sıkıcı, boğucu ve anlamsız bir zemin rengi, lacivert tramlanarak yaratıldığı her halinden belli, bu da kurumsal renk kullanacağınız derken oluşan bir problem. Bir sayfa bu kadar yanlış tasarlanabilir. O kadar yer varken, görsel yapı sayfanın ortasına hapsedilmiş, logo yukarı kaçmış, gölgeler, butonlar ve linkler bir facia. Amblem çıkışlı menü tasarımı çok eski ve çağdışı bir tasarım örneği bence. Linkler okunmuyor bile, tipografik bir yaklaşımdan bahsetmemiz zaten olanaksız bu siteye bakarken. İç sayfalar biraz daha derli toplu, ama koskoca bir amblem sayfanın ortasında sizi bekliyor yazıyı okutmamak için elinden geleni yapıyor zaten zemin rengi iğrenç bir de logo ile başıltıcı bir havası var, menü bu seferde sola sıkışıp kalmış. Metin blokları çok kötü. Türkçe karakter problemi ile birlikte beni boşuna okumayın diye bağıyor sanık. Kurumsal renkleri olan lacivertin kullanımı güzel olsada, diğer renkleri bu renkten tramlayarak çıkarmak büyük bir hata olmuş, çok can sıkıcı ve başarısız bir site.

Vakıfbank

Görsel açıdan başarısız bir site olduğu giriş sayfasında hemen kendini belli ediyor. Menü tasarımı çok başarısız, ikonlar ve butonlar çok itici. Text linklerin butonları tam bir facia. Tipografi yok, tasarım dili yok, sitenin geneli böyle oldukça başarısız bir site.

Yapı Kredi Bankası

Flash uygulamaları ile dikkat çeken görsel olarak oldukça başarılı bir site. YKB kurumsal kimliği doğru ve başarılı olarak siteye aktarılmış. Tipografi doğru ve anlaşılır bir yapıda, sitenin geneli çok çağdaş görünsede, her yeri bu çağdaşlığa ayak uydurmak için çaba harcamıyor bu sayede genel olarak görsel yapı iyi tasarlanmış. İç sayfalarda da aynı dil devam ediyor, iç sayfaların görsel yapısıda oldukça başarılı, şık ve anlaşılır. Emek harcanarak hazırlanmış olduğu aşıkara olan bir site. Benim en çok hoşuma giden yönü ise, her şeyin tadında ve dengeli olarak tasarlanmış olması, logonun kullanımı, kurumsal rengin kullanımı, çağdaş yapı, bu çağdaş yapıya sadeliği ve doğruluğu ile çok iyi ayak uydurabilen tipografik anlayış siteye ço büyük bir değer katıyor. İlk sayfada kullanılan amblem ve logotype, iç sayfalarda yerini sadece ambleme bırakmış ama bu kesinlikle bir eksiklik yaratmak şöyle dursun, doğru bir karar olduğu izlenimi kazandırıyor izleyiciye. İç sayfalarda Yapı Kredi Bankası adını görmesekte, site kurumsal yapı üzerine o

kadar sağlam temellerle oturmuş ki, göz bankanın ismini bir kez daha aramıyor çünkü zaten her her yer buram buram YKB kokuyor. Tebrikler çok başarılı bir site.

Yaşarbank

İzleyici fazla yormayan, sade ve sistematik olarak tasarlanmış bir site, kurumsal yapısı güzel hazırlanmış, site genelinde bir huzur var denebilir, karmaşa ve kargaşadan uzak bir tasarım. Aradığınızı buluyorsunuz, fazla birşey beklemeden keyif alınabilecek bir site olduğunu söyleyebilir. Herşey yerli yerinde. İşini görüyor. Tasarımı ve tipografisi ile işini gören zorlamalardan uzak rahat bir görselliğe sahip.

Yurtbank

Çok itici bir ana sayfaya sahip olduğunu söyleyebilirim. Biran önce buradan ayrılmak için menüden herhangi bir yere tıklıyorum bu arada menü de giriş sayfasında gerçekten çok özensiz hazırlanmış, iç sayfalar biraz daha düzgün, işini gören, tasarımı ile rahatsız etmeyen bir yapısı var, fotoğraflar ile desteklenen bir sayfa düzeni hoş sayılabilir, metinlerdeki türkçe karakter problemi akıllıca çözülmüş, türkçe yazı ingilizce dilbilgisi kurallarına göre yazılmış, hiç yoktan iyi yinede bence. Kurumsal yapı oturtulmuş denebilir, logo ve amblem biraz büyük olsada sayanın genelinde çok kötü durmuyor, site genel hatları ile vasat bir site ama kötü değil kesinlikle.

Ziraat Bankası

En berbat, devlet bankası web sayfası ödülüne layık bir giriş sayfası. Görsel anlamda hiç bir şeye sahip değil, üstüne üstlük güncellenmemiş bir havası bile var 75. yıl logosu sayesinde. Text linkler her yerde menü adı altına yaşıyor. Türk bayrağının gif animasyonu oldukça gereksiz ve sayfa genelinde anlamsız bir yerde. Amblem ve logo gereğinden fazla büyük kullanılmış. Mavi bant çok kötü olmuş zaten genelinde kötü olan bu site. Text linklerin kahverengi olması da ayrı bir saçmalık. İlginç bir site ne denebilir ki, Ziraat Bankasının o eski ve güçlü imajı burada yok. Eski olduğu kesin ama anlayış olarak, kafa olarak eski. Söylenecek daha fazla bir şey yok sanırım. Özensiz ve başarısız bir site.

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Sitenin farklı bir tasarımı olduğu kesin ama bence biraz bilgisayar oyunlarını anımsatıyor, Abank yeni bir banka olduğu için, nasıl bir kurumsal yapısı ve kimliği var açıkcası bilmiyorum ama kurumsal renkleri siteye tam olarak yansıtılmamış, bence bu doğru bir karar çünkü gördüğüm kadarıyla bu renkler siteyi zora sokabilirdi. Tipografik yaklaşımları sade. İç sayfalarda da aynı tasarım dili kullanılmış. İç sayfalarda ki menü güzel tasarlanmış, yine iç sayfalarda amblem ve logotype'i doğru bir oranlama ile görmek güzel. Farklı olsada bence çok da başarılı bir tasarım değil.

Akbank

Çok karmaşık bir ana sayfa ile başlıyor site. Ama aynı karmaşa iç sayfalarda görülüyor. Şık bir tasarımı olduğu söylenebilir. Logonun kullanımı oldukça doğru tasarlanmış. Ana sayfadaki menü biraz itici. Site genelinde tipografik bir yapı yok. Site genelinde fotoğraflar izleyici ile sıcak bir bağ kuruyor. Bu görsel yapı iç sayfalarda daha iyi kurgulanmış. Akbank'ın kurumsal kimliği doğru olarak siteye yansıtılmış, imaj bank görüntüleri yerine daha doğal fotoğraflar kullanılsa çok daha sıcak olacağını düşünüyorum sitenin.

Bank Ekspres

Modern web dizaynı anlayışına yaklaşılmaya çalışılırken, tam olarak oturmamış ve olgunlaşmamış, çağdaşlık yakalanmaya çalışılırken yarı yolda kalınmış ve kurumsal kimlik oluşturulmaya çalışılırken fazla zorlanmış bir site. Tipografi anlayışından yoksun. Sadece kurumsal renk doğru olarak kullanılmış. Görsel anlamda başarısız bir site.

Bayındırbank

Çağdaşıktan uzak bir tasarım anlayışı var, hiçbirşey fazla zorlanmamış, rahat ve tavırla tasarlanmış, sade bir tipografi dili var, bu sadeliği sadece giriş sayfasındaki kurumsal kimlik imajları bozuyor, bunlarda zaten televizyon reklamlarından alınmış, fazlaca yormadan ve yorulmadan hazırlanmış bir site.

Demirbank

Genel olarak gözüme çarpan ilk tasarım problemi, sloganın çok büyük olması, amblem ve logo ile yarışır bir hali var, kurumsal renkler doğru kullanılmış hem giriş sayfasında hem de iç sayfalar da, iç sayfalar biraz daha rahat, giriş sayfasındaki metin kalabalığı tasarımı biraz yormuş. İç sayfalardaki ikonlar çok klasik ve kötü. Genel olarak öylesine bir site diyebiliriz. Kullanıcıyı kendine bağlayamıyor. İlgi çekici bir yanı yok. Güzel olan tek şey, menülerin zeminleri.

Denizbank

Fazla konsept uğruna harcanmış bir site var karşımızda, yaratılmak istenen hava, yaratılmadan biraz basit bir tasarım ortaya çıkmış, kurumsal yapının varlığından söz edebiliriz. Renklerin softluğu denizi çağrıştırıyor, buraya kadar sorun yok ama genel yapı itibari ile biraz boş ve anlamsız bir tasarımı var. Tipografi anlayışı pek yok, öylesine hazırlanmış ve konsept uğruna tasarımı zarar görmüş bir site bence.

Dışbank

Güzel bir site, giriş sayfası yüklendiğinde söyleyebildiğim ilk şey bu. Giriş sayfasında herşey yerli yerinde kurumsal yapı oturmuş, menü sistemi ve tasarımı hoş, zemin ilgi çekici rahatsız eden tek nokta, üst tarafta hareketli yazı geçen bölüm, buradaki tipografik anlayış oldukça kötü, siteye böyle özen gösterilirken oradan akıp giden yazının bu kadar özensiz hazırlanmasına bir anlam veremedim. İç sayfalarda da aynı dil devam ediyor, genel olarak ufak tefek hatalar hariç güzel bir site.

Egebank

Hele şükür sitenin ana sayfasına ulaştım. Gerçekten zor oldu. Ama her an Egebank'ın web sayfasında olduğumu hissettiğimi söyleyebilirim. Kurumsal yapı sağlam oturtulmuş ve beyinlere kazınıyor. Tasarımı çağdaş ve başarılı olmuş, imaj bank görüntülerinden uzak durulsa bence çok daha güzel olurdu. İç sayfalarda da aynı çağdaş tasarım devam ediyor, kurumsal yapı çok etkili gerçekten, genel olarak başarılı bir site olduğunu söyleyebilirim, zemin beni biraz rahatsız etti. Ama bu yapı içersinde katlanmaktan başka çare yok...

Emlak Bankası

Ana sayfada ilk eksiklik Emlak Bankası sadece amblemden var olmuş, hiç bir yerde Emlak Bankası yazmıyor, insanların emlak bankasını her yönüyle bildiği varsayılmış sanırım, korkunç bir tipografi anlayışı, amblemin etrafına sıralanmış bir menü, ikonlar korkunç ve rengarenk, kurum kimliği adına hiç bir şey yok, zemin rengi açık mavi seçilmesi yetmiyormuş gibi birde doku verilerek gözü yormak için elden gelen herşey yapılmış. Kullanıcının tıklamak istememesi için herşey yapılan butonlara korkarak tıklıyorum ve manzarada pek bir değişiklik yok, yine aynı mükemmel mavi zemin ve sanırım tasarımı yıllar alan ikonlardan oluşan menü ama iç sayfalarda menü biraz daha renklendirilerek, henüz gözü bozulmayan kullanıcılara son darbe vuruluyor. Emlak Bank yazısını burada görebiliyoruz ama net olarak değil, anlamadığım kadarı ile ya filtre uygulanmış yazıya ya da korkunç derecede özensiz hazırlanmış bu sayfanın amatörliğüne kurban gitmiş. Amblem tüm sitede sürekli hareket ediyor ve gözü yoruyor. Bütün olarak ele alındığında çok amatör ve başarısız bir site Emlak Bankasına hiç yakışmıyor.

Esbank

Şık ve çağdaş bir giriş sayfası var. Kurum kimliği hemen göze çarpıyor, logo biraz küçük kalmış sadece, tipografik dil de oldukça çağdaş ve dikkat çekici. Genel olarak güzel ve başarılı bir giriş sayfası, iç sayfalar biraz sıkıcı olmuş, giriş sayfasında ki çağdaş tipografik anlayış burada kaybolmuş, yerini uzun uzun metinlere bırakmış. Ama kurum kimliği iç sayfalarda da ayakta, üst lacivert bank içindeki menü sol taraftaki menü ye göre daha şık ve anlaşılır. Her sayfasına aynı özen gösterilmese de güzel bir site. İşlevsel ve görsel.

Etibank

Giriş sayfası fazlaca dolu, bir ana sayfa dan ziyade sitenin içinde olması gereken bir sayfa izlenimim uyandırıyor bende, üst bant ve menü şık tasarlanmış, kullanılan renkler kurumsal yapıya uygun, amblem ve logotype yerinde ve doğru oranlar kullanılmış bence, sloganların yapısı da hoş, bunun haricinde site pek keyif verici olarak yorumlamamam. Fazlaca bilgi ve yazı klasik bir anlayışla izleyiciye sunulmuş. Genel olarak öylesine bir site. Fazla bir şey vermiyor ama en azından izleyenleri de bıktırmıyor ve yıldırmıyor.

Finansbank

Çağdaş ve güzel bir tasarım dili var, kurum kimliği başarılı bir şekilde siteye yansıtılmış, tipografik yaklaşımları da modern ve başarılı. Giriş sayfasındaki bannerlar biraz abartılı olmuş, tasarımın genel yapısına zarar veriyor, iç sayfalarda daha dingin ve oturaklı bir tasarım dili var. Menüleri ve butonları güzel. Fotoğraflar ile desteklenen iç sayfalar oldukça ilgi çekici ve güzel tasarlanmış. Kullanılan renklerden dolayı giriş sayfasında biraz soğuk bir tavrı olsada iç sayfalarda ki sıcaklık siteyi kurtarıyor.

Garanti Bankası

Sayfa yüklenir yüklenmez kendimizi gerçekten bir Garanti Bankası şubesinde gibi hissediyoruz bu da Kurumsal kimliğin doğru olarak yansıtıldığı anlamına geliyor, ilk bakışta herşey yerli yerinde, sade tipografi ve buton sistemi, hem gözü rahatlatıyor hemde bütünde başarılı bir görsel tasarım ile sunuluyor. Sayfanın haraketsizliği sağ taraftaki bannerlar ile bozularak doğru bir orantı kurulmuş, logotype ve amblem gayet doğru bir yerde ve yaklaşımla sergileniyor. İç sayfalarda da kurumsal kimlik renk kullanımları ve görsellik ile devam ediyor. İç sayfaların bazılarında ana menüye dönmek için iki buton var bu biraz saçma olmuş bence, ama bu butonların Garanti Bankasının yoncası ile ikonlaştırılması gerçekten hoş. Sayfanın yazılarında genelde bir font problemi var ama bu genel yapıya pek zarar vermiyor, genel anlamda başarılı bir site.

Halkbank

Sayfa yüklendiği aklımdan geçen ilk düşünce sitenin başarısız tasarımı ve kavram karmaşası oldu. Bina ve kaplan imajları ayrı bir dünyada, menü tamamen farklı tüm bunlar silik bir desenle oluşturulmuş beyaz zeminle birleşiyor. Kurumsal kimlik mavi renkten öteye gitmemiş, gerçi Halkbankasının kurumsal renginin mavi olduğu da meçhul yani böyle bir imaj kalmamış bu güne dek benim aklımda. Düz metin ve text linklerden oluşan vasat ve sırada bir site. Genelde devlet bankalarında olduğu gibi değişen tek şey renk oluyor böyle sitelerde, mantalite hep aynı. Çağı yakalayamayan en azından iki sene öncesinde kaldığı belli olan bir site. 75. yıl ne alakası vara 2000 yılında...

İktisat Bankası

Sitenin ana sayfası yüklendiğinde çok çağdaş bir web dizayn anlayışı ile

tasarlanmış bir görsel yapıyla karşılaşyoruz. Flash uygulamaları başarılı, kurumsal yapı; renkler, görsel tarz ve amblem/logo ile başarılı bir şekilde oturtulmuş. Butonlar, ikonlar ile birleştirilmiş bu da siteye artı bir değer katıyor. Tipografik yaklaşımlar hem giriş sayfasında hem de iç sayfalarda oldukça başarılı ve uyum içersinde. Başarılı bir site.

Interbank

Hem renkleriyle hem de tasarımıyla bana Altavista'yı hatırlattı. Bir banka web sayfasına kesinlikle benzemiyor. Bunun yanısıra kullanılan imajlar ve ikonlar şık denebilir. Hoşgeldiniz başlığı altındaki siyah zeminli dikdörtgen alan beni çok rahatsız etti, içinde sürekli olarak yazı geçiyor. Buna bir anlam veremedim. Niye bu kadar büyük bir alan böylesine harcanmış. İç sayfalarda genel yapı biraz bozulsada kötü değil. Klasikleşen bir yapısı var ama bu yapı ana sayfa ile bağlantı kurulan görsellikle kurtarılıyor. İç sayfalardaki sağ tarafta duran menü sade ve şık tasarlanmış, gözü yormuyor. Değişen fotoğraflar siteye hem bir canlılık hem de sıcak bir hava vermiş.

İş Bankası

İşte bir devlet bankası görseli daha doğrusu oluşmamış, başarısız görselliği ile karşı karşıyayız. Sitede İş Bankası gibi köklü ve büyük bir firmanın kurumsal kimliği sadece ismi ile verilmiş sanırım kullanılan Atatürk resmi de bu kimliğe yardımcı olmaya çalışıyor. Televizyon reklamları ile bir bağ kurulmaya çalışılmış olabilir ama pek emin değilim doğrusu, bu kadar ince düşünebilseler bu siteyi bu halde bırakmazlardı. İş Bankası'na hiç yakışmayan bir site, sitede yazılardan başka bir şey yok, bu yazılarında bir kısmı başka yazılara ulaşmak için link, gerisi de düz yazı. Tipografiye hiç ihtiyaç duyulmadan düz yazı ile tasarım bitirilmiş. Menü mahsun bir şekilde sağ ve sol tarafta birilerinin kendileri ile ilgilenmesini bekliyor. Üçgen şeklindeki butonları ile beraber menü sistemi 1980'li yıllardan kalma bir izlenim yaratıyor bende. O yıllarda Türkiye'de internet yoktu, şimdi var bu yüzden aradaki 20 yılı bir çırpıda atlamak yerine İş Bankası'nın web sayfası bu süreyi birebir yaşamayı tercih etmiş sanırım. Kesinlikle başarısız bir site.

Kentbank

Giriş sayfası bir broşür havasında. Bir banka sayfasında olmaması gerektiği kadar pop bir tarzı var. Kurum renginin kullanılması güzel ama sol bantın yeşili gözü rahatsız ediyor ve menünün okunmasını güçleştiriyor.

Tipografik bir yapı yok, sitenin genelindeki görsel yapının bütünlüğü güzel. Amblem ve logo çıkışlı zeminlerde artı bir puan bu site için.

Koçbank

Genel bir bakıştan sonra yazıyorum bu satırları, gerçekten başarılı ve etkileyici bir site, flash uygulamalarından, kurumsal yapıya kadar herşey en ince detayına kadar düşünülp tasarlanmış ve uygulanmış. Sağlam bir tipografisi var sitenin, görsel anlamda çok zengin ama bu görsellik izleyicinin gözüne sokulmaktansa, izleyicinin biraz çaba harcayarak görmesi için tasarlanmış bu da çok güzel. İç sayfalarda da aynı tasarım dili var, genel de problem olan metinler bu sitede de akıllıca çözülmüş. Genel olarak çok başarılı, göz alıcı ve etkileyici bir site.

Körfezbank

Çok koyu bir zemini var sitenin, güçlü ve köklü banka imajını oluşturmak uğruna bir yanlış bir tasarım anlayışı kullanılmış sanıyorum. Kurumsal renk kullanacağız diye bu kadar abartmanın bir alemi yoktu bence. Menü tasarımları da ayrı bir kitchlik abidesi. Tipografi bakımından sade ve anlaşılır ama görsellik için aynı şeyleri söyliyemiyoruz. İç sayfalar biraz daha rahat gözlemleniyor. İç sayfalarda da menüler bir alem. Genel olarak kötü bir tasarımı var bu sitenin.

Osmanlı Bankası

Çok soft renkleri olan ferah bir site, imajları çok olmasına rağmen kesinlikle rahatsız etmiyor. Buton tasarımları çok şık, zemin oldukça başarılı işlenmiş, kurumsal yapı her yerde buram buram kokuyor. İç sayfaların tasarımları da aynı şekilde başarılı, sitede komple bir bütünlük var, bu tasarım anlayışı beraberinde huzuru ve ferahlığı getiriyor, sıkılmadan siteyi gezebiliyorsunuz. Bence başarılı bir görsellik...

Pamukbank

İlk izlenim itibari ile çok sıcak bir site. Pamukbank'ın hem görsel hem de kurumsal olarak kimliği doğru olarak yansıtılmış. Tipografik dil çok başarılı, butonlar çok başarılı ve kurum imajı ile bütünlük sağlanmış. Görsel yapı iç sayfalar ile uyum içersinde. Üsüt tarafta siyah bant tüm sayfalarda aynı, kimlik açısından doğru bir yaklaşım. Sol taraftaki gri bantta bu kimlikle uyum sağlıyor, genel olarak hoş bir site.

Şekerbank

Sanırım Şekerbank'ta bir devlet bankası, sitesine bakınca anlaşılıyor. Kurumsal renklerinin kullanımından, tipografisine, butonlarına, imajlarına kadar herşeyiyle itici ve saçma sapan bir tasarımı var. Şirin olmak şöyle dursun iğrendiriyor insanı. Tasarım öylesine yorulmuş ki, değil çağdaşlık, klasik bir anlayışı bile yok ortalarda gezinen zavallı bir havası var. İç sayfalar zaten klasik olarak metinle doldurulmuş, bari yazıları doğru dürüst yazabilselerdi de onlar okunsaydı. Berbat bir site.

Sümerbank

Tek kelime ile olmamış diyebiliriz. Ne bir kimlik var Sümerbank'a ait, ne doğru dürüst bir görsellik var nede tipografik anlayış, Devlet bankalarının kötü web siteleri bile bu sitenin yanında güzel kalıyor, başka söyleyecek bir şey bulamıyorum. Pek fazla emek harcadığını sanmıyorum harcadık diyen varsa boşuna harcamışsınız diyebilirim. Tek kelime ile iğrenç bir site. Zemine karar veren tasarımcıyı ya da Sümerbank yetkilisini ayrıca tebrik etmek istiyorum. Taş çok iyi fikir tebrikler...

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Dil seçimi sayfasında amblem biraz büyük olmuş, ana sayfa oldukça etkileyici, flash uygulamaları siteye artı bir değer ve çağdaş bir tarz kazandırmış. Tipografi oldukça oturaklı ve doğru kullanılmış, kurumsal rengin siteye yayılım çok dengeli, iç sayfalar çok şık ve anlaşılır, uzun metinler bile tasarım anlayışından ödün verilmeden hazırlamış. Bunu şu anada kadar ilk kez görüyorum banaların web sayfalarında türkçe karakter problemi olmadan bir metin okumak büyük bir ayrıcalık türkçe sitelerde, TEB bunu başarılı ile sağlıyor. Sitenin tek problemi amblem ve logonun büyüklüğü, yeryer küçük yer yer ise olması gerekenden büyük olarak kullanılmış bu problemin haricinde çok başarılı bir site.

Tekstilbank

Kurumsal yapı, tipografik anlayış, flash uygulamaları, çağdaş yapısı ve fotoğrafları ile oldukça ilgi çekici bir site, koyu gri zemin rengi çok başarılı bir seçim olmuş sadece menü biraz sıkışmış sayfanın altına. Siyah/Beyaz imajlar oldukça ilgi çekici ve kurumsal bir yapı kazandırıyor siteye. Renk seçimi çok başarılı, kurumsal renkler hem hogoda hem de sayfaların linklerinde başarılı ile kullanılmış, abartılmadan, sıkmadan ya da eksik kalmadan başarılı bir site.

Toprakbank

Zemin renginin seçimi, menü tasarımı, tipografik anlayışsızlık, butonların tasarımı bana Emlak Bankasının web sayfasını hatırlattı sanırım onu çok beğendikleri için örnek almışlar, tabi ki çok berbat olmuş. Klasik ve başarısız bir tasarım yapısı var sitenin, Logo yukarı sıkışmış ve görülmüyor neredeyse ama ortada muhteşem bir amblem var, bu her sayada ısrarla tekranlanmış iç sayfalarda menü sol tarafa sıkışmış, genel olarak bir navigasyon probemi var sitede, yazılar zaten kendi aleminde okunmamak için direniyorlar. Kurumsa! kimlikleri doğamadan vefat etmiş bu sitede.

Vakıfbank

İşlevselliğe önem verilerek içeriği zenginleştirilen ama bu esnada görsel tasarımdan, kurumsal kimlikten uzaklaştırılmış bir site. Kötü bir menü, gereğinden büyük bir logotype, dengesiz bir sayfa düzeni, kredi kartı satar gibi bir hali var sitenin, teorik sistem iyi kurulmuş olabilir ama pratik oldukça başarısız.

Yapı Kredi Bankası

Çağdaş web tasarım kriterlerinin iyi etüd edildiği ve uygulandığı kullanıcıyı görsel yapıya bağlayan ve inceleme isteği uyandıran bir site. Kurumsal kimlik açısından yaklaşıldığında ise bu başarılarla bir yenisi ekleniyor. Tipografik dil oldukça başarılı, abartılmamış ve yorulmamış. Flash uygulamaları kullanıcıyı oldukça etkiliyor. İç sayfalarda bu düzende pek bir değişiklik yok, yine çağdaş bir yapı var karşımızda ama çok az da olsa klasik bir sayfa özellikleri karşımıza çıkıyor, kurumsal yapıyı çok iyi destekleyen zemin rengi yerini beyaza bırakıyor iç sayfalarda, bunun nedeni iç sayfaların daha fazla metin içermesi olabilir ne var ki, böylesine bir site hazırlayabilen tasarımcılar için bu problemi çözmek zor olmasa gerekti, ama bu yapıda çok kötü değil. Kurumsal kimlik çok doğru ve tadında kullanılmış, kurumsal kimlik kullanacağız derken bazı örneklerde olduğu gibi, televizyon reklamları örnek olarak alınmamış bu da siteye artı bir değer katıyor. Her ne kadar yer yer klasikleşse de site gayet başarılı ve güzel.

Yaşarbank

Grafik tasarım adına fazla bir etkisi olmayan ama, görsel olarak da müşterisini yormayan, sıkmayan bir yapısı var. Kurumsal olarak iyi taarlanmış, rengiyle, amblem ve logosuyla, menüsüyle sade ve anlaşılır bir site. İç say-

falarda fotoğraf ile oluşturalan sayfa düzeni de, aynı dili devam ettiriyor. Çağdaşlığı yakalayamamış olsa da başarılı bir site denebilir.

Yurtbank

Fazla özenilmeden, üzerinde uğraşılmadan hazırlanmış bir havası var, giriş sayfasının kaosundan sonra iç sayfalar daha akıllıca tasarlanmış. Hatta güzel bile denebilir, her zamani gibi metin biraz problemli yani tasarıma zarar veriyor ama bunu çözmek de kolay bir durum değil tabi ki. Fotoğraf güzel, sitenin genel yapısı idare eder düzeyde. Logonun yeri ve sayfa içindeki konumu, kurumsal renkler yerli yerinde denebilir, giriş sayfası olmasada güzel bir site olabilirmiş, şu anda öylesine bir site konumunda, işini yapıyor ve izleyiciye fazla bir şey veremiyor.

Ziraat Bankası

Bu sayfada bir MHP bayrağı eksik kalmış, biz türküz demek için, 75. yıl logosu var yetmiyor Türk Bayrağı var, e zaten kurumsal renk kırmızı ve logo neredeyse sayfanın 4'te 1'ini kaplıyor, geri kalan yerlerde linkler koyulmuş, linkler diyorum çünkü bunlara menü demek çok zor. Biz eski bir bankayız diyen bir görsel herşeyi anlatıyor zaten, eski ve büyük bir banka imajı bu kadar kolay harcanabilir, giriş sayfası ile alt sayfaların bir farkı yok birbirlerinden, hepsi kötü hepsi başarısız. Maximum derecede basite indirgenerek hazırlanmış üzerinde pek uğraşılmamış ve düşünölmemiş bir site, diğil çağdaş web tasarımı, klasik tasarım anlayışı adına da hiç bir şey yok. Başarısız ve kötü bir site.

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Sitenin giriş sayfası yüklendiğinde kendimi bir uzay gemisinde hissettim. İlginç ve güzel bir tasarımı var sitenin. Tipografik anlayış sade ve başarılı, iç sayfalarda da aynı dil devam ediyor. İç sayfalar rahat ve sakin bir şekilde oluşturulmuş, gözü yoran ve iten bir tasarım unsuru yok, kurumsal renkler olabilecek en doğru şekilde yansıtılmış, daha fazlası yanlış olurdu bence. Şık ve modern bir havası var sitenin, genel olarak ilgi çekici ve başarılı bir site.

Akbank

Sitede çağdaş web dizayn anlayışından eser yok. Çok karmaşık bir yapısı var. Fazla yazı, tek tük imajlarla dengelenmeye çalışılmış ama başarılı olduğu söylenemez. Tipografi tarzı çok zayıf hatta hiç yok. Akbank'ın kurumsal kimliği çok etkisiz gözüküyor. Durumu kurtarmaya çalışan sadece logo, o da sitenin genel tasarımında çok yalnız kalıyor, renk seçimi ve uyumu sitenin artı değerlerinden biri, genelde karmaşık ve görsel tasarım açısından başarısız bir site.

Bank Ekspres

Şık ve çağdaş tasarımı ile dikkat çekiyor. Sitenin giriş sayfası kullanılan imajlar ve renk kurumsal kimliği tamamlıyor. Grafik dil iç sayfalarda da devam ediyor. Bankanın kurum imajı, siteye iyi aktarılmış. Farklı boyutlarda kullanılan logo tek düzeliği ortada kaldırıyor. Tipografi sade ve anlaşılır. Genel anlamda başarılı bir site logonun iç sayfalardaki hareketliliği bence gereksiz.

Bayındırbank

Kurumsal yapısı televizyon reklamlarındaki görsellik üzerine kurmuş, giriş sayfasının genelinde amblem ve logo hemen göze çarpmıyor biraz göz gezdirmek lazım. Genel tavrı sakin ve cool. Fazla bir hareket yok site de, bir şeylerin peşinde değil, bilgisini veriyor ve köşesine çekiliyor. Artı değer olarak görebildiğim bir şey yok, sadece görsel olarak sade olduğu söylenebilir.

Demirbank

Pek başarılı bir sayfa ile açılmıyor Demirbank. Klasik bir yapısı var, zaten giriş sayfasındaki bu kadar metin insanı anında siteden soğutuyor, tipog-

rafik bir yaklaşımı yok, menü tasarımı sitenin en güzel bölümü denebilir, kurumsal yapı renklerle oturtulmaya çalışılmış. Burası da başarılı denebilir ama bunun haricinde grafik tasarım açısından pek başarılı değil, özellikle iç sayfalarda ki ikonlar beni kahretti, bu ağırlığa hiç olmamış, click art'tan alınacağına oturup çizilebilirdi. Genel olarak vasat bir havası var sitenin, izleyiciyi kenine çekemiyor ama itmiyorda en azından.

Denizbank

Ben bu siteyi beğendim. Biraz boş ve oldukça soft olsa da, rahatlatıcı bir yanı var, çok sakın bir tasarımı var. Kurumsal yapı tam olarak kurulamamış olsa da deniz konsepti yeterince verilmiş, o ambiyans yansıtılmış bence, dalgalı bir deniz fotoğraf koymaktansa bu şekilde bir yaklaşım bence başarılı olmuş, iç sayfalarda aynı dil devam ediyor ama textler bu yapıyı biraz bozmuş, puntoları çok büyük kalmış, menü sistemi aynı tarzda basit ve anlaşılır, tipografi sakın ve işini görüyor, genel olarak izleyicisine ferahlık veren bir site.

Dışbank

Ferah bir tasarım, gözü yormayan görsel yapı, oturaklı bir kurumsallık, gözü yormayan, tasarıma zarar vermeyen zeminler, akıllıca tasarlanmış ve görselleştirilmiş menü dönen dünyanın rezüstasyon problemi dışında ana sayfada gözü rahatsız eden başka bir şey yok. Şık tasarımı ile dikkat çeken bir site. İç sayfalarda da durum aynı, fazla çağdaş tasarım kaygısı duyulmadan doğru izlenimlerle yaratılmış bir site.

Egebank

Devlet bankalarındaki tasarım kaoslarını göre göre buralara kadar geldik, sonuçta düşündüğümüz zaman orta da bir gerçek var ki, özel bankaların daha fazla parası olduğu gibi bir durum yok, hatta devlet bankaları her zaman daha fazla para kazanıyor o zama niye böylesine kötü sayfaları var anlayamıyorum. İşte bir özel banka daha. Gerçi batıp devlet güvencesine geçmiş olsa da, anlayışı ve mantalitesini devam ettirmeyi bilmiş. Gayet hoş ve çağdaş bir tasarım anlayışı, yerli yerinde hatta oldukça başarılı bir kurumsal yapısı var. Tipografisi sade, anlaşılır ve gayet başarılı, başka söyleyecek bir şey bulamıyorum, yapma isteyince yapıyor demekki, devlet bankaları, biraz örnek almalı bu çalışmalardan.

Emlak Bankası

Sayfa yüklendiği anda tam bir tasarım kaosu ile karşılaşırız, seçilen renkler ile başlayan, tipografi ve ikon tasarımları ile devam eden bir kaos, sayfa o kadar kötü ki, hangi banka olduğu belli olmasın diye bankanın adı bile yazmıyor ana sayfada, amblemden hareketlendirilmiş, sanırım kimse ne olduğu anlamasın diye, Emlak Bankası yazısı sadece browser penceresinin üst kısmında yazıyor buna da şükür. İç sayfalarda değişen bir şey yok, logotype etkilenmiş eklenmesine de, itici tasarım burada da devam ediyor, menü sistemi gereğinden fazla renkli, amblem ya küçük ya da büyük kullanılmış, zaten amblemin logotype ile bir oranlaması yok. Sanırım devlet bankalarının genel sorunu burada da karşımıza çıkıyor, mantalite farklılığı, televizyon reklamlarına trilyonlar ödenirken, çağdaş dünyaya adım atmak için hazırlattıkları web sayfası kan ağlıyor, bu mantalite ile düşünürsek bu sayfayı, genel müdürlerinin internet meraklısı çocuğuna; hem çocuk bir şeyler öğreysin hemde bizim sayfa arada çıkar diye yaptırdıklarını düşünmeye başlıyorum. Oldukça başarısız bir site, Emlak Bankasının kurumsal kimliğinden bahsetmek söz konusu bile değil. Sorun ya sitede ya da Emlak Bankasının kurumsal kimliğinde.

Esbank

Hızla, çağdaş ve görsel anlamda başarılı bir girişi var, kurumsal kimlik, tipografi ve sayfa tasarımı hoş. Logonun yeri güzel ama biraz küçük. Üst banttaki butonlar biraz büyük olmuş, logonun yanında fazla büyük kalıyor ve göze çarpıyor, bunun olmaması gerekiyordu bence. İç sayfalar işlevselliğin ön plana çıktığı yerler. Giriş sayfasındaki görsel yapı iç sayfalarda yok, iç sayfalarda işlevsellik ön planda, menüye hesap makinesi bile eklenmesi gayet hoş. Sol menü biraz basit kalmış bu siteye ve özellikle giriş sayfasına göre genel olarak hoş bir site aksayan tasarım problemleri haricinde.

Etibank

Genel yapısı sağlam, çağdaşlık ya da modernlik peşinde koşmayan işini gören bir site, kurumsal olarak yer yer doğru tasarlanmış. Menü sistemi başarılı denebilir. Sloganlar güzel ama bir giriş sayfası için çok kalabalık ve dolu. Sol bantın zemini güzel olmuş, ama üzerine gelen text linkler tasarıma zarar veriyor. Renklerin seçimi ile kurumsal kimlik bütünleştirilmiş bu başarılı denebilir. İzleyiciyi sıkmayan ama fazlada eğlendirmeyen bir site.

Finansbank

Site yüklendiği anda gelen giriş sayfası bence biraz abartılı bir tasarıma sahip, kurumsal yapı biraz fazla zorlanmış gibi geldi bana. Giriş sayfasında aynı zorlama devam ediyor. Logo fazla büyük kullanılmış, seçilen renklerden ve tasarımdan dolayı biraz karmaşık bir site gibi gözüküyor ilk izlenim itibari ile. Flash uygulaması giriş sayfasına biraz hareket vermiş ama gnele boğucu yapıyı değiştirememiş, iç sayfalar biraz daha farklı buralar daha ferah ve başarılı tasarlanmış kullanılan fotoğraflar güzel, yapay değil. Bankanın dinamik ve çağdaş bir yapısı var ama benim zihnimde alan Finansbank kurum kimliği bu değil, en azından bu renkler değil.

Garanti Bankası

Görsel tasarım açısından değerlendirdiğimizde, Garanti Bankası'nın kurumsal yapısı siteye gayet başarılı bir şekilde yansıtılmış. Yeşil rengin doğru kullanımı direkt Garanti Bankasını çağrıştırıyor bu çağrışım amblem ve logo ve düzgün bir tipografi dili ile birleştirilince başarılı bir sayfa çıkıyor karşımıza. Tek dezavantajı fazla sade olması, bu sadelik bir müddet sonra kullanıcıyı siteden soğutabilir. İç sayfalarda logo ve amblem yine yerli yerinde ve doğru olarak kullanılmış, iç sayfalarda rahatsızlık verici tek nokta text linkler ve yanlarındaki sarı butonlar bu genel havayı biraz bozuyor. Ama site genelinde açık sarı zemin rengi ve Garanti Bankasının kurum rengi olan yeşilin uyumu, siteye bir şıklık getiriyor. Genel olarak sade ve başarılı, oldukça işlevsel ve doğru tasarlanmış bir site.

Halkbank

Giriş sayfasında bir gariplik var bu sitede, güçlü banka imajı basit bir anlatım diliyle, genel müdürlük binası ve kaplanın omuzlarında ama bu imajlar bu yükü taşıyamıyorlar. Tipografi bir anlayış yok, sade bir site, beyaz ve mavi birbirine uymuş denilebilir ama zeminde büyük bir problem var görülmüyor. İçerik ağırlıklı görsel bir tasarım anlayışından uzak sıradan bir site, sayfada ilk dikkati çeken imaj kaplan oluyor, halbuki bir bankanın web sitesinde ilk dikkat çekilen noktanın o bankanın kurumsal yapısı olması lazım, bu yapı logotype ya da amblem veya her ikisi ile bile oluşturulsa yine de durumu kurtarabilirdi ama bu sitede görülen ilk şey kaplan sonasında da bir bina. Site bu noktada tıkanıyor, menünün iticiliği olayın cabası, eğer harcandıysa, harcanan emeğe yazık diyebiliriz.

İktisat Bankası

İşte hem tasarımıyla hemde yaklaşımlarıyla, görsel kimlik elemanlarıyla modern bir site, çağı yakalamak adına yapılan abartı tasarımlar yok. Sade ve rahat bir havası var sitenin, bu İnterbank kurum kimliğine çok uyuyor, bu kimlik renk kullanımı ile çok iyi desteklenmiş. Fotoğraflar çok başarılı seçilmiş. Siteye bir hareket katıyor. Renklerin uyumu beyaz zemin ile birleşince ortaya hoş bir site çıkmış.

İnterbank

Hem renkleriyle hem de tasarımıyla bana Altavista'yı hatırlattı. Bir banka web sayfasına kesinlikle benzemiyor. Bunun yanı sıra kullanılan imajlar ve ikonlar şık denebilir. Hoşgeldiniz başlığı altındaki siyah zeminli dikdörtgen alan beni çok rahatsız etti, içinde sürekli olarak yazı geçiyor. Buna bir anlam veremedim. Niye bu kadar büyük bir alan böylesine harcanmış. İç sayfalarda genel yapı biraz bozulsada kötü değil. Klasikleşen bir yapısı var ama bu yapı ana sayfa ile bağlantı kurulan görsellikle kurtarılıyor. İç sayfalardaki sağ tarafta duran menü sade ve şık tasarlanmış, gözü yormuyor. Değişen fotoğraflar siteye hem bir canlılığı hem de sıkıcı bir hava vermiş.

İş Bankası

Sitenin genel havası giriş sayfasından itibaren çok temiz ve sade olarak yorumlanabilir. Beyaz zemin bir sadelik ve düzen getirmiş siteye, genel itibari ile görsellikten ziyade işlevselliğin ön palanda tutulduğu bir site, ama bu sitenin İş Bankası'na ait olması gerekliliği bir problem yaratıyor, bankanın amblemi ortalarında yok, değil giriş sayfasında, sitenin hiç bir yerinde amblem kullanılmamış, kumbaraların bile üzerine basılan, bir kurumun en temel kimliği olan ambelin, web sayfasına konmaması gerçekten çok ilginç. Sitenin genelinde bir text üstünlüğü var, hemen hemen hiç fotoğraf kullanılmamış, bu da genel olarak bir tekdüzelik ve sıkıcılık getiriyor, her açılan yeni sayfa yeni yazılar ile dolu, dikkat çekicek, ilgi uyandıracak hiçbir şey yok sitede, bu siteyi sadece çok istekli müşteriler ziyaret edebilir, büyük bir çoğunluk ana sayfadan sonra siteyi terk edecektir. İşlevsellik olarak ele alınırsa, yapması gerekeni yapan bunu bazı örneklerde olduğu gibi bir karmaşa sürüklemeyen, beyaz zemini ve mavi yazıları ile öylesine bir site...

Kentbank

Sitenin kurumsal rengi ve beyaz zemin, sade ve başarılı bir görsellikle birleştirilmiş. Tipografik kaygılardan yoksun bir yazı dili var, menünün rengi biraz yorucu ve zor okutturuyor üzerindeki yazıları. İmajlarla zenginleştirilen girişi sayfasının sade ve huzurverici bir yapısı var.

Koçbank

Her anlamda ince eleyip, sık dokularak hazırlanmış bir site olduğu her halden belli, flashlar, çağdaş ve sade tipografik yapı, kurumsal renkler ve kimlik, herşey yerli yerinde bu sitede, kullanılan imajlar gerçekten çok düzeyli ve klas bir hava katmış siteye, bu site için şık, çağdaş ve etkileyici demekten başka bir şey söyleyemiyorum.

Körfezbank

Sitenin giriş sayfasında insan bir süre nefessiz kalıyor çünkü çok boğucu bir yapısı var. Alt taraftaki menü çok itici, farklılık yaratılmak istenirken saçmalanmış gibi geldi bana. Tipografisi sade ama bu siteyi kurtarmıyor. İç sayfalar biraz daha sakin ve anlaşılır daha doğrusu az yorucu denebilir, küçük bir hata yapılış ve giriş sayfasına sadece bankanın logotype'i konulmuş, böyle bir hatayı iç sayfada amblem ve logo birlikte kullanıldığı zaman anlayabiliyoruz yine bunu gördüğümüz zaman anlıyoruz ki, bu zemin rengi aslında Körfezbank'ın kurumsal rengi, bu kadar zorlanmasa ve farklılık yaratmak uğruna saçmalanmasa belki de başarılı bir site olabilirmiş. Verilen emeğe yazık bence.

Osmanlı Bankası

Kurumsal kimliğiyle, tasarım anlayışıyla ve tipografisi ile doğru tasarlanmış ve üretilmiş bir site ile karşılaşıyoruz ana sayfa yüklendiğinde. Amblem ve logotype yerli yerinde sağlam bir görsellikle karşımızda. Butonlar ve zemin uyumlu ve şık bir şekilde tasarlanmış. Karmaşa yok, sakinlik ve dinginlik var sitede, ne isterseniz alabiliyorsunuz, öğrenebiliyorsunuz ve bu sırada sıkılmıyorsunuz, itici bir hiçbir unsur ile karşılaşmıyorsunuz. Oldukça başarılı tebrikler Osmanlı Bankası'na. İç sayfalarda da aynı dil var. Türkçe karakter problemi bu sitede de var ama ilk defa hiç rahatsız etmedi, bu yönüyle eleştirmek istemiyorum bu siteyi.

Pamukbank

Giriş sayfası yüklendiğinde ilk bakışta şirin ve ilgi çekici bir tasarımı var. Ufak tefek aksayan tasarım yanları hariç başarılı bir çalışma izlenimi veriyor. Pamukbank, kurumsal doğru olarak yansıtılmış siteye, tipografi de bu şirin ilgi çekici tasarı anlayışı ile uyumlu bir şekilde düzenlenmiş. Sitenin dezavantajı giriş sayfasının çok bilgi ile yüklü olması, menü biraz küçük kalmış ve okunma güçlüğü var. Aynı dilin iç sayfalarda da devam etmesi problemin devam etmesine neden oluyor. Genel olarak başarılı bir site.

Şekerbank

Kurumsal kimlik, tasarım anlayışı, tipografisi, işlevselliği ve tarzı eleştirmeye layık olmayacak kadar kötü bir site. Ne akla hizmet bu şekilde hazırlanmış, kim hazırlamış anlayamıyorum. Bir site bu kadar mı kötü hazırlanabilir, bazı bankaların web sayfaları gerçekten kötüydü bu ise iğrenç, başka söyleyecek bir şey yok sanırım.

Sümerbank

İmaj bank görüntüleri bildiğim kadarı ile bir çok işi kurtaran bir acil yardım aracıdır, ama bu siteyi malesef kurtaramamış. Zemin rengi çok koyu, üzerinde beyaz menü yazılarından başka bir şey okunmuyor. Sumer taşı zaten başlıbaşına bir kaos, konsept yapacağız derken müşterilerinin gözlerini çıkarmışlar. Amblme okunmuyor bile. İç sayfalarda da bir metin yığılması var köşeye sıkışan imaj bank görüntülerinin elinden gelen hiç bir şey yok. Sumerbank keşke özelleşmeseydi çünkü, Ziraat Bankasının web sayfası gibi bir sayfa bile bu sayfadan çok daha iyi olurdu Sumerbank için.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Dil seçimi sayfasının sadeliği ve şıklığı ana sayfadaki yoğun imajlarla bozulmuş, TEB ile bir bağlantı kuramadığım bir zemin var ve bu zemin rengi çok koyu, sitenin üstü kısmındaki boş alan da olmasa gözü çok yoracağı aşikar. İç sayfalarda tasarım biraz daha rahatlıyor, bu sayfalar sade ve güzel. Tipografi çağdaş olmamakla bebareber doğru bir anlatımı var. Flash uygulamaları biraz fazla abartılmış gibi geldi bana alt taraftaki TEB butonlarını üzerine gelince dönmesi çok klasik bir animasyon anlayışı bence. Ama genel olarak çağdaş bir site denilebilir. Üzerinde emek harcandığı belli, fazla eleştirmek doğru olmaz çünkü benzerleri düşünüldüğünde güzel bir site.

Tekstilbank

Flash uygulamaları günümüz web dizaynlarında artık sıkça gördüğümüz elemanlardan biri, siteye çağdaş bir tarz ve etkileyici bir anlatım getiriyor özellikle bu uygulamalar bu site de olduğu gibi tadında dozunda birkaldığı zaman. Tipografi anlayışı çok sade ve başarılı, kurumsal renkler yerinde kullanılmış, butonları oluşturan ikonlar çok şık ve güzel. S/B fotoğraflar ile desteklenen kurumsal kimlik siteye bir değer katıyor. Menü sadece biraz sıkışık durumda, bunu bir türlü anlamlandıramadım, niye görsel bir hata olmadan siteler tasarlanamıyor bilemiyorum ya da benim tasarım anlayışında bazı eksiklikler ve yanlışlıklar var. Genel olarak etkileyici ve başarılı bir site.

Toprakbank

Rezalet bir giriş sayfası ile karşılıyor bizleri Torakbank, link yazılarının gölgelerinin durumu zaten sitenin kalanı hakkında gerekli bilgiyi veriyor bizlere. Logo çok ufak kalmış bunun aksine amblemden çok büyük, her sayfada zemine amblemi ısrarla koymalarını anlayamadım, yaratılmak istenen kurumsal yapı kesinlikle yaratılamamış olduğunu söyleyebilir. Berbat bir görüntüsü var. Çok itici bir site.

Vakıfbank

Site hakkında söylenebilecek fazla bir şey yok, öncelikle kurumsal kimlik ortalıklarda gözüküyor. Görünen tek şey logotype, ikonlar ve butonlar özensiz hazırlanmış, sitenin genelinde bir iticilik hakim, alt sayfalarda da durum pek farklı değil. Tipografik yaklaşım diye bir şey fazla içerik olabilir ama sunuşu çok kötü. Oldukça başarısız bir site.

Yapı Kredi Bankası

Başarılı bir görsel yapı, flash uygulamaları, sağlam bir tipografi, iyi kurgulanmış bir kurumsal kimlik yapısı sanırım bu site için en başta söylenmesi gerekenler bunlar. İzleyiciyi sıkmayan hatta içine çeken bir yapısı var. Kurumsal Kimlik detayları oldukça yerinde ve başarı ile kullanılmış, logonun kullanımı, kurumsal renk çağdaş bir görsel tasarım ve tipografi dili ile birleştirilmiş, giriş sayfası çok etkili, kullanıcı ile sıcak bir iletişim kuruyor. İç sayfalarda olması gerektiği gibi daha ayrıntılı bilgiler ve yazılar var ama bunlar bile iyi kurgulanmış sitenin görsel yapısına zarar veremiyor. Özenli bir çalışma, tasarımcılarını ve böyle bir siteye olur veren YKB yöneticilerini

tebrik etmek isterim. Benzerlerinden çok farklı yapısıyla çağdaşlığı yakalamış bir site.

Yaşarbank

Bu sitede etkiliyicilikten, çağdaş bir tasarım anlayışından, modern tipografi kavramlarından bahsedemiyoruz ama bunun yanında, doğru bir kurumsal yapıdan, uyumlu renklerden, yoruyucu ve karmaşık olmayan bir anlatım dilinden söz edebiliriz, fazla iddiası olmayan, hizmete yönelik, işini gören ve müşterisine görsel anlamda pek bir şey sunamasa da, onun vaktini boşyere harcatmayan bir site.

Yurtbank

Genel olarak sade tasarımı ve kurumsal yapısı ile hoş bir site izlenimi veriyor izleyicilere. Tipografisi sade ve başarılı, renklerin uyumu güzel, fotoğraflar ile tamamlanan görsel yapı gayet başarılı ve sade, giriş sayfasındaki görsel başarısızlık iç sayfalarda çözülmüş, logo bana biraz büyük kullanılmış gibi geldi ama o kadar da rahatsızlık vermiyor. Genel olarak sade ve anlaşılır bir site, izleyiciyi yormadan işlevini tamamlıyor.

Ziraat Bankası

Kurumsal renkleri olan kırmızı öylesine baskın ki sitede göz direkt olarak logoya takılıyor, bu aslında tasarım anlayışı olarak çok da yanlış bir şey değil ama sayfada bakacak başka bir şey olmadığı için göz orda takılıp kalıyor ve bir müddet sonra da bozuluyor hayliyle. Text linkler içler acısı, banka memurlarından birinin öylesin çektiği bir fotoğraf ile yaratılmaya çalışılan eski banka imajı, bunun haricinde elle tutabilceğimiz pek bir şey yok sitede. Fazla söze gerek yok biz işimizi yaparız anlayışı ile yaklaşılmış belli ama devlet dairelerinin nasıl çalıştığı da malum. Komple yanlış ve kötü bir site. 2000'li yıllarda bir devletin en güçlü ve büyük bankalarından birinin böylesine bir site hazırlatması ya da hazırlaması utanmadan da bunu yayınlaması inanılacak bir şey değil. Tebrikler Ziraat Bankası...

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Zemin rengi ve imajı güzel, insanı rahatsız etmiyor. Güzel bir grafik düzenleme yapılmış. Kurumun amblem ve logosu iyi kullanılmış. Büyüklüğü iyi altında yer alan hareketli imaj dahada dikkat çekmesine sebep oluyor. Alt tarafında kullanılan kayan yazı insanın dikkatin çekiyor ve sitede kalmasını sağlıyor. Buton tasarımı hoş. Çok fazla imaj kullanılmasının yarattığı yavaşlık dışında gayet iyi. Alt sayfalarda ana sayfadaki güzel tasarımı koruyor ediyor. Başarılı bir site.

Akbank

Zemin rengi kesinlikle daha açık ve canlı olmalıydı. Kullanılan renk çok soğuk, bunun yerine en azından beyaz kullanılması çok daha uygun olurdu. amblem büyüklüğü ve uygulaması başarılı. Yanındaki dil seçim butonlarıyla bütünlük sağlamış. Diğer butonlarda -ki çoğu metin olarak geçilmiş- çekici değil. Butonlardaki düzensizlik ve yanlarında kullanılan değişik objeler görselde yarattığı kadar kullanımda da problemler yaratıyor. Ana sayfada kullanılan insan resmi siteyi biraz daha sıcak ve güvenilir kılıyor. Başarılı sayılabilecek bir site. Alt sayfaları incelendiğinde herbiri neredeyse yeni bir ana sayfa kadar zengin. Renk seçimleri başarılı fakat amblem tüm sayfalarda biraz küçük kullanılmış. Butonların ana sayfadaki düzensizliği alt sayfalarda yok. Buton renkleri daha canlı olabilirdi. Site zemin rengi dışında başarılı.

Bank Ekspres

Zemin koyu olmasına rağmen güzel. Amblem büyüklüğü rahatsız etmiyor ve zeminle iyi bir kontrast sağlamış. Ana sayfada kullanılan imajın renkleri çok canlı fakat biraz karışık. Tasarım çok modern, düzen sağlıklı. Butonların kullanımı çok rahat. Az metin kullanımı sadeliği sağlamış. Alt sayfalarda aynı modern tarz devam ediyor. Framelere verilen bordür ve ışık etkileri çok güzel. Renklerdeki uyum ilk sayfadaki sıklığıyla devam ediyor. Kullanılan imajlar çok kaliteli. İmajların etrafındaki kullanılan bordür frame kenarlarındaki bordürle aynı, bu sayfada bütünlük sağlamış. Metin ve resimlerin düzeni güzel, ziyaretçeye rahatsız etmiyor. İnternet üzerinde hizmet vermeyi amaçlamayan güzel bir imaj sitesi.

Bayındırbank

İnternet sayfasından çok bir dergi ilanını anımsatan güzel bir imaj sayfası. Beyaz zemin ve üzerinde kullanılan siyah ve kırmızı çok doğru bir seçim. Butonların yukarıda yan yana dizilmeleri güzel ve kullanımı kolay. Orta alanda başlıkları bold, buton olarak kullanılan haber şeklindeki metinlerin düzeni hoş. Kurumun amblem ve logosunun büyüklüğü güzel. Fakat gözün takip sırasına göre en sonda kullanılması fazla dikkat çekmemesine sebep oluyor. Kullanılan hareketeli görüntü bize bu sayfanın internet sayfası olarak hazırlandığını gösteren tek şey. Çalışmayan alt sayfalardan dolayı yorum yapamıyorum.

Demirbank

Kurumun kendi renklerinin kullanıldığı düzenli bir ana sayfa. Logotype'ın büyüklüğü iyi fakat amblem biraz küçük kullanılmış. Butonların sağda düzenli sıralanması güzel. Kullanılan renkde kolay okunmalarını sağlıyor. Butonların altında kullanılan silik resim rahatsız etmiyor, sayfayı rutinden kurtarıyor. Bankanın sloganı gereğinden büyük kullanılmış fakat sloganda geçen isimden dolayı rahatsız etmiyor. Alt sayfalar ana sayfadaki orta frame'in değişmesinden oluştuğu için tasarımda farklılıklarla karşılaşmıyoruz. Basit fakat güzel bir site. Biraz hareket eksikliği var.

Denizbank

Beyaz güzel bir zemin fakat onun üzerinde yer alan yazılar okunmayacak kadar küçük . Zemin renginin üzerinde küçük olarak kullanılan background imajı anlaşılamayacak kadar silik ancak dikkatle bakıldığında anlaşılabilir. Büyük boş beyaz alanlar rahatsız edecek kadar çok. Kurumun amblem ve logosunun kullanımı hoş fakat biraz küçük. Çok açık renkler ve soluk imajlar tercih edilmiş, bu sayfaya soğuk bir görünüm veriyor. İçeride gördüğüm tek canlı resim security bannerı. Siteye girerken aldığım güvenlikle ilgili uyarılar da kuruma güvenimi arttırıyor. Alt sayfalarda da aynı renkler kullanılmış fakat ana sayfaya göre daha düzenli oldukları söylenebilir. Butonların tek tarafa toplanması iyi olmuş. Alt sayfalarda kurumun amblem ve logosunun olmaması kötü bir özellik.

Dışbank

Çok hoş grafik düzenlemelerin yapıldığı bir ana sayfa kurumun amblemi çok hoş kullanılmış. Mavi ve beyazın-zemin rengi- uyumu çok hoş olmuş.

Sola dizilmiş olan butonların ve taşıyıcısının tasarımı çok güzel. Yuvarlak hatlar kullanılması çok hoş, hareketlilik yaratan optik düzenlemeler kullanılmış. Bankanın amblem ve logotpe'ı biraz küçük kullanılmış fakat birden çok yerde kullanılmaları bu sorunu çözmüş. Alt sayfalar yine orta ana frame üzerinde değiştiği için aynı hoş tasarım bu sayfalarda da karşımızda. Başarılı bir site.

Egebank

Zemin rengi çok canlı güzel olmuş. Dil seçimi için hazırlanan flash intro çok hoş ve dikkat çekici. Renk seçimi çok canlı ve güzel. Ana sayfanın zemin rengiyle intronun zemin rengi arasındaki ton farkı biraz problem yaratıyor. Ana sayfa için güzel bir grafik düzenleme yapılmış. Kullanılan insan görüntüsü sayfayı daha sıcak bir hale getirmiş. Fakat butonların karşılarında kullanılan imajların ne olduğu çok net anlaşılamıyor. Alt sayfalarda da aynı renk zemin uyum sağlıyor. Kurumun amblem ve logotype'ı uygun büyüklükte. Amblemin altındaki gölge güzel görünüyor. Sıkça kullanılan insan resimleri siteyi daha sıcak bir hale getiriyor. Başarılı bir site.

Emlak Bankası

Zemin rengi kurum kimliğine çok aykırı. Yanlış bir seçim olduğu kesin. Çok başarısız bir uygulama. Kullanılan butonların şekli ve birbirlerinden farklılığı karmaşa yaratıyor, uyumsuz. Amblem büyüklüğü iyi fakat gif animation olması hoş değil. Amblem renklerinde orjinaline sadık kalınmamış. Amblemi bütün olarak görmek mümkün değil. Aynı şekilde bankanın isminde sadece yazdığınız satırda görebiliyorsunuz, site içerisinde yer alması çok yanlış. Sitenin tamamlanmadığını düşünerek düzen konusunda eleştiri yapmıyorum. Amblem renklerinde orjinaline sadık kalınmamış. Dil seçimi için ana sayfada iki seçenek sunulmuş. Bulunduğunuz sayfanın zaten Türkçe olduğunu düşünürseniz, gereksiz büyüklükte kullanılan bu butonların rahatsız ettiğini farkediyorsunuz. Çok başarısız bir site. Teknik uygulamada çok başarısız, ziyaretçileri pek çok problem bekliyor. Kullanılan imajların kaliteleri çok düşük, cansız görüntüler siteyi daha soğuk bir hale getirmiş. Alt sayfalarda gereksiz metin fazlalıkları var. Metinler düzenli olarak yerleştirilmemiş. Site alt sayfalarla, ana sayfa arasında bir bütünlük sağlayamamış. Ana sayfada olan butonlardaki karmaşa alt sayfalarda yok. Alt sayfalarda butonlar gayet düzenli ve kullanımı kolay bir şekilde yerleştirilmiş.

Esbank

Güzel tipografik düzenlemeler yapılmış, uygun renkler seçilip kullanılmış başarılı bir site. internet sitesinin adı kurumun adından daha ön plana çıkartılmış, bu yönü hoş değil. Amblem ve logotype daha büyük kullanılabildi. Butonlar sağda yoğunlaşmış. Bu genel alışkanlığın dışında olması sebebiyle kullanımda zorluk yaratıyor. Üst taraftaki mavi bandın görünümü hoş fakat üzerindeki butonlar daha estetik olabilirdi. Hareketli görüntü ve imaj azlığı siteyi soğuk gösteriyor.

Etibank

Çok düzenli hazırlanmış bir site. Ana sayfa yeteri kadar güçlü değil. Metinlerin çokluğu buna sebep oluyor. Kurumun amblem ve logotype'ı biraz küçük kullanılmış. Seçilen renkler güzel. Sol yandaki sütunun zemininde kullanılan silik amblem hoş bir etki yaratıyor. Butonların yerleşimi sağlıklı. Üst tarafta butonlar için kullanılan mavi ve kırmızı şeritler güzel. Butonların daha okunur hale gelmesini sağlamış. Üst sağdaki banner ve içeride kullanılan renkli, birkaç gif animasyon siteye hareket kazandırmış. Metinlerin çokluğu düzenlemede problem yaratmış. Alt sayfalar, ana sayfayla bütünlüğü koruyor. Üst tarafta sabit kalan frame bunu sağlıyor. Başarılı bir site.

Finansbank

Mavi zeminle başlayan dil seçimi sayfası çok rahatsız edici değil, üst taraftaki resim yüklenemediği için yorum yapamıyorum. Ana sayfada devam eden mavi zemin kesinlikle çok hoş, üzerinde kullanılan tüm renlerle uyum içinde. Buton tasarımları çok hoş, düzenleride iyi. Gruplamalarda ve düzende kullanılan farklı renk seçimleri çok iyi. Kurumun logosu gayet dikkat çekici, ambleminde zeminde kullanılması isabetli bir karar akılda kalıcılığını arttırıyor. Profesyonelce hazırlanmış başarılı bir site.

Garanti Bankası

Zemin renk seçimi başarılı. Kurum rengiyle uyumlu bir renk seçilmiş. Renklerden dolayı site biraz monoton. Canlı, dinamik renkler kullanılabildi. Bannerlarda kullanılan canlı renkler ve hareketli görüntüler bu monotonluğu yenmeye yetmiyor. Butonların düzeni hoş fakat çok sıkışık yerleştirildiklerinden gruplanma yok, kullanım zorluğu yaratıyor. Kurum amblemi biraz küçük kullanılmış. Başarılı sayılabilecek fakat monoton bir site.

Halkbank

Zemin rengi iyi fakat geri kaan kısımda kullanılan mavi çok rahatsız edici. Kullanılan imajlar çok gereksiz ve büyük. Butonların ortada alt alta sıralanması kullanımda zorluk çıkartıyor. Butonlar sıkışık ve küçük. Düzeni iyi fakat uygulama kötü. Alt sayfalarda büyük boşluklar ve basit butonlar yer alıyor. Basit ve kötü bir site.

İktisat Bankası

Beyaz background ve amblem başarılı. Butonlar düzenli ve kullanılan imaj çok sıcak, seçimi doğru. Fakat genel yapı bir internet sayfasından çok bir dergi ilanını anımsatıyor. Alt sayfalarda karşımıza yine uzun metinler çıkıyor fakat metin rengi backgroundla çok uyumlu. Site internet üzerinde hizmet vermek için değil kurumu tanıtmak için hazırlandığını düşündürüyor ve bu şekilde bakıldığında başarılı bir site. Seçilen renkler ve düzen kesinlikle ziyaretçiyi rahatsız etmiyor. Genel olarak kurumun kendi renkleri kullanılmış bu sitede bütünlük sağlıyor. Fakat ana sayfada ve alt sayfalarda kullanılan amblemlerin renkleri ton farklılıkları gösteriyor, küçük ama önemli bir ayrıntı.

İnterbank

Çok modern bir görüntüyle başlıyor site. İmajdan çok hizmet düşünüldüğü belli. Biraz fazla karmaşık görünsede site kesinlikle ziyaretçileri kendine bağlayacak şekilde hazırlanmış. Hareketli görüntüler siteye dinamizm bu görüntülerde insan kullanılması sıcaklık yaratmış. Seçilen renkler çok iyi genel dinamizme ve kurum kimliğine uygun. Kurumunu logosu bu renkler arasında biraz kaybolsada, rahatsız etmeyecek kadar büyük. İkonlar dikkat çekici ve renkli. Butonların düzenlenmesi güzel. Yukarıda yer alan ana butonlar biraz küçük kullanılmış. Alt sayfalarda da aynı düzen korunmuş. Başarılı bir site.

İş Bankası

Logotype büyüklüğü ve rengi uygun. Zemin renginin beyaz seçilmeside iyi bir etki yapmış. Sayfanın iki yanında kullanılan biraz koyu dikey iki sütun, metin halinde kullanılmış iconsuz butonların ayrılmasına ve gruplanmasına yardımcı olmuş. Ortada oluşan alanın haber ve faydalı linkler için kullanımı da başarılı. Düzen konusunda başarılı fakat yeteri kadar dinamik bir site olduğunu söylemek mümkün değil. Renklerin cansızlığı ve çok az gör-

sel malzeme kullanımı siteyi cazibesiz ve kullanıcıyı isteksiz bir hale getiriyor. Kurumun genel imajı düşünülürken, site kurum tam olarak karşılıyor. İnternet üzerinde hizmet vermeyi amaçlayan bir site olduğu düşünülürse, sitenin daha fazla hareket istediği kesin. Düzen konusunda ana sayfada gereksiz boşluklar - beyaz alanlar- var. Alt sayfalar için hiç çaba harcanmadığı kesin. Karşınıza çıkan düz metinler eğer konuya ilginiz varsa dikkatinizi çekecek türden. Sanırım bu yüzden hiçbir grafik düşünlemeye alt sayfalarda ihtiyaç duyulmamış. Alt sayfalar çok başarısız.

Kentbank

Amblem rengi zemin rengiyle uyumlu. Kullanılan amblemin imaj kalitesi çok kötü. Dil seçimi sayfasında kullanılan bina resmi çok gereksiz ve soğuk. Ana sayfaya geçerken kullandığımız browserla ilgili uyarı alıyoruz. Sitenin bu yüzden belirli bir kullanıcı kitlesine ulaştığı kesin. Ana sayfa üç frame-den oluşmuş fakat üst frame tam olarak görünmüyor, bir uygulama sorunu. Sol yana sıralana butonlar düzenli fakat iyi bir uygulama değil. Buton isimleri, yeşilden beyaza eriyen bir degrede üzerine beyaz renkte yazılmış. Buton isimlerinin okunmasında güçlük yaratıyor. Renk seçimi çok cansız. Sağ ana frame düzensiz bir şekilde hazırlanmış. Kullanılan imajların kaliteleri düşük ve özen gösterilmeden seçilmiş. Alt sayfalarda da ana sayfadaki özensizlik devam ediyor.

Koçbank

Çok başarılı bir site.İnternetin sağladığı avantajları tam olarak anlamış, etkileşimi en iyi şekilde kullanan bir site. Kullanılan renkler çok hoş. Sürekli hareket halindeki bir kaç tane animasyon siteye daimi olarak hareket veriyor. Menu için çok özen gösterilmiş güzel dairesel bir tasarımı var etrafına yerleştirilmiş olan butonların kullanımı kolay, butonların üzerine geldiğinizde hareket eden orta kısımdaki animasyonlar çok etkileyici. Çok güzel.

Körfezbank

Koyu, bordo güzel bir background. Bronz rengi metalik tasarlanmış butonlar bu backgroundun üzerine çok güzel olmuş. Bankanın ismi biraz sönük kalsada güzel bir ana sayfa. Butonlar iyi düzenlenmiş erişimi kolay. Sayfanın altında yer alan "hoşgeldiniz..." yazısı okunmuyor, yanlış renk seçilmiş. Alt sayfalarda ana sayfaya yeteri kadar bütünlük sağlanamamış. Ana sayfa kadar düzenli olmayan alt sayfaları var. Bunun sebebi çok farklı renkler

kullanılması. Butonların yeri değiştirilip sola alt alta sıralanmış hoş fakat bütünlüğü bozucu bir etkisi var. Üst bantta kullanılan imaj çok gereksiz ve soğuk. Pek başarılı bir site olduğu söylenemez.

Osmanlı Bankası

Zemin rengi hoş rahatsız etmeyen soft bir renk seçilmiş. Zeminde kullanılan ağaç esprisi hoş, fakat üzerinde yer alan yaprak şeklindeki butonların uygulaması başarılı değil. Çok serbest yerleştirilmiş olduğundan butonlara erişimde zorluk yaşıyor. Genel olarak bir karmaşa var. Değişik bannerlar düzensizliğe sebep oluyor. Kurumun amblem ve logotype'ı da bu karmaşa içinde biraz kayboluyor. İnternet üzerinde hizmet vermek için hazırlanmış olan alt sayfayı incelediğimizde ana sayfadaki kaostan kurtuluyoruz. Ana sayfaya göre biraz daha açık olan zemin rengi çok daha iyi duruyor. Üst taraftaki amblem ve logonun yer aldığı bant çok doğru kullanılmış. Amblem ve logoyu ayırarak belirginleştiriyor. Sol taraftaki butonlar güzel düzenlenmiş. Metin şeklinde kullanılan butonlar küçük olduğundan görünmüyorlar. Kullanılan imaj sayfayı biraz canlandırırsa da genel olarak hareketsiz ve soğuk.

Pamukbank

Siyah, kırmızı ve beyazın uyum çok başarılı bir şekilde kullanılmış. Kurumun logotype ve amblemi yine çok dengeli. Büyüklüğü ve rengi çok güzel. Düzen çok iyi, sol tarafta kullanılan butonlar gri bir sütun üzerinde beyaz yazı olması sebebiyle biraz zayıf kalmış. Bazı yazı ve ikonların altında kullanılan gölgeler başarılı, hoş bir derinlik etkisi veriyor. Kırmızının yoğunluğu ve bannerlardaki hareketlilik siteyi daha çekici bir hale getiriyor. Kullanılan iconlar başarılı, kullanıldıkları yerleri tam olarak karşılıyorlar. Üst ve soldaki framler sabit bu da ana sayfa ve alt sayfalar arasında bütünlük sağlıyor. Alt sayfalar yine üç rengin ağırlığında genel bütünlüğü ve dinamizmi koruyor. Kullanılan imaj ve iconlar burda da çok başarılı. Çok başarılı bir site.

Şekerbank

Çok başarısız. Renk seçimi konusunda birinin düşündüğünü bile söylemek zor. Profesyonellikten uzak, hiçbir estetik yönü olmayan. Uygulamasının dahi düzgün yapılmadığı. Basit bile sayılamayacak bir site.

Sümerbank

Çok başarısız bir background imaj seçimi. Rengi çok koyu ve gereksiz. Güzel bir tasarım fakat ortada kullanılan sümer anıtı resmi çok zorlama, kesinlikle olmamalıydı. Kurumun amblemi background renginden dolayı kaybolmuş oysaki büyüklüğü gayet iyi. Butonlar güzel yerleştirilmiş solda olması çok kullanışlı. Alt sayfalarda sadece sol da butonların altında devam eden background imajı yanındaki beyazla kontrast sağlamış. Amblem ve logotype büyüklükleri açısından düzgün kullanılmış. Metnin azlığı rahatsız edici bir boşluk yaratıyor.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Çok hoş bir dil seçimi sayfasıyla başlıyor. Büyük de olsa amblem ve logotype kullanımı insanı rahatsız etmiyor. Ana sayfada amblem daha küçük fakat beyaz zeminle sağladığı kontrast nedeniyle ön planda güzel görünüyor. Butonlar flash animationla geliyor, yapılan animasyon hoş. Orta kısımda gereksiz bir boşluk var ve zemin biraz karışık. Butonların düzeni iyi yapılmış. Alt sayfalar da aynı kaliteyi koruyor. Üst tarafta sabit kalan frame ve değişen alt kısım gayet uyumlu ve şık. Alt kısımda kullanılan silik background resmi güzel. Metinler sola bloklu ve güzel düzenlenmiş. Ana sayfa dışında hareketli görüntü kullanılmaması sitenin dinamizmini düşürüyor. Fazla imaj kullanılmamasıda iyi değil. Renk seçimi gayet iyi. Başarılı bir site.

Tekstilbank

Güzel bir flash animasyonla başlıyor site. Fakat animasyonun devam edip etmediğin anlamanız çok güç. Şansınız varsa bekleyip devamını izleyebilirsiniz. Yüklemenin devam ettiğine dair bir ibareyle karşılaşmıyorsunuz. İlk sayfanın sadece bu flash animationla kurtarılmaya çalışılması yanlış. Bir karşılama sayfası olduğu düşünülürse gayet soğuk. Amblem gereğinden fazla büyük ve zemindeki imajla karışıyor. Butonlarla kıyaslandığında çok ön planda. Butonların isimlerini okumakta güçlük çekiyorsunuz. Alt sayfalarda insan resmi kullanılması hoş. Metinler güzel düzenlenmiş. Başarılı sayılabilecek bir site.

Toprakbank

Başarısız bir zemin rengi ile başlıyor site. Kurulumun amblem ve logotype'ı çok küçük kullanılmış fakat ana menünün butonları zeminde büyük bir amblem üzerinde yer aldığı için bu sorun gideriliyor. Üst taraftaki amblem

dahil, imajlar browser'ın çerçevesine çok yakın kullanılmış. Bütün butonlar çok küçük, anlaşılması zor bir hale gelmiş. Butonların yerleştirilmesi başarılı. Genel olarak renk seçimi kötü, canlı olmayan renkler kullanıldığından site çok soğuk bir görünüm almış. Sitede hareketli yada etkileşimli birşeyle karşılaşmak mümkün değil. Alt sayfalar neredeyse ana sayfadan bağımsız yeni bir siteye bağlanıyormuşsunuz gibi hissettiriyor. Ana sayfadan daha başarılı olduğu söylenebilir. Renk seçimi daha iyi. Hatalı ışık gölge oyunları rahatsız ediyor.

Vakıfbank

Amblem küçük fakat kurum ismi ana sayfa içerisinde birkaç yerde kullanıldığı için ön planda. Bu durum biraz karışık bir görüntü sergiliyor. Zemin rengi güzel fakat genel olarak tüm metinler ve resimler çok serbest yerleştirilmişler. Bunları toparlayacak alanlar, çizgiler ya da gridlere ihtiyaç duyuluyor. Butonlarda kullanılan fontlarda yapılan yazı sıkıştırmaları çok rahatsız edici. Kimi yerde kullanılan gölge ve kabartmalar belli bir düzende olmadığından rahatsız edici. Hiçbir canlılık içermeyen düzensiz ve başarısız bir site.

Yapı Kredi Bankası

Zemin rengi çok koyu. Sitenin ana sayfasında kullanılan flash animation dikkat çekici fakat başarısız. Flash animationların Türkiye'deki yaygınlığı da düşünülürse ana sayfanın menüsünün flashla hazırlanması hatalı bir seçim. Fontlarda ve resimlerdeki gereksiz geometrik bozulmalar rahatsız edici. Renklerle ilgili hiçbir kaygı duyulmadığı kesin. Renk seçimi çok yanlış yapılmış. Amblem genel yapıya bakıldığında çok arka planda kalıyor fakat background rengiyle iyi bir kontrast sağlıyor. Kullanılan hızlı arama -ki terim yanlış kullanılmış "hızlı erişim" olmalıydı- insert menüsü yerinde bir karar. Çok düzensiz hatta rüküş denebilecek bir ana sayfa. Alt sayfalar ana sayfaya oranla çok daha başarılı. Fakat alt sayfalarda da bankanın ismine rastlamak mümkün değil sadece amblem kullanılmış. Alt sayfalarda kullanılan üst taraftaki lacivert bant beyaz zemin rengiyle çok uyumlu olmuş. Butonların altında kullanılan bantlardaki erime geçişler ve ışık gölge etkileri ayrıca bannerlardaki dinamizm siteye hareket getirmiş. Ana sayfası dışında başarılı bir site.

Yaşarbank

Kurumun kendi renklerinin ağırlıkta olduğu hoş bir ana sayfa. Sola toplanan butonlar ve altlarında kullanılan zemin alıştığımız türden. Kolay kullanımı sağlıyor. Butonların altında kullanılan zeminin çizgili olması butonlarında beyaz olması, buton isminin okunmasını zorlaştırıyor. Yine butonlarda kullanılan condensed yazılar karışıklık yaratıyor. Butonların bu durumuna rağmen üst kısımda kullanılan kurumun amblem, logo ve sloganını taşıyan sarı bant sayfayı rahatlatıyor. Kurumun amblem ve logosu uygun büyüklük ve renkde. Orta kısımdaki metinler biraz küçük, okunması güç. Yine bu alandaki imajlarda duoton yerine renkli kullanılmalıydı. Bu şekilde kullanımından kaynaklanan bir soğukluk var. Alt sayfalarda sadece orta kısmın değişmesi tasarımın bütünlüğünü koruyor. Fakat aynı sıkışık karakterler burada da devam ediyor.

Yurtbank

Beyaz kullanılan zemin güzel, üzerinde kullanılan metinleri gösteriyor. Kurumun amblem ve logosu gereğinden büyük kullanılmış. Basit görünümlü bir ana sayfa. Ortada kullanılan gif animasyon gereksiz büyük. Alt sayfaların düzeni daha güzel. Sola toplanan butonlar düzenli görünüyor ve erişimi kolay. Butonların altında kullanılan mavi sütun ana alandan ayrılmasını sağlayıp, düzenlemiş. Butonların dışında kalan alanda yine düzensizlik var. Amblem iç sayfalarda da gereğinden büyük. Kullanılan bir kaç hareketli görüntü düzensizliklerinden dolayı siteye hareket değil daha fazla karışıklık getirmiş.

Ziraat Bankası

Çok büyük bir amblem ve logotype kullanılmış. Zeminin beyaz bırakılması iyi fakat soldan beyaza eriyen bir mavilik kullanılmış, bu çok gereksiz. Sitede yaratılan simetriyi bozuyor. Düzensiz hazırlanmış text şeklindeki linkler kullanımı zorlamıyor fakat hiçbir cazibeye sahip değil. Siteyle uzun zamandır ilgilenilmediğini ve yenilenmediğini gösteren "75. yıl" banneri insanı rahatsız edecek büyüklükte hala yer alıyor. Estetiği önemsemeyen basit bir site.

(Grafik Tasarımcı)

Abank

Çok çağdaş bir site. Soft renkler kullanılmış fakat kurumsal renkler site genelinde kullanılmamış. Alt başlıklarda amblemin birkaç yerde birden karşımıza çıkması rahatsız edici.

Akbank

Site genelinde amblem kullanımı başarılı. İnsan nerede olduğunu unutmuyor. Kullanılan insan fotoğrafları da siteye gerçekçi bir hava katmış. Fakat butonların tasarımı çok kötü. Ayrıca kullanılan tipografinin fazla olmasından dolayı karmaşık görünen bir site.

Bank Ekspres

Logotype'ın site tasarımında işlevsel bir eleman olarak kullanılması iyi olmuş. Gerçek banka ortamından görüntülerin site içinde kullanılması kurumsal kimlik aktarımı açısından ve müşterileri sanal ortamda daha gerçekçi hissetmelerini sağlaması açısından iyi olmuş.

Bayındırbank

Görsel olarak başarılı çünkü genel konsepti bir animasyonla insanlara aktarıyorlar. Fakat sitenin içinde geniş hizmet seçenekleri olmaması bankayı hiç tanımayanlar için negatif bir olgu. İmaja olumsuz etki...

Demirbank

Başarısız. Gerçek imajıyla ilgisi yok. Site tasarımlarındaki amatörlik ciddiyetsiz ve sanal bir ortam oluşturmuş. Fakat bunun aksine Demirbank Bireysel oldukça başarılı. Geleneksel medyada yansıttığı kimliğini web sitesine taşıyabilmiş.

Denizbank

Sade bir site. Ferah bir görünümü var fakat beyaz alanlar daha dengeli kullanılabilirdi. Bu haliyle sadelikten içi boşmuş gibi bir izlenim bırakıyor.

Dışbank

Logonun zeminde kullanımı siteye bağlanrı bağlanmaz dikkati çekiyor. Genel anlamda çağdaş bir görüntüsü var. Tipografik anlayış ve grafik dil başarılı.

Egebank

Medya ve şubelerde yarattığı görsel imajı elektronik ortama en iyi taşımış bankalardan birisi. Kurum rengi olan turuncu rengin sitenin geneline hakim olması bankanın kurumsallığını yansıtmaya açısından oldukça başarılı.

Emlak Bankası

Kurumsal kimlik elektronik ortama taşınmamış. Site tasarımındaki amatör-lük para gibi ciddi bir konuda kullanıcıya güven vermeyecek kadar kötü. Si-tenin profesyonel bir banka imajından çok çocuklara yönelik bir havası var.

Esbank

Kurum rengi beyaz zeminle uyumlu. Sade bir tasarımı var. Tipografik yak-laşım kimi yerde çağdaş, kimi yerde klasik... Logo küçük kalmış. Kurumsal kimliğini sitesine de taşıyabilmiş.

Etibank

Devlet bankaları içinde web sitesi en başarılı olan banka. Kurumsal renk-lerin site genelinde dağılımı başarılı. Amblemın gif animasyonlarla hare-ketlendirilmesi görsel olarak iyi bir etki sağlamış.

Finansbank

Kurum renginin sitenin genelinde kullanımı güzel ama boğucu. Alt menü-lere geçişler başarılı. Amblemın parçalı kullanım şekli de hem kullanıcıya nerde olduğunu hatırlatıyor hem de amblemın sürekli kullanımını sıkıcı bir halden çıkarıyor. Bankadan görüntülerin kullanılması gerçekçi bir ortamın sağlanması açısından başarılı.

Garanti Bankası

Yeşilin kurumu çağrıştırmaya hoş. Görsel hiyerarşi yön bulmada kolaylık sağlıyor. Evinde hissetme imajı başarılı. Ana sayfada herşey yolunda fakat alt başlıklarda başka bir siteye bağlanmış izlenimi veriyor. Müşteri görüş-lerine değer veren bir havası var.

Halkbank

Başlıklar arasında, görsel olarak bir hiyerarşi yok. 75. yıl çoktan geçti. Gün-cellenmesi ile ilgili bir veri yok. Halk bankası logosunun her sayfada olma-sı iyi. Genel konseptiyle ilgisi olmayan bir site.

İktisat Bankası

Bankacılığın kurumsal ciddiyeti ve kendi kurumsal kimliğinin sanal ortama aktarılması açısından başarılı. Banka ortamından insan görüntülerinin kullanılması ve beyaz zemin üzerine kullanılan kırmızı sıcak bir hava yaratmış. Ayrıca kullanılan flash uygulamalar da başarılı.

Interbank

Kullanıcıyı yönlendiren kullanımı kolay bir site. Kurumsal renkler, ikonlar ve butonlar genel anlamda sıcak bir hava yaratılmış. Fakat bir banka sitesinden çok sitenin genelinde arama motoru havası var.

İş Bankası

Kurumsal yapı iyi aktarılmış. İş Bankasının karmaşık ve işleri zorlaştıran yapısı elektronik ortama da aktarılmış. Kullanıcıyı irrite eden ve aradığını bulamamasını sağlayan yapı çok başarılı.

Kentbank

Amatör bir tasarım. Kentbank'ı tanımayan kullanıcılara kurumsal kimliği hakkında fikir vermiyor. Yeşil rengin kullanımı kendi rengi olsa da rahatsız edici. Ayrıca kullanılan bina fotoğrafı da sıcak bir hava yaratmaktan çok uzak.

Koçbank

Flash uygulamalarla ve çağdaş tipografik diliyle başarılı bir site. Kurumsal renklerin kullanımı başarılı. Ayrıca her alt başlık için kullanılan insan fotoğrafları da genel imajıyla uyum sağlaması açısından oldukça başarılı. Medyada yansıttığı imajıyla çelişmeyen bir banka sitesi.

Körfezbank

Bordonun yoğun kullanımı çok boğucu ve rahatsız edici. Bankanın eski bir havası var. Büyük ve eski bir banka havası oluşturulmaya çalışılırken yarı yolda kalmış bir görsel tasarım.

Osmanlı Bankası

Köklü bir banka olan Osmanlı Bankası kullandığı görselle hem bunu çağrıştırırken hem de kullanılan renklerle sıcak bir hava yaratılmaya çalışılmış. Sade ve anlaşılır bir tarzı var.

Pamukbank

Başarılı bir site. Genel imajıyla ve medyadaki görüntüsüyle uyumlu hazırlanmış bir site. Genç banka izlenimini sitenin genelinden alabiliyorsunuz.

Şekerbank

Kullanılan renkler her ne kadar bankanın şubelerinde kullandığı renkler de olsa sitenin genelinde bir arada kullanımları son derece itici. Butonların tasarımı ve genel karmaşa site içinde dolaşımı engelliyor.

Sümerbank

Fonda kullanılan boğucu renk bankanın logosunu başarılı bir şekilde görünmez hale getirmiş. Ana sayfada altta kullanılan linkler de dikkatli bakıldığında görülebilir. Genel anlamda oldukça başarısız bir site.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Flash uygulama siteye çağdaş bir hava kazandırmış. Tipografik dili sade ve başarılı. Zemindeki görselin biraz koyu renkli olması tasarımı bir yorsa da genel anlamda oldukça başarılı bir site.

Tekstilbank

Giriş sayfasındaki flash uygulamasıyla dikkat çekiyor. Diğer sayfalardaki görsel dil, kullanılan hayatın içinden insan fotoğrafları oldukça başarılı. Fotoğraflar siyah beyaz olsalar da sitenin sıcak bir havası var.

Toprakbank

Kurumsal rengin kullanımı başarısız. Amblem gereğinden fazla büyük kullanılmış. Amblem çıkışlı butonların çok tekrarı da gözü rahatsız ediyor.

Vakıfbank

Devlet bankası olduğu web site tasarımından da anlaşılıyor. Okunacak çok metin var. Zaman kaybedecek çok alan var fakat iş görecektir bölümlere ulaşmak çok zor.

Yapı Kredi Bankası

Çok başarılı. Kullanıcıya aktardığı görsel ciddiyet güven veriyor. İçerik ve verdiği hizmetin genişliği, fakat bu genişliğin hiyerarşi sayesinde yalınlaşması kullanıcıyı sitede tutmaya ve memnun ayrılmasına yetiyor.

Yaşarbank

Kurumsal renkler güzel kullanılmış. Menü'nün zemini genel anlamda koyu kalmış. Kullanılan görüntüler net değil ve tek renk kullanılmış. Bu da sıcak bir ortam yaratmaktan uzak. Logonun bir bant sistemi içinde aynı yerde kullanılması bir bütünlük sağlamış.

Yurtbank

Giriş sayfası oldukça başarısız. Kurumsal renkleri kullanması açısından başarılı sayılabilir. Fakat genel anlamda çok fazla boş alan olması gözü rahatsız ediyor.

Ziraat Bankası

Tipik bir devlet bankası sayfası. Güncellenmediği her halinden belli. Ziraat'ın kırmızısının her yerde yoğun bir şekilde karşımıza çıkması da çok rahatsız edici. Ortaokul ders kitabı havası taşıyan bir site.

(İnternet Kullanıcısı)

ABank

Giriş sayfası çok ilginç, ama bu ilginçlik iç sayfalarda devam etmiyor. Hatta insan bu sayfalardaki bilgileri nerden bulabileceğini arıyor. Bu sitenin Amerikan vari bir havası var. Gerçekten alternatif gibi görünüyor. Akışkan ya da suyu hatırlatan renkleri iç ferahlatıcı, sakın ve huzurlu. Sevdim.

Akbank

Bu site mecburen yapılmış gibi. "Biz bir aile bankasıyız" der gibi. Öylesine yerleştirilmiş diktörtgenlerde çeşitli renklerde. Sıkıştırılmış yazılar ilk etapta sıkıcı ve zevksiz. Fazlaca karışık bir site burası.

Bank Ekspres

Göz alıcı teknolojik bir açılışı var. İleri teknoloji ile yaratıcı bir kadro ile çalışacakmışız gibi bir izlenim vermekte. Bank Ekspres'in başka bölümlerine girildiğinde sol yan ve üst tarafta lacivert bantlar vardı. Sanırım bu bölüm sabit, bilgiler bu bölüde yer alıyor. Sayfanın orasına burasına anlamsızca yerleştirilmiş metal efektlerinin pek hoşuma gitmediğini söylemeliyim. Pratik bir site değil.

Bayındırbank

Ana sayfada sağda beliren imajın enteresanlığıyla, izleyici ilk bakışta siteye ısınıyor. Sağ tarafta yoğun bir yazı kümesi var, bu karmaşaya yol açıyor. Hareketsiz bir site olduğundan sıkıcı olmaya fazlaca yatkın. İlginç olan tek şey, sabit duran o imaj. Bu sitede gezinmek eğlenceli değil.

Demirbank

Buraya girer girmez fazlaca yazı ile karşılaşılıyor. Daha az yazıyı tercih ederdim. İlk sayfada ölgün olan renklerin ilerledikçe canlanması iyi. Fazla bir bağlayıcılığı yok bu sitenin. İnsan heran sıkılmaya başlayabilir. İç sayfalarda ki order line bölümündeki ses efekti ilgi çekici.

Denizbank

Denizi çağrıştıran fotoğraflarla beslenmeye çalışılmış bu site, renk bakımından zayıf gözüktü. Belki çok daha aktif maviler ve sıcak renklerle neşelenebilirdi. Sade ve rahatlatıcı bir havası olmasına rağmen, küçük ikon-

ları ile ve fazlaca boş görünen giriş sayfası ile sanki "Fazla bir şey bekleme" der gibi. İç sayfalarda ki yoğun yazı ile karşılaştığında ise insan neye uğradığını şaşırıyor, işte bu çok kafa karıştırıcı. Fazla sıkıcı olmasa da eğlenceli olduğu söylenemez.

Dışbank

Çok büyük, gereksizce büyük amblemler silsilesi var. Blok blok parçalanmış bir sayfa. Renkler fazlaca bezgin. Yazılar çok büyük. Yorucu ve sıkıcı. Açılış sayfası en iyi sayfa ama o da fazla etkileyici değil. Hareketsiz ve neşesiz. Çekici bir site olmadığını düşünüyorum.

Egebank

Renkleri de, sayfa düzeni de iyi. Bu siteyi sevdim. Sayfada fotoğraf kullanılması çok hoş. Bu sitede de mutlaka hatalar vardır ama insan bu kadar canlı ve neşeli renkler, ilginç fotoğraflar görünce gerçekten hata arıyamıyor. Burayı gezerken zevk aldım diyebilir. Ayrıca özel dönüş noktalarının olması büyük kolaylık.

Emlak Bankası

"Bir bankadan fazlası" sözü gerçekleşebilir gibi görünüyor. Emlak Bank logosunun diğer ikonlardan daha önce belirmesinin daha etkili olacağını düşünüyorum. Açılış sayfası çok büyük olmasına rağmen ikonları görmekte zorlanıyorum. Linklerde giriş sayfasında ki yukarıdan aşağıya hareket gösteren Emlak Bank logosu birden kendi etrafında dönmeye başlıyor. Etrafında kalın, lacivert ve karanlık bir bant var. Sanırım bankanın bir önceki şirin, sıcak ve sevimli girişinden sonra esrarengiz bir havaya bürünmesini sağlamaya çalışılmış. Bence oldukça kopuk ve alttaki kırmızı bantta daha aktif bir algılama sağlıyor. Böyel olmasına rağmen diğer ikonlar koca sayfanın sağ tarafına sıkıştırılmış. Sayfanın alt tarafındaki konut bilgilerinin tablosundaki yeşilin amacını da bilemiyorum ama bu rengi başka bir yerde görmek mümkün olmadı. "Fiyatlarımı öğrenmek için lütfen sayfanın altına bakınız" yazan kırmızı bantın sol taraftaki kırmızı ile uyumlu olmasını tercih ederdim doğrusu.

Esbank

Açılış sayfası canlı ve temiz renkleri ile ilk bakışta hoşla gidiyor. Sayfanın sol tarafındaki fotoğraf ile birlikte düzenlenen yazı bloğu da çok hoş görünü-

yor. Sonraki sayfalarda en solda oluşan açık mavi bantlarınüstündeki fazladan renkler (mor, gri, turkuz gibi) sayfaya canlılık vermek amacıyla kullanılmışsa da bence rüküşleşmeye yol açmış. Burada daha farklı renkler kullanılabilirdi. Üstelik sol bant fazlaca sıkıştırmış. Yeterli hizmeti veren zevkli bir site. Sol bölümün birden bire kesilmesi haricinde tabi.

Etibank

Açılır açılmaz yazı ile dolu, fazlaca aktif görünen bir sayfa. Pek keyifsiz. Renklerin softluğu sayfanın çekiciliğini azaltmış. Hoş gerçi pek çekici bir sayfa değil zaten. İlerledikçe ekranda başka pencerelerin açılması da saçma.

Finansbank

Çok fazla geometri kullanıldığından sayfa izleyiciye hükmeder gibi. Sitenin kendi içinde birlikteliği yok. Renk kullanımı başarılı sayılabilir. Girişteki büyük sayfanın sol alt kısmının boş bırakılmasını anlamlandıramadım. Ayrıca, baştaki büyük mavi leke diğer sayfalarda nereye gitti?

Garanti Bankası

Bu bankanın açılış sayfasını iyi buldum. Yalnızca bu kadar çok yazıyı ifade edebilecek simgeler bulunabilirdi diye düşünüyorum. Alt linklerde gerekli olmadığını düşündüğüm bir sürü bilgi yine gayet soğuk ve hükmeder bir tavırla gözünüzün önüne serilmiş. Linklerde sağ tarafta sayfayı neşelendiren ikonlar belirdi. Farklılık bu sayfayı gerçekten şenlendirdi. Bazı linklerde sayfanın belirli bir formu olması bu çerçevenin içinde diğer bilgilere ulaşma durumu yorucu bir site olmamasını sağlamışsa da; fazlaca ciddi ve sıkıcı bulduğumu itiraf etmeliyim.

Halkbank

Kaplanı ile kükreyerek karşılayan rüküş bir açılış. İnsan bu sitede dolaşmak istemiyor. Sıkıcı ve çağdışı. Bence yeniden ele almalılar.

İktisat Bankası

Fazla beklemeden İktisat Bankası'ndan sıcak bir karşılama. Site haritasına tıkladığımızda neyin nerede olduğunu gösteren, kolayca ulaşılabilmeyi sağlayan bilgilere ulaşıyorsunuz. Akpak, sakın ve gururlu bir site burası. Fazla renk kullanılmamasının özel bir amacı olmalı. Linklerde sayfalar

renkleniyor. Bireysel bankacılık hizmetleri gibi bilgilere ulaşmak istediğinizde profesyonel ve şık sayfalara ulaşıyor. Keyifli.

Interbank

Renk seçiminde bu kadar acı tonları ile birleşince sarı ve mavi, bir bankadan daha çok bir seyahat acentası sitesi gibi olmuş. İkonların aralıkları ve büyüklükleri itibari ile sayfanın bir bölümü anlamsızca harcanmış ama genel olarak iyi denebilecek bir site.

İş Bankası

Sağ ve sola çekilmiş bantlar, gözü orta bölgeye itiyor. Burada da insan doğal olarak daha aktif bir görüntü beklerken, üstelik güncel bilgilerin bulunduğu bu bölümde bezgin bir görüntü ile karşılaşılıyor. Yukarıda Türkiye İş Bankası yazmasa herhangi bir sayfa gibi gözükecek. Tarafsız ve saygın bir ifade veren bu banka sitesi tam bir ciddi devlet kuruluşu gibi görünüyor.

Kentbank

Açılış sayfasında dilinizi seçmek zorundasınız. Çok enternasyonal bir banka. Yeterli hızı ile hemen diğer sayfalara da ulaşabiliyorsunuz. Giriş sayfası renkli, aktif ve oldukça çekici. Sol taraf benzerleri gibi sabit, üst taraftaki Kentbank logosunu fazlaca kapatmış. Bu eksi bir puan. Sağdaki büyük alanda zemine gömülü harfler ve motifleşme, bembeyaz olan bu sayfaya az da olsa hareket ve ruh kazandırmış. Site haritasında bütün sayfaları görebilmek, kolaylık sağlıyor. Girilen diğer sayfalarda renk kullanılmadığından sıkıcı oluyor.

Koçbank

Açılıştaki daire bölümü biraz daha ortaya alsalardı keşke. Sol tarafta hareket var. Sağ tarafta ise hiç hayat yok. İnsanı sol tarafa bakmaya yöneltiyor. Hatta göz burada bayağı yoruluyor. Bu hareket bütün ekrana yayılsaydı daha iyi olurdu. Renk seçiminde daha canlı renklerin seçilmesi iyi olurdu. Hareketin olduğu bu sayfa, bu pasif renkler ile aşağıya çekilmiş. İlerledikçe renkli kısımlarla karşılaşılıyor, işte burada sağ tarafta bir hareket var. Dairede teknik bazı hatalar var. Eğer diğer linklere tıklarsan aniden bir kalabalıklık beliriyor.

Körfezbank

Büyük işler peşinde! Çok elit, saygın bir havası var. Düzenli ve gururlu görünüyor. Sadece sol taraftaki gri bölüm belki rengi değişik olsaydı herşey tamam olabilirdi. Alttaki yeşil-mavi zemine daha uyumlu bir renk seçilebilirdi. Bu site daha hareketli olmalıydı.

Osmanlı Bankası

Aile sıcaklığını vermeye kalkışırken, insan kendini daha farklı ilişki içersinde buluyor. Samimi bir hava yaratma çabası bazılarında güvensizlik hissi yaratabilir. Renkler oldukça iyi olmasına rağmen özellikle ilk sayfada fazlaca dağıtılmasından dolayı birliktelik hissi yaratılamamış.

Pamukbank

Akpak sayfalardan biri. Pamuk gibi bir beyazın üstüne yoğun kırmızı yerleştirilmiş. Bu kırmızı daha koyu bir kırmızı olsaydı daha çekici olabilirdi diye düşünüyorum. Bu sayfa biraz karışık, aşağıya doğru büyüyor ama yan taraflardaki gri boşluklar neden var acaba? Bence alan iyi kullanılamamış, ekranın bu denli zorlanmasına gerek olmadığını düşünüyorum.

Şekerbank

Renkler hoşuma gitmedi. Mor, yeşil ve şeker pembesinin birlikte kullanımı, son derece itici. Fazlaca büyük anlamsızca kocaman yazıların yanında birden çok küçük yazılar beliriyor. Ayrıca kullanılan butonlarda çok büyük.

Sümerbank

Dahice bir fikir bulduklarını sanan tasarımcı, aslolan Sümerbank amblemini ve anlatıcı olan resmi sağ tarafa sıkıştırıvermiş. Bu dahice gibi görünen fikir çok daha kullanılabılırdi. Fazlaca sıradan, eğlendirici asla değil.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

Koca bir mühür gibi, sayfanın orta yerinde bir amblem, bir sonraki sayfa zemininde ki resim olmasaymış, anında sıkılacakmışızama... Derli toplu, elit bir havası olan diğer sayfalara ulaştığımızda güven vericiliğe dönüşüyor. İç sayfalarda beyazda kullanılan zemin harita hareketlilik kazandırmış. Bu site büyük işlerin bankası dedirtiyor insana. Kendini önemsettiriyor.

Tekstilbank

Fazlaca resmi bir başlangıçtan sonra, çok da çekici olmayan sayfalara ulaşıyor. Sol taraftaki hareketli kısım ve fotoğraflar olmasa, yalnızca yazı ile bezdirici bir hale dönüşecek bu site.

Toprakbank

Açılış sayfasında küçük küçük bir sürü ikon var. Fazlaca karışık sayfalar silsilesi. Renkleri kaliteli kullanılmış ama yazılar çok yoğun. Bence sıkıcı bir site.

Vakıfbank

Birbiri ile uyumsuz bir dolu harf karakteri ile yazılmış bir dolu yazı. Kalabalık ve sıkıcı bir açılış. Amblemin kullanıldığı küçük butonlar fazlaca tekrarlanmış ve renksiz. Bu harfler Vakıfbank'ın amblemine benzemiyor, benze daha iyi olurmuş. Bu ikonlar varsa sol taraftaki yeşil kare butonlar neden var? Bu site bankanın kendisine gerçekten benziyor. Şubeleri de böylece lüzümsüz eşyalar ile dolu kalabalık evlere benziyor.

Yapı Kredi Bankası

Hemen insanı saran, bağlayan bir giriş sayfası, işinizi hallederken eğlence garantisi verir gibi sanki. Renkler harika, sadece "ticari telecard" yazan yeşil bölüm uyumsuz görünüyor. Daha yumuşak bir renklendirme olabilirdi. Bu sitede mutlaka bir hata vardır ama insan hatayı bulmak istemiyor. Eğlenceli, neşeli, harika...

Yaşarbank

Çok sıradan bir başlangıcı var. Zayıf bir site olduğunu düşünüyorum. Pasif ve sıkıcı, izleyeni kendine bağlamıyor. Buradan işlem yapmanın zevkli olduğunu sanmıyorum.

Yurtbank

Bu da basitçe hazırlanmış bir siteye benziyor. Mavi ve yeşilden başka renk olmaması sıkıcılık getirmiş. İlginç değil. Yalnızca ana sayfada yoğun bir kırmızı var o kadar. Tamamiyle sıkıcı bir site olmaya ramak kalmış.

Ziraat Bankası

Tam bir devlet bankası sayfası. Sadece yazı ile donatılmış olması sıkıcı kılıyor bu siteyi. Tam bir Türk bankası gibi ama; madem öyle daha neşeli olsun diye folklorik birşeylerde konabilirdi. Birkaç güzel resim, değişik ikonlar gibi... Sırf yazı oluşun sıkıcı yapmış bu siteyi.

(İnternet Kullanıcısı)

ABank

Ana sayfa uzay gemisi kokpitini andırıyor. Logo çok büyük, renkler harika. Butonlar anlaşılır. Diğer sayfalarının tasarımı çok basit ama flashları çok iyi.

Akbank

Sitenin girişindeki resim çok modern ve tatlı fakat yazılar çok küçük. Renklerin kesinlikle bir uyumu yok. Logosu fena değil. Finans bilgileri bölümü berbat. Sol taraftaki butonlar anlaşılmıyor. Diğer sayfalarındaki butonların fotoğraflardan oluşması kötü.

Bank Ekspres

İlginç bir ana sayfası var. Logosu biraz büyük, renkler harika. Sayfa ortasındaki resim harika hazırlanmış. Bankanın tam gün çalıştığını belli eden ikon çok büyük. Butonlar anlaşılır değil. Diğer sayfalarının tasarımı bilgisayar oyunu gibi. Animasyon halindeki amblem çok basit duruyor. Sayfaları çerçeveleyen metal görünümlü çıta tek kelime ile çok kötü. Türkiye haritası üzerinde beliren şubelere tıkladığımızda sol taraf yarıya kadar kesilip küçücük bir yazı ile adres ve telefon yazıyor bu çok kötü.

Bayındırbank

Çok sade harika bir site. Sayfadaki fotoğraflar mükemmel, butonlar biraz basit. Logonun yeri çok iyi. Kullanılan renkler sadeliği çok iyi ifade ediyor. Diğer sayfaların tasarımında kullanılan fotoğraflar hep aynı. Yazıları bir sayfaya sığdırmak için harfleri çok küçük kullanmışlar.

Demirbank

Ana sayfası çok kötü. Logonun yeri kötü. Köşeli hatlar çok fazla. Ayrıca renk seçimi de kötü. Harfler küçük, butonlar anlaşılır. Kullanılan fotoğraflar çok soluk.

Denizbank

Dünyanın en sade banka sitesi olsa gerek. Butonların harfleri çok küçük. Renkler çok pastel. Denizi çağrıştıran tasarımlar iyi. Logo çok küçük kullanılmış. Karmaşadan çok uzak olaması yapmak istediğin şeye kolay ulaşmanı sağlıyor. Sanırım bir siteden istenende böyle bir şey.

Dışbank

Çok iyi bir ana sayfa. Harika renkler kullanılmış. Anlaşılır butonlar kullanılmış. Diğer sayfaların harfleri ve fotoğrafları çok küçük. Site bir banka sitesine benziyor. İyi bir sayfa animasyonları harika.

Egebank

Turuncu açılış sayfası fena değil çünkü bankanın kurumsal renkleri ile uyumlu. Çok eğlenceli bir görüntüsü var. Butonların tasarımı harika. Daire içindeki bayan resmi aynı canlılığı devam ettiriyor. Küçük olan fotoğraflar hiç anlaşılmıyor. Linklerin tasarımı çok kötü ve renk seçimi yanlış. Bu site-nin tüm fotoğrafları harika.

Emlak Bankası

Sitenin fon rengi kötü bir seçim. İkonlar bilgisayar oyunu ikonları gibi. Emlak Bankası ambleminin renkleri gereğinden fazla canlı, rahatsız edici. Bence bu site bir oyun sitesi olmalıydı.

Esbank

Etkileyici bir ana sayfası var. Logosu biraz küçük. Butonlar pek anlaşılır değil. Renklerin düzeni harika. Harflerin büyüklüğü normal. Diğer sayfalarda ki butonların rengi birdenbire alakasız renklere bürünüyor.

Etibank

Çok karışık bir site. Animasyon görüntüler fena değil. Amblemin büyüklüğü normal fakat harfler çok küçük. Diğer sayfaların renkleri ana sayfadan farklı ve yine kullanılan yazılar küçük. Genel olarak kötü bir site diyebilirim.

Finansbank

Giriş sayfasında sadece türkçe ve ingilizce butonları bulunuyor. Fakat tasarımı mükemmel renkler harika. Amblemin görüntüsü çok iyi. Diğer sayfaları biraz basit, renkleri çok canlı. Logo çok büyük. Butonlar anlaşılır, fotoğraflar çok kötü.

Garanti Bankası

Renk seçimi mükemmele yakın. Butonların sıralanması da hiç fena değil. Logosu bir harika. Bence bu örnek bir internet banka sitesi. Sitenin tek eksiği bir animasyonunun olmaması. Siteye komple yeşil ve krem renklerin hakim olması iyi bir seçim.

Halkbank

Berbat bir ana sayfası var. Butonlar çok küçük. İki adet dev gibi, çok kötü fotoğraf kullanılmış. Yazılar çok küçük, sanki sırf sayfamız bulunsun diye hazırlanmış bir görüntüsü var.

İktisat Bankası

Fon renginin beyaz kullanılması yanlış bir seçim. Amblem çok büyük ve kötü duruyor. Fakat beyaz zemin üzerinde kullanılan büyük fotoğraf canlılık katmış. Butonların üzerine gelince hiç bir değişiklik yok. Diğer sayfaların renkleri de beyaz ve yazıları çok küçük.

İnterbank

Sitede avrupalı bir hava var. Renkler biraz soluk biraz da eksiklikler var gibi. Butonlar çok ilginç. Yazılar çok küçük, linkler çok büyük. Diğer sayfalarda aynı sadelik hakim. Fakat yazılar yine çok küçük kalmış.

İş Bankası

Butonlar hiç anlaşılmıyor. Sayfa ortasında beliren parlak renkli reklamlar berbat. Sitenin rengi de çok kötü. Bankacılık bilgileri çok sıkıcı. Ne mutlu ki sitedeki tek resim, küçük bir Atatürk resmi.

Kentbank

Ana sayfadaki yeşil renk ziyafeti harika. Amblem çok küçük, butonlar çok iyi, hangi butonun üzerinde olduğunu anlıyorsun. Kredi kartlarının tanıtım animasyonu çok küçük. Genel açıdan çok sade bir site. Diğer sayfaları biraz soğuk ve can sıkıcı ama yine de butonları anlaşılır, yazı büyüklüğü çok iyi.

Koçbank

Biraz fazla flash kullanılmış bir site. Renk seçimleri bir harika. "E-Koçbank" yazısı fazla büyük. Butonlar mükemmel. Logo çok küçük kullanılmış. Diğer sayfaları fihrist gibi tasarlanmış. İlginç ama anlaşılır bir tasarımı var. Harfler çok küçük, renkler aynı.

Körfezbank

Çok asil bir görüntüsü var. Amblem büyük ama çok güzel duruyor. Bordo fon harika olmuş. Butonlar sade ve anlaşılır. Diğer sayfaların renkleri farklı, yazılar anlaşılır büyüklükte.

Osmanlı Bankası

Canlı bir site, butonların renkli yaprakları tüye benziyor. Linkler güzel tasarlanmış. Amblem ve logonun büyüklüğü gayet iyi. Diğer sayfaları ana sayfa ile uyum içinde. Bence çok sıcak bir havası var. Fotoğraflar da çok iyi seçilmiş. Hoş bir site.

Pamukbank

Açılış sayfası aşırı derecede karmaşık, kırmızı renk çok fazla göz alıyor. Amblem boyutları da hiç fena değil, butonlar çok kötü. Beyaz zemin rengi hiç iyi bir fikir değil. Sitede ki fotoğraflar çok iyi.

Şekerbank

Şekerbembesi fon üzerine parlak ot yeşili butonlar. Uyumsuzluk adına verilen güzel bir örnek. Dev gibi butonlar, ufacık yazılar. Bence çok kötü.

Sümerbank

İlginç bir site. Sümer yazıtı harika. Amblem bu sayfaya biraz canlı kaçıyor. Butonlar çok basit ve anlamsız. Saçma bir fotoğraf da sayfanın sağında bulunuyor. Sitenin altında bulunan mavi linkler hiç okunmuyor. Diğer sayfaları çok basit.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

Bomboş bir sayfa, dev gibi bir amblem... Ana sayfa çok sıkıcı. Fakat daha sonra suluboyadan bir fonla harika bir sayfa çıkıyor karşımıza. Butonların animasyonu göz alıcı. Renkler harika, mavi ve beyaz çok iyi bir uyum içerinde. Sayfadaki amblemin büyüklüğü normal. Giriş sayfası dışında, bu sitede harika hazırlanmış fakat yazılar biraç küçük.

Tekstilbank

Bomboş bir sayfa daha... Amblem dev gibi. Diğer sayfaları da çok sıkıcı. Fotoğrafları siyah beyaz ve yazılar çok küçük ve sıkıcı. Tekstil Bank yazısının gelişi animasyon olarak tasarlanmış bir tek burası fena değil.

Toprakbank

İğrenç bir renk seçimi ile donatılmış bir sayfa, toprakbank ambleminin etrafına dizilen butonlar her açıdan berbat. Bomboş bir site. Diğer sayfaları da ana sayfa ile uyumlu yani çok kötü.

Vakıfbank

İlk gözüme çarpan, Vakıfbank ambleminin çok hızlı dönmesi. Butonlar anlaşılır. Açık renk seçimi sayfaya sevimli bir hava veriyor. Çok basit ve anlaşılır bir görüntüsü var.

Yapı Kredi Bankası

Fon harika, ikonlar çok güzel tasarlanmış. Sadece Ticari telecard butonunun rengi hoş değil. Bankacılık işlemleri butonlarının perspektif şeklindeki yapısı ve üzerine geldiğinizde parlaması harika bir görüntü sağlıyor. Bence çok etkileyici bir sayfa. Buranın tek eksiği bir müzik.

Yaşarbank

Bir banka sitesine benzemiyor. Çok sade, çok silik ve ufak fotoğraflar kullanılmış. Butonlar anlaşılır, amblemin büyüklüğü normal fakat yazılar çok küçük. Diğer sayfalarda çok sade fakat fotoğrafları çok ilginç. Yazılar yine çok küçük.

Yurtbank

Bir logo bu kadar kötü ve büyük olarak yerleştirilemez. Çok kötü renkler ve yazılar. Butonların yerleri çok yanlış. Bomboş bembayaz bir sayfaya sahip. Diğer sayfalardaki azılarda çok küçük ve fotoğrafları çok kötü. İkonlar büyük, bu sitede dikkat çekici hiç bir şey yok.

Ziraat Bankası

Tam bir devlet bankası görüntüsü. Genel olarak anlaşılır ve butonlar fena değil. Bir devlet bankası için hiç fena değil. Logosu büyük, kırmızı çirkin ve bol kullanılmış. Ayrıca çok sıkıcı. Sayfa ortasındaki fotoğraf çok cansız. Diğer sayfaların fon renkleri birbirleri ile uyumlu.

(İnternet Kullanıcısı)

ABank

Ana sayfada kullanılan hareketli görüntüler ve pastel tonlar çok etkileyici. Görsellik çok güzel sağlanmış. Butonlar gösterişten uzak. Sayfa gösterişini sadeliği ve görselliği ile başarılı bir şekilde gösteriyor. Diğer sayfalarda da bu kuraldan ayrılmıyor. Aynı sadelik ve şıklık devam ediyor. Anlaşılır dili ve karakterleri etkileyici. Dikkat çekmek amacıyla kullanılan koyu ve boğucu renklere gerek duyulmamış. Abank logosu abartılacak derecede kullanılmamış. Mütevazı, ciddi ve çekici bir site. Anasayfada sabit bir butonun içinde hareketli yazılar geçiyor. Bu kadar sadeliğin içinde göze batması imkansızlaştırılmış. Çok güzel bir site.

Akbank

Düzenli, dikkat çekici ve renkli bir ana sayfası var. Fakat diğer bölümleri incelemeye başladıkça ana sayfadaki çekicilikten uzaklaşıyor. Butonlarda fotoğrafların bulunması ve başlıkların bu fotoğraflarla açıklanması etkileyici.

Bank Ekspres

Canlı renklere düzenlenmiş görüntüler sayfanın basitlikten uzaklaşmasını sağlıyor. Canlılık getirmiş fakat iletişim sayfasındaki Türkiye haritası daha düzenli yerleştirilebilirdi. Sayfanın sağa sola scroll bar ile hareketlendirilmesi de rahatsız edici. Daha küçük boyutlarda hazırlanabilirdi. Renkli görüntüler canlılığı sağlıyor. Sol taraftaki menü sabit fakat neden altı genel başlık ve iki logo için bu kadar çok yer ayrılmış merak konusu.

Bayındırbank

Açılış sayfası mükemmel hazırlanmış. Hareketli görüntüler çok basit görünebilecek siteyi sıradışı bir havaya bürüyor. Yazılar, karakterler, sayfa düzeni, görüntüler ve başlıklar son derece profesyonel. Başlıkların üzerine gelindiğinde alt butona bu başlıkların dalları beliriyor ve hiç karmaşa yaratmadan insanı yönlendiriyor. Alt sayfalarda soldaki hareketli görüntüler ve üstteki menü aynen devam ediyor. Sayfalarda ciddi boşluklar yok. Her sayfanın çeşitli imajlar ile renklendirilmesi memnu edici. Sistemli ve etkileyici bir site. Televizyon ve pano reklamları ile web sitesi arasında ve ayrıca sitenin kendi içinde başarılı bir uyumu var.

Demirbank

Açılır açılmaz gözleri yoracak derecede karışık. Bu karmaşa çizgilerle birbirinden ayrılmaya çalışılmış fakat birbirine çok fazla sıkıştırılmış yazılar karmaşayı sürdürüyor. Kompozisyonda dikkat çekmesi istenen bölümler kırmızı ile belirtilip altı çizilmiş. Bu da zaten sıkışık olan metni imkansızlaştırıyor. Diğer sayfaları dolaştıkça menü kısmının solda sabit olması zemininde hareketli görsellik uygulanması siteyi ilk bakışta sunduğu başarısızlıktan biraz uzaklaştırıyor. Fakat sayfalar açıldıkça canlı, çok fazla rengin bir arada kullanılması yine bu imajı siliyor. Artı ve eksi arasında gelip giden bir site.

Denizbank

Ana sayfa ilk açıldığında sanki sayfanın yüklenmesi henüz bitmediği izlenimine kapılıyor ve bekliyorsunuz. Bomboş, ufak bir alana sıkıştırılmış komik bir sayfa. Küçük ve silik yazı karakterleri ve ufak görüntüler... Son derece itici ve şaşırtıcı bir açılış sayfası. Alt sayfalarda da ne yazıkki bu aynen devam etmiş. Logosu gereksiz yerlerde kullanılmış. Yazılar yer tasarrufu sağlamak için mümkün olduğu kadar birleştirilmiş ve alt kısımlardaki boşluğun doldurulması için çaba harcanmamış. Genel olarak gerçekten çok kötü hazırlanmış bir site.

Dışbank

Sayfa ilk açıldığında teknikleri ile büyüleyici fakat zorlanmış gibi görünüyor. Dışbank renkleri ile uyumlu renkler, gölgeler etkileyici. Hareketli bir dünya imajı kullanılmış ve bunun etrafında hareketli sıfatlarla görüntü zenginleştirmiş. Menüdeki başlıkların üzerine gelince rengin değişmesi ve başlığın belirlenmesi çok hoş. Diğer sayfalarda da başlıkların ikonlar ile desteklenmesi kaliteyi yükseltiyor. Sayfanın üstünden hareketli yazıların belirmesi çok hoş. Hemen hemen bütün sayfalarda ikonlar kullanılmış ve bunların renk uyumu bütünlüğü tamamen sağlıyor.

Egebank

Açılış sayfasındaki animasyon gayet etkileyici. İlerledikçe zemin renginin değişmemesi bütünlüğü koruyor. Çok fazla tekniğin kullanıldığı fakat karmaşanın engellendiği bir site. Özellikle iri karakterli harflerin ne kadar önemli olduğu burada açıkça görülüyor. Benzerlerinin tersine, gösterişini ve sadeliğini uyumla koruyan bir site. Birbiri ile uyumsuz renkler kullanılmış olsa da, bu kesinlikle dikkat çekmiyor ve siteyi herhangi bir olumsuz-

luğa itmiyor. Sanırım sitede varolan tek problem zemin renginin turuncu olması, bunun haricinde gerçekten başarılı, teknik açıdan güzel desteklenmiş bir site.

Emlak Bankası

Site oyun sayfası gibi hazırlanmış. Ciddi banka imajından uzak. Repo oranlarının seri olarak ekranda görüntülenmesi güzel, logosunun hareketli olması hoş fakat renk tonları ile ilgili göz alıcı ve belkide rahatsız edici nitelikte problemler var.

Esbank

Türkçe karakter problemi yine karşımıza çıkıyor. Karmaşa ile dolu bir açılış sayfası var. Tek artı özellik Es Bank renkleri ile bir uyum sağlanmış olması. Alt sayfalarda ender görünen hızlı erişim özelliği karşımıza çıkıyor. Fakat menü bölümünde fazla karmaşa yaratılıyor. Başlıklar daha sade renklerde, daha iri karakterlerle yerleştirilebilirdi. Her açıdan bilgilendirici soru işareti neden olmayan yönlendirici bir site. Görsel açıdan güzelleştirilebilirdi.

Etibank

Ana sayfa oldukça düzenli. Harflerin beyaz zemin üzerine koyu ve iri karakterlerle yerleştirilmiş ve kimi yerlerde Etibank ambleminin hareketli olması çok güzel. Site aynı bir arama sitesi gibi yol gösterici ve açık bir dille hazırlanmış. Bunun yanında kendi reklamlarında canlılık var. Genç, dinamik, güçlü ve samimi bir banka izlenimi sağlıyor. Başarılı ve modern bir site.

Finansbank

Dil seçimi sayfası Finansbank logosu üzerine yoğun teknikler hazırlanmış gibi görünüyor. Fakat sayfanın sadeliğini bozuyor. Ana sayfada linklerin üzerine gelince link belirginleşiyor ve yanında baloncuk şeklinde o linkin açıklaması belirliyor. Renkler daha başarılı kullanılabilirdi. Sayfa koyu renklerle, mavi ve siyah görüntülerle boğuluyor. Açık renklerle bu hava değiştirilebilirdi.

Garanti Bankası

İlk açıldığında hoş bir görüntüsü var. Kendi renkleri ile siteyi oluşturması ve düzenli butonlarla kafa karıştırmayan, rahat dolaşılacak bir site izlenimi veriyor. Görsel açıdan çeşitli fotoğraf veya resimlerle desteklensey-

di daha iyi olabilir, aşırı ciddiyetinden sıyrılıp garanti kullanıcıları ile arasında samimi bir iletişim sağlanabilirdi. Logosunu doğru yerlerde kullanması güzel. Beğenilecek bir sayfası var.

Halıbank

Alakasız ve çirkin bir açılış sayfası var ve bu diğer sayfalarda da deva ediyor. Bu sayfalarda genel problem yine mevcut; gereksiz boşluklar, canlılıktan uzaklık, iki rengin monotonluk içinde sürmesi, görsel açıdan eksiklik. Başarısız bir site.

İktisat Bankası

Çok düzenli, yönlendirici bir ana sayfası var. Beyaz fonun üzerine kendi renkleri ile butonlarını yerleştirmesi tamamlayıcı bir özellik. Sadeliği, samimiyeti ve ciddiyeti dengeliyecek şekilde yerleştirilmiş. Alt sayfalar gezilmeye başlandığında beyaz zeminin üzerinde İktisat logosunun bulunması güzel. Çok uzun olmayan özet metinlerin bulunması insanı boğmuyor. Renkler, karakterler, haritalar sayfayı gerçekten başarılı gösteriyor. Site haritasındaki yazıların sola yapıştırılması sağ tarafta ciddi bir boşluk oluşturmuş. Çeşitli şekillerde doldurulabilirdi.

İnterbank

Ana sayfa dikkat çekici. İnterbank renkleri ile uyumlu bir site. Diğer bankalardan daha modern teknikler kullanılmış. Başlıkların yanına başlığı temsil eden ve gayet güzel açıklayan ikonlar yerleştirilmiş. Canlı bir sayfa düzeni var. Sanırım çok fazla karmaşık hale getirmemek için geniş boşluklar kullanılmış. Bu daha dengeli sağlanabilirdi. Diğer sayfaları gezdikçe aynı ikonlar devam ediyor. Genel olarak güzel bir site. Çağdaşlığı ve kullanılan tekniklerin farklılığı takdir edilir.

İş Bankası

Butonlardaki yazılar çeşitli ikonlarla desteklenebilirdi. Ayrıca giriş sayfasındaki açıklamalar çekici hale getirilebilirdi. Kendisine çekmeyen ve sıkıcı bir tanıtım sayfası. İnce karakterlerde, uzun açıklamalar her yerde karşımıza çıkıyor. Hizmetler bölümünde olduğu gibi yazıların yanındaki ilgili görüntüler iticiliği yumuşatabilir. Siyah, mavi kırmızının başarısız kullanıldığını ve başlıklarla açıklamaların birbirine çok fazla karıştığını düşünüyorum.

Kentbank

Ana sayfası mükemmel. Sadece altı ayrı dil başlığı ve ortada Kentbank fotoğrafı var. Fon rengi Kentbank yeşili ile gayet uyumlu. Bölümlerin karmaşa yaratacağı düşüncesi ile butonlar, resimlerle desteklenen üç satırdan fazla yazılar birbirlerinden çizgi ile ayrılmış ve sayfanın düzenlenmesi sağlanmış. Kent bank ambleminin yazıların altında gözükmesi üsteki ince karakterli açık renk yazıların silinmesine yol açıyor. Renk düzeni bozulmuyor fakat beyaz fon üzerindeki yeşil başlıklar büyük puntolarla yazılıydı sayfadaki boşluk sorunu yok edilebilirdi.

Koçbank

Oldukça modern bir imaja sahip açılış sayfası var. Haraketli imajlarla zenginleştirilmiş. Yine burada da bir arama motoru hazırlanmış ve kapsamının genişliği kayda değer. Renk ve metinlerin uyumu dikkat çekici örnek ve zevkli bir site.

Körfezbank

Aslında daha hoş bir açılış sayfası rengi kullanılabilirdi. Sadelik sağlansaydı uygun olurdu. Kendi rengini kullanmak istemiş ve bu da boğucu olmuş. Ancak başlıklarla güzelliğe doğru hareket sağlanmış. Diğer sayfalara geçtikçe karakter yerine oturuyor. Sayfalar birbirinden kopmuyor. Hepsinin birbirinin devamı olduğu açıkça görülüyor. Sayfaların üst kısmında Körfezbank logosu sabit. Genelde bütün sitelerde olduğu gibi burada da boşluk sıkıntısı var. Yazılar küçük karakterde sol kısma sıkıştırılıyor ve sağ tarafta ciddi boşluklar görülüyor. Genel olarak hoş bir tasarımı var ama daha başarılı olabilirdi.

Osmanlı Bankası

Osmanlı Bankası logosu ile başlıkları bütünleştirmeye çalışmışlar. Başlıklar Osmanlı ağacının renkli yaprakları altına yerleştirilmiş fakat verilmek istenen tam olarak sağlanamamış. Logo çok silik ve yaprak renkleri başlıkları değil yaprakları belirgin kılıyor. Sağ kısımda ise tüm bunlar ile alakasız bambaşka türde linkler yerleştirilmiş. Diğer sayfalarda da Osmanlı logosu kullanılmaya çalışılmış. Başlıkların rengi tuhaf yeşil ile koyu sarı arası ve bunlarla birlikte mor kullanılmış. Karakterler çok kalın ve küçük zorlayıcı bir sayfa.

Pamukbank

Ana sayfası açıldığında korkutacak derecede karmaşık. İncelendiğinde, kullanılan görüntülerin çok hoş olduğu farkediliyor fakat bunların hepsinin bir arada kullanılması sadelikten ve anlaşılabilirlikten uzaklaşıyor. Çok fazla renk, çok fazla yazı ve görüntü karakteri var. Sabit resimler ve yazılarla birlikte hareketli fotoğrafların olması gözü yoruyor. Sayfaların üst ve alt kısımları birbirinden çok kopuk. Bir sayfa boyunda bölüm boş kalıyor ve tüm bilgiler üst kısma sıkıştırılmış. Site başlangıcındaki gibi karışıklık devam ediyor. Ayrıca bir banka sitesinin astroloji ile ilgili bir sayfa açması ciddiyetten uzaklaştırıyor.

Şekerbank

Site açılır açılmaz renklerin bu kadar uyumsuz kullanılması, resimlerin başarısızlığı ve yerleştirilme problemi insanı şaşırtıyor. Şekerbank'ın kendi rengiyle uyumlu bir site hazırlanabilirdi. Butonlardaki başlıklarda dikkat çekiyor. Kalın ve ince karakterli harflerin birarada kullanılması ve sayfa genelindeki boşluklar itici. Pembe, mor, yeşil, kırmızı, beyaz ve resimlerdeki tonlarla sayfa tamamen karmaşık bir şekle bürünmüş. Sol taraftaki hoş olmayan butonlar sabit ve sayfalar bunun yanında anlamsızca açılıyor. Böylece bütün sayfalarda iticilik hakim. Gerçekten uyumsuz ve itici bir site.

Sümerbank

Çok fazla başarılı olmasada devlet bankacılığı kimliğinden sıyrılma ve modern imaja bürünme çabaları takdir edilir. Özelleştirilmesinin bunda büyük payı olduğu düşünülebilir. Menü genelde olduğu gibi sayfanın soluna düzenli yerleştirilmiş. Site haritasının düzeni dikkat çekiyor. Anlaşılması çok kolay, özet bir site. Beklenilenden fazlasını vermesi çok hoş. Sitenin içine birde arama sitesi yerleştirilmesi gelişim açısından önemli ve bu başarı ile sağlanmış.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

Dil sayfası sade. Logosunun ve isminin bu kadar büyük verilmesi abartılı. Çok fazla karışık olamayan ve hatta düzenli denebilecek alt sayfaları var. Fakat insanları bilinçlendirme ve yönlendirme açısından noksanlıklar var. Daha basit bir dil kullanılabılırdi. Dağınıklıktan uzak, bütün olarak güzel ve toplu bir site.

Tekstilbank

Siyah ve bomboş bir açılış sayfası var. Altı başlık sayfanın en altına yerleştirilmiş. Bu siyah boşluğa anlam verilemiyor. Sadelikten de, abartıdan da çok uzak bir imajı var. Alt sayfalarda bu kötü başlangıç silinmeye başlıyor. Siyah beyaz imajla sayfa renklendirilmiş olmasa da hareket sağlanmış. Açıklamaları düzenli, yerleştirmesi uygun bir site.

Toprakbank

Genel olarak sayfa tasarımı, renk uyumu sağlanabilmiş. Toprakbank ambleminin etrafına butonların düzenli şekilde yerleştirilmesi mantıklı bir fikir. Fakat sayfanın altına indikçe yazılarda ve resimlerde karmaşa başlıyor. Toprakbank amblemi ile zemin rengi oldukça uyumlu. Diğer sayfaları dolaşmaya başladıkça zeminde Toprakbank ambleminin kullanıldığı görülüyor. Fakat metinlerin bir sayfada düzensizce iki ayrı bölüme ayrılması ve yazı karakterlerindeki olumsuzluklar oldukça kötü izlenim yaratıyor. Sağ alt kısındaki linkler lacivert zemin üzerine beyaz ve sarı renkleri ile ve yine düzensiz karakterlerle yerleştirmiş. Genel olarak hoş değil ve ilgi çekmiyor.

Vakıfbank

Fon rengi Vakıfbank renkleri ile uyumlu fakat bir sayfa içinde değişik bir çok yazı karakteri var. Link başlıkları VB karakteriyle belirtilmesi hoş olmuş. İki menü sayfası oluşturulmuş. Bir tanesi sayfanın solunda ve sabit, ikincisi asıl safya gibi görülüyor. Bir sabit bir hareketli iki ayrı karakterde hazırlanmış tek bir sayfa gerekli olan düzeni bozuyor. Siyah ve mavi renkleri çok koyu tonlarda ve birbirinden ayrılması güç. Daha mantıklı olabilirdi.

Yapı Kredi Bankası

Flash görüntüler ilgi çekici. Ana sayfada hızlı arama bölümünün olması güzel. Fakat YKB'nin renklerine uymayan iki buton görüntüyü bozuyor. Butonların üzerine gelindiğinde o butonu diğerlerinden ayıran görüntülerin kullanılması hoş olmuş. Fakat bir sayfanın ikiye ayrılması ve scroll barlarında bu sayfaları ikiye bölmesi hoş olan izlenimi tamamen yok ediyor. Site karmaşık halde.

Yaşarbank

Açılış sayfasında yarattığı izlenim gayet güzel. Yaşarbankın kendi renkleriyle beyaz fon üzerine güzel bir sayfa hazırlanmış. Alt sayfalarda da bu

düzen pek fazla bozulmuyor. Sayfanın üst kısmındaki Yaşarbank logosu ve sol kısmındaki menü sabit. Diğer bölüme yazılar düzenli yekilde yerleştirilmiş. Bu kadar olumlu özelliklere rağmen site çeşitli etkinliklerle zenginleştirilseydi daha modern bir imaj yaratabilirdi. Sade site anlayışı yakalanmaya çalışılmış fakat bu gereğinden fazla işlenmiş. Çok fazla sadeliğin siteyi monotonlaştıracığı göz ardı edilmiş.

Yurtbank

Giriş sayfasının karakteri çözülüyor. Ne sade, ne canlı. İkisinin arasındaki dengeyi de sağlayamamış olması siteyi başarısızlığa sürüklüyor. Ekranda görülen hareketli efektler aslında reklamlarında olduğu gibi iyi bir fikir fakat çok başarısız sergilendiğinden ilk sayfasında eksi puan alıyor. Diğer sayfalara ilerledikçe de açılış sayfasıyla alakasız bambaska bir görüntüyle karşılaşıyoruz. Tabii ki açılış sayfasından çok daha başarılı olduğu gözden kaçmıyor. Renkler ve yazılardaki düzen dikkat çekiyor. Tüm diğer sitelerde olduğu gibi bu sitedeki türkçe karakter problemi rahatsızlık yaratıyor. Daha iyi olabilirdi.

Ziraat Bankası

Devlet bankacılığının resmi görünüşünden sıyrılamamış, pasif, silik bir fotoğrafla desteklenmeye çalışılmış fakat eksiye sürükleyen bir ekleme. Kırmızı ve siyah renklerden oluşan sıkıcı bir site. Sosyal etkinliklere gerektiği kadar önem verilmemiş. Bir başlığa tıkladığımız zaman başka bir sayfada birçok başlık sunuluyor. Sayfalar arasında dolaşmak mümkün olduğu kadar zor hale getirilmiş. Zorlayıcı, bunaltıcı bir site. Verilen emeğin boşa gitmesi üzücü.

(İnternet Kullanıcısı)

ABank

Farklı, tasarımı yaratıcı. Diğerlerinden sıyrılmışken biraz flu kalmış. Hareketli, canlı. Renkler sakın. Akan yazılar hareketi bütünlüyor, linklerde resim kullanımı ana sayfadaki hareketi sağlıyor. Ana sayfanın sakın renkleri linklerde de mevcut. Bütünlük içersinde, başarılı.

Akbank

Genel bir bakışta kurumsal renkler çarpıcı bir şekilde sergilenmiş. Kullanılan resim ise ekip çalışmasının benimsendiği havasını veriyor. Diğer hizmetleri sergilenmiş ve kolay erişiliyor. Döviz kurlarının ana sayfada verilmesi kullanıcılara kolaylık sağlıyor.

Bank Ekspres

İlk etapta etkileyici görünüyor. Kullanılan çağdaş, teknolojinin takipçisi havasını veriyor. Ama genel olarak sayfa az kullanılmış, erişimler (hizmet) az gibi. Logo ve amblem belirgin ama kurumsal bir renk göze çarpmıyor. Belirtilmemiş yani belirgin değil. Linkde amblemin hareketliliği dikkat çekiyor. Ana sayfaya gösterilen özen diğer sayfalarda da var. Bu da genel olarak iyi bir görüntü veriyor. Resim çerçevelerinde çelik kapı edası var. Bu sağlamlığı ve güvenilirliği temsil ediyor olmalı. Genel olarak fena değil.

Bayındırbank

Tek düze, sıkıcı... Çok sade, yaratıcılıktan uzak. Bir banka sitesi bu kadar kolaycı olmamalı. Sanki bankada çalışan biri hazırlamış. Logo ve amblem uygulamaları çok belirsiz bir şekilde yer almış.

Demirbank

Karmakarışık. Logo ve amblem uygulamaları küçük kalmış. Sanki herşeyi ana sayfaya sığdırmaya çalışmışlar. Yaratıcı değil. Sanki nereye gireceğini kendin bulacaksın. Sayfayı tam anlamıyla anlamak için tüm sayfayı okumak lazım. Çok sıkıcı, linklerin ana sayfa ile alakası yok bütünlükten yoksun.

Denizbank

Sade, kullanılan objeler ince elenmiş ama iyi seçilmemiş. Logo ve amblem çok etkisiz kullanılmış. "Ben burdayım" demiyor. Banka için iyi bir sayfa

değil. Linklerde logo ve amblem daha etkili. Bant fonunun rengi sakın ve duru. Beğendiğim tek nokta bu.

Dışbank

Oldukça canlı, hareketli. Ama böyle olması için çok çalışılmış. Türkçe karakter sorunu çözülmesse bu çalışma ne derece başarılı olur bilemem. Hareketli kelimeler çalışmayı destekliyor. Logo ve amblem küçük kalmış. Fakat amblemin üzerinde çok durumu. Linklerde tipografi uygulamaları dikkat çekici. Genelde renkli ve canlı bir sayfa.

Egebank

Çok hareketli. Renk de canlılık katıyor. Ana sayfada kullanılan renkler canlı. Resim ise vaadettiklerini destekliyor. Memnuniyet simgesi. Sayfa genel olarak hareketli. Linklerin karşısında kalan resimler küçük ama sayfanın bir parçası. Linkler de canlı. Resimler daha büyük. Linklerdeki canlılık resimlerle desteklenmiş. Logo ve amblem her seferinde belirgin.

Emlak Bankası

Bir bankanın web sitesinin bu kadar basit olması şaşırtıcı. İkonlar çok silik ve tipografi basit. Bankanın logosu, web sayfasında doğru değil. "Bir bankadan fazlası" yazısının altında yer alan bilgiler okunuyor, dikkat çekiyor.

Esbank

Murat Birsel bu banka ile neden bu kadar özdeşleştirilmiş? Beğenmedim. Logo ve amblem küçü kullanılmış, etkileyici değil. Es Net yazısı dikkat çekiyor, neden? Bende bu yönlerinin kuvvetli olduğunu göstermek istiyorlar izlenimi var. Reuteurs'e link atılması iyi bir uygulama, ürünlerimiz kelimesi "hizmetlerimiz" olarak kullanılsa daha iyi olur.

Etibank

Çok düzgün, hareket yok, sıkıcı. Logo ve amblem kullanımı küçük. Bu kadar banka arasında bu kadar basit kalması, yeniden yapılanan bir banka için tamamlanmamış bir süreç. Sayfa tasarımı yaratıcılıktan uzak. Linklerde keza öyle.

Finansbank

Giriş sayfası fazla sade. Logo uygulaması kör göze parmak. Ana sayfa çok

kalabalık sanki yerleştirme düzeni bilinçsizce yapılmış. Kullanılan tek rengin tonları sayfası biraz boğmuş, canlılık yok. Linkler ise çok sade. Sanki sadece ana sayfaya çalışılmış. Bence yorucu bir site. Uzay çağı uygulamaları var, zorlama bir site.

Garanti Bankası

Kurumsal renkler çok güzel işlenmiş. Göze hoş geliyor. Reklamlarında vadettiği özelliklerine dair renkleri görmek hazırlıklı oldukları kanısını veriyor. Görüş ve düşünceleriniz kısmı sayfayı iyileştirme yönünde, hizmet verme açısından olumlu. 400 milyon euro sendikasyon alması güven tazeliyor. Ulaşılan tüm linklerde kurumsal renkler çok güzel işlenmiş.

Halkbank

Anadolu Kaplanları kükrüyor ne demek? Kendilerini mi kaplan görüyorlar? Logo ve amblem rengi göz alıcı, gerçek renklerinden (kurumsal) uzak. Merkez binanın sergilenmesi etkilemek kola yöntem ama ben etkilenmedim. Yazılar küçük, fona amblem konmuş ama görmek için burnunuzu monitöre yapıştırmanız gerekiyor. Olmamış, estetik değil.

İktisat Bankası

Logo ve amblem kullanımı sade ama dikkat çekici. Kullanılan resim müşteri memnuniyetini ve çağdaş yaşamı simgeler biçimde. Mevcut erişimler sade biçimde verilmiş. Beyaz zemin işin kolayla kaçıldığını gösteriyor. Fonda amblem var, sanki hangi bankanın sitesinde bulunduğumuzu hatırlatıyor.

Interbank

Hareketli, canlı. Tipografi kullanımları meraklandırıcı. Banka işlemlerinin dışında da işlemlerinin olması hoş. Kullanılan resimler çağdaş yaşama ayak uyduran kitleyi hedef almış. Mutluluk var sanki. Ama beyaz zemin kullanımı biraz basitleştirmiş. Logo ve amblem kullanımı küçük kalmış. Linklerde canlılık var.

İş Bankası

Mail box'ima gelen hotmail gibi, habire başka link bağlantıları. Güçlü İş Bankası'nı görmek imkansız. Amblem nerde? Kötü, çok kötü, açıkcası hayak kırıklığına uğradım. Link bağlantıları da al birini vur ötekine şeklinde.

Kentbank

Kentbank'ın genel müdürlük binası bu kadar küçük mü? Güven vermiyor bana. Logo ve amblem kullanımı o kadar dikkat çekici değil. 5-6 farklı dil kullanılması da önemli tabi. Linklerde de logo ve amblem kullanımı hoş. Yeşil renk sanırım rahatlatıcı bir unsur.

Koçbank

Sade ve hareketli web sitesine örnek bir site. Bir yandan duru, diğer yandan dikkat çekici hareketlilik var. Fakat link yazılarının büyüklüğü sayfayı doldurmak için yapılmış gibi. Logo ve amblem dikkat çekmiyor. Linklerde ana sayfada kullanılan renklerin kullanılması bütünlüğü sağlamış. Fakat link sayfalarında büyük boşluklar var. Metin de fazla. Resim kullanımları hareket getirmiş.

Körfezbank

Fon rengi insana bir şey vermiyor, çok zorlanmış, yorucu. Banka resminin kullanılması yapay olmuş. Eski bina görüntüsü, köklü banka imajını veriyor ama fon rengi olmamış. Linklerde uygulama daha sade kurumsal rengin seçimi sayfayı sıkıcı olmasına yetiyor.

Osmanlı Bankası

Yaratıcı. Amblem sayfa ile yedirilmiş. Tipografi kullanımı kötü, ben burdayım diye bağıyor. Logo ve amblem silik kalmış. Hareketli ve heyecanlı değil. Olmamış başarısız bir site. Linklerde de başarısızlık var, soluk ve yazılar küçük.

Pamukbank

Logo ve amblem güzel kullanılmış. Şube görüntüsünü kullanmış olması etkileyici. Linklere göre değişik simgeler kullanılması iyi ama uygulama kötü. Cin alinin kafası gibi. Gri renk hoşuma gitmedi. Siyah sanki daha güven verici olurdu. Pamukbank hakkında ve about Pamukbank neden iki değişik yerde kullanılmış ne farkı var? Bence hata. Ne yaptıklarını bilmiyorlar sanki.

Şekerbank

Pembe? Adının şeker olduğundan kaynaklanıyor herhalde. Logo ve amblem kullanımı mevcut ama kullanılan fon rengi ile hoş bir görüntü vermiyor. Bannerların bulunduğu yer sanki sonradan konmuş gibi. Resimler an-

laşılmıyor. Baştan savma, yapılmak için yapılmış sanki. Bana göre sıcak olmamış ve karışık.

Sümerbank

Güçlü bir kurum imajı sergiliyor. Kullanılan zemin rengi biraz boğucu ama güçlü imajını destekliyor. Logo ve amblem kendini gösteriyor. Önermenin ödüllendirilmesi bana biraz yapay geldi. Linklerde de iletilerle karşılaşmak mümkün. Bantta kullanılan resimler çekici. Genel olarak ciddi bir hava veriyor.

Türk Ekonomi Bankası (TEB)

“Göreceklerinize inanamayacaksınız” havası verilmiş. Logo ve amblem kullanımından başka bir şey yok çünkü bu ingilizce/türkçe seçimi için yapılmış giriş sayfası. Ana sayfa olması açısından etkileyici. Hareketli ve diğerlerinden sıyrılmış. Fonun el yapımı resim ile süslenmesi hoş. Telepati yazısı siyah çerçeve ile belirtilmiş. Bu sayfaya olmamış. Hareketliliği dikkat çekici. Linkler daha sade ama daha fazlasını beklemekte haksızlık olur sanki.

Tekstilbank

Hareketli, dikkat çekici. Fakat ana sayfanın logo ve amblemden oluşması ve zeminin beyaz olması işin kolaycılığına kaçıldığını gösteriyor. Linkler daha hareketli ve canlı. Sanırım diğer sayfalara daha çok önem verilmiş. Genel olarak insanları diğer sayflara yönlendiriyor. Sade karşılama ve renkli hizmet.

Toprakbank

Toprak Grubu kendini gösteriyor. Toprakbank logo ve amblemi grubun ambleminden çok küçük. Bence sıcak bir havası yok. Amblemin etrafına koyulan linkler yaratıcı olduğu izlenimi veriyor ama değil. Sıradan ve basit. Diğer sayfalar ile uyumu fena değil. Ama yine Toprak'ın T'si kendini gösteriyor. Kurumsal renklerin uygulandığı iyi.

Vakıfbank

Kurumsal renklerini soluk halde işlemişler. Logo ve amblem çok küçük işlenmiş. Sıradan... Reklamlarından sonra daha güzel bir şey beklerdim ama bence yapılmak için yapılmış. İşlevsel olabilir ama estetik zayıf.

Yapı Kredi Bankası

Süper... Gerçekten milenyum trendine ayak uydurmuş. Canlı 444 0 444 yazısı dikkat çeki-yor. Kurumsal renk beyinlere kazınıyor. Teknolojinin estetik ve kullanışlı yönleri görülüyor. Hızlı arama bölümü kullanıcılara kolaylık sağlayabilir. Bilgilendirci, hareketli... Linkler daha sade.

Yaşarbank

Çok düz, sade. Kurumsal renklerin kullanımından başka bir şey yapılmamış. Yaratıcılık yok. Olması gerektiği için yapılmış. Mavi logonun sarı fonu, ayrı bir fon olan sarı içersinde beyaz çizgi ile ayrılması çok acemice. Linkler için de aynı eleştiriler geçerli.

Yurtbank

Amblem ve uygulaması çarpıcı, belirgin. Hareketli görüntü fazla yer kaplamış, işin kolayına kaçılmış. Link bağlantıları çok basit. Yaratıcılık sıfır. Linklerin ana sayfası ile bütünlüğü sıfır. Kurumsal renkler mavi, yeşil linklerde daha çok işlenmiş ve daha canlı ama bütünlük yok.

Ziraat Bankası

Milliyetçi bir havası var. Çarpıcı bir şekilde belirgin. Kullanılan logo ve amblem, diğer taraftan 75. yıl bayrağı siteyi kırmızıya boğmuş. Banka resmi de köklü bir hava vermiş. Yaratıcılık açısından başarısız. Linkler çok sade, olması gerektiği için yapıldığı kesin. Her linkde logo ve amblem çarpıcı ve yer kaplıyor, olmamış.

(İnternet Kullanıcısı)

Abank

Siteye giriş oldukça etkileyici. Çok şık ve çok farklı bir havası var bu girişin. Renkler birbirleriyle son derece uyumlu olmuş. Sadelik bu girişe ayrı bir hava vermiş, üstelik çok çağdaş bir çizgide farkediliyor. İç taraflarda da bu çağdaşlık devam ediyor. Kullanılan ince hatlar ve farklı dizayn anlayışıyla diğerlerinden hemen ayrılan bir site. Yeteri kadar yazı, yeteri kadar resim kullanılmış. Kesin ve net bir bakışa sahip, farklı ve zengin bir banka havası yaratıyor. Bu sitenin adeta evrensel bir havası var denilebilir. Uzay çağının sitesi, enerjik ve atılgan...

Akbank

Bu bankanın sitesinde girişteki fotoğraflı bölüm hoş. Yalnız biraz karışık bir sayfa olmuş. Sağ tarafta büyük bir boşluk var. O kısım rahatsız ediyor biraz. Sayfanın klasör/ajanda gibi dizayn edilmesini beğendim. renklerin kullanımını da beğendim. Bence sol taraftaki kutular sağdaki boşlukta daha güzel görünürdü. Pratik bir şekilde hazırlanmış bir sayfa, fotoğraflarla görselliğe hitap etmesi de iyi. Fena değil.

Bank Ekspres

Hemen amblemin altındaki renkli t asarım çok hoş. İlk bakışta modern ve şık bir sayfa. Kullanılan lacivert tonu da çok güzel. Sitenin genelinde vidalı esprisinin her tarafta kullanılması da etkileyici olmuş. Fotoğraflarla da zenginleştirilmiş bu sitede dolaşmak çok hoş.

Bayındırbank

Çok hoş bir anlatımı olan bir site. Farklı bir tarzı var. Sayfa düzenlemesi ve yaratılan ilginç butonlaştırılmış resimler çok şeker. Doğrusu ilgi çekiciliği hemen hemen bir sayfada sürüyor. Renkler, birbirleriyle uyumlu. Çok temiz sade ve şık bir site. Yazıların büyüklükleri yeterli, abartı yok. Dinamik ve heyecan verici bir site ayın zamandı. Burda dolaşmak sıradan insanlar için ilginç bir deneyim olabilir.

Demirbank

Bankanın kendi renkleriyle hazırlanmış ilk sayfası fazla çekici görünmüyor. Oldukça sıradan bir başlangıcı var. Herşey olması gereken yerde ve hiç şaşır-

tıcı değilken aniden, çok daha canlı ve dinamik renklerle bezenmiş, küçük ve eğlenceli butonlarıyla sıcak bir siteye dönüşüyor. Tabi böyle olması insanı bir anda şaşırtıyor. Dolaşması da eğlenceli bir site, fena değil, hatta iyi...

Denizbank

Hoş bir girişi var. Kapı esprisi daha etkili bir şekilde kullanılabilirdi. Kapının üstteki buton dizisi bu kapıyı tıkladıktan sonra da belirebilirdi. Bu kapının sadece @çık Deniz diye farklı bir hizmet verdiği düşüncesine saplanıp kalınmazdı. Sol alttaki resimlerin bir miktar büyük olması belki daha iyi olurdu. Çünkü bu kapı oldukça büyük görünüyor, bu resimlerin yanında. Sağdaki sarımsı amblem çok yalnız bırakılmış. Genel olarak bu ilk sayfada bir askıda kalmışlık hissi hakim. Bu seyrek sayfadan sonra, diğer sayfalarda aniden bir yoğunluk göze çarpıyor. Buna başka bir çözüm bulunabilirdi. Buralarda dizilenmiş bilgilerin gerekliliğine bakılıp aynı anda birden fazla yere ulaşmayı sağlayabilecek bir sistem kullanılsa fena olmaz. Bu sitenin de eğlenceli olduğunu söyleyemeyiz. Fazla sade ve sıkıcı daha doğru sözler olur.

Dışbank

Çok ilginç bir fikirle başlamış, fakat daha sonra sıradanlaşma var. Ana sayfa çok rahat ve gözü alıcı olmasına rağmen iç taraflarda hareket hiç yok. Resimlerle zenginleştirilebilirmiş. Fazla renk kullanılmayışı da sıradanlaşmasını sağlamış olabilir. Sol taraftın hareketli oluşu bu sitenin cansızlığını biraz dengelemiş. En azından bazı bölümlerde farklı zeminler kullanılsaydı daha iyi olurdu. Yani zemin rengi değişebilirdi.

Egebank

Fotoğraflı, hareketli, canlı bir başlangıç. Yazı karakterinin de güzelliğiyle, renklerin uyumuyla etkileyici bir site. Seçilen fotoğrafların da etkisiyle olsa gerek insan çok elit bir sitede olduğunu düşünüyor, pratik yolları gösteren butonlarıyla bence oldukça iyi bir site, fazla söylenebilecek bir şey yok, doğrusu sımsıcak bir site.

Emlak Bankası

Sayfaya ilk baktığımda bir bilgisayar oyununa bakıyormuş gibi oldum. Bence çok renkli olmuş, çok göze batıyor, bir bankada olması gereken ağır hava yok, özellikle Emlak Bankasını düşününce bu sayfa çok hafif kalıyor. Logonun sürekli hareket gözü yoruyor. Menü sistemi ilgi çekici ama çok renk-

li bir de ikonlar pek hoş değil. Zemin rengi beyaz olsa beki bu renk karmaşası bu kada yaşanmazdı. İç sayfalarda da durum pek farklı değil, amblem çok küçük kalmış ve yine hareket halinde, Emlak Bankası yazısı ise sayfanın üstünü tamamen kaplıyor, bu da pek hoş değil, yazı sistemi oldukça başarısız ve eski, daha çağdaş bir yazı tipi kullanılabilirdi. Menüdeki karmaşa iç sayfada da devam ediyor, aynı ikonlar iç sayfalarda da kullanılmış ama düzenli olması biraz daha iyi, yanlarındaki turuncu bantlar sayfa genelinde çok göze çarpıyor. Genel intiba ile kötü bir site, bence bir bankanın web sayfası biraz o bankayı yansıtmalı. Burada sadece Emlak Bankasının logosu var o da sürekli hareket ettiği için insanın başı dönüyor bir müddet sonra.

Esbank

Ana sayfası çok sade olmasına rağmen gayet hoş. Beyaz sayfaya oldukça güzel bir şekilde dağıtılmış, yazılar hoş bir görünüm sağlamış. Sonraki sayfalarda da devam etse iyi olurmuş ama; bu sayfalardaki sol taraftaki butonların renkleri pek uymamış. Çok güzel bir site olduğunu düşünmüyorum. Fazla zevkli hazırlanmış. Yalnızca butonlarla çok kolay bir erişim sağlıyor.

Etibank

Küçük küçük, sıkıştırılmış ve yoğun yazılar girer girmez gözü çok yoruyor. Az resimli olması da kötü bir izlenim sağlıyor. Aslında sitede kullanılan renklerin uyumlu olmasına rağmen hareketin olmaması bu siteye eksi puan kazandırıyor. İç taraflarda zeminin renkli olması biraz havayı değiştirmiş. Fazla sakın, hatta neredeyse sıkıcı bir site...

Finansbank

Amblemiyle ve site tasarımıyla çok hareketli hoş bir site. Renkleriyle birbirine uyumlu bölümleriyle çekici bir havası var. İç taraflarda da bu havanın devam etmesi çok iyi olmuş. Butonların uygulaması ilginç, çok akıcı ve anlatım bakımından oldukça zengin bir site. Kolayca dolaşılabilir. Zevkli biraz daha dinamizm olsaydı favori bir site olabilirdi.

Garanti Bankası

Ana sayfa ilk izlenim itibarıyla çok sade ve sıkıcı. Her taraf diktörtgenler ile dolu, sadece bu düzeni bozan sağ taraftaki hareketli kutucuklar biraz sayfaya canlılık getiriyor. Yeşil rengin kullanılması güzel, garanti bankasını çağrıştırıyor. Sayfanın alt kısmındaki siyah renkli yazının sayfa ile alakası

yok gibi duruyor. Logonun kullanımı başarılı sayılabilir. Ama logonun yer aldığı bant iç sayfalarda da kullanılsaydı biraz daha bütünlük olabilirdi, iç sayfalar giriş sayfasına göre daha baştan savma tasarlanmış gibi gözüküyor. Mavi yazılar ve sarı butonları tamamen farklı bir yapıda ve sitenin genel kurumsal havasına hiç uymuyor. Ana sayfadaki sıkıcı yapı, iç sayfalarda biraz değişiyor ama bu değişim daha iyiye doğru değil malesef. Yazı tipi iç sayfalarda daha da bozularak devam ediyor, genel olarak başarısız bir site izlenimi uyandırdı bende, eğlenceli ve sıcak bir havası yok.

Halkbank

Çok sıradan ve basit bir giriş sayfası. Ortaya asker gibi dizilmiş tuşlar kötü, üstelik en alttaki tuş sola kaymış. Sayfaya girer girmez sıkılıyorsunuz. Bu bir sürü şeyin olduğu sayfadan sonra hiçbir şeyin olmadığı sayfalara geçiliyor. Oralarda fazlaca basit olmuş. Göz boyayan ana sayfadan sonra bomboş sayfalar. Özenilmemiş bir site izlenimi veriyor. Basit bir site...

İktisat Bankası

Çok sade ve şık bir sayfayla açılıyor. Pratikçe hesaplanmış bölümleri var, oradan kolayca diğer bölümlere geçiliyor. Diğer bölümlerde sayfa düzeninde değişikliklerin oluşuda site için gerçekten düşünüldüğünü ifade ediyor. İyi olmuş fazla eğlence olmasa da rahat ve pratik bir site. Kararlı ve kesin bir bankacılık anlayışını anlatır gibi.

Interbank

Çok Avrupai bir başlangıç sayfası. Kendine has butonların kullanıldığı bu sayfada, diğer butonlar da aynı büyüklükte kullanılabilirdi, o zaman daha uyumlu olurdu. Kart resimlerinin verev durması hoş olmuş. Daha sonraki sayfalarda da bu butonların devam etmesi siteyi çekici tutuyor. Ayrıca burdaki yeni dizayn da sitenin hep aynı görüntüde olmamasını sağlamış. Renkleriyle, fotoğraflarıyla hoş görünen bir site, en azından bazılarından daha iyi.

İş Bankası

Giriş sayfası pek ilgi çekici değil, düz beyaz zemin üzerinde yazılardan başka bir şey yok. İş Bankasının amblemi kullanılmamış, sadece yazısı var. Sol ve sağ taraflarda ki menüler, çok klasik bir anlayışla hazırlanmış ama kötü değil. Bunun haricinde sitenin genel olarak sıkıcı ve itici bir havası var, kullanıcıya pek bir şey vermiyor görsel açıdan, daha çok hizmet ağırlıklı hazır-

lanmış ama bu sırada görsellik unutulmuş malesef. İç sayfalar ile giriş sayfası arasında pek bir fark olduğu söylenemez, menü sistemi iç sayfalarda da aynı yerlerinde, değişen orta tarafta ise değişen tek şey yazılar link v.s. Atatürk resmine bir anlam veremedim doğrusu. Siteye genel olarak baktığımızda zaten görünen iki fotoğraf var biri telefon diğeri de Atatürk, kurum kimlikten bahsetmek de pek doğru bir hareket olmaz, ortada görünen tek kimlik, bankanın adı ve yazıların mavisi, devlet bankası zihniyetinden kurtulamamış, işlevselliğe teslim olmuş, görsel açıdan itici bir site.

Kentbank

Çok statik bir sayfayla açılıyor. Sol taraftaki tabela gibi olan bölüm pratik olmasına rağmen siteyi sıkıcılaştırmıyor. Beyaz kısımda zemindeki Kentbank ambleminin, zemine yayılmış olması dikkatimi çekti. Diğer sayfalarda da ilk sayfa gibi az yazı var. Bu da siteyi bomboşmuş gibi hissettiriyor. Daha yoğun bir site olabilirdi. Fotoğraflarla ya da başka tarzda motiflerle bezenebilirdi. Sayfanın yeşil oluşu ve az renk kullanılması sadec beyaz renkle muhattap olmamıza yol açıyor. bu da bir süre sonra sıkıcı oluyor. Bilgilendirme bakımında da zayıf bir site.

Koçbank

Hareketli bölümleriyle oldukça ilgi çekici bir girişi var. İlk sayfada amblemin tekrarlanmasına gerek yokmuş, heryer amblem olmuş. Pratik butonlarıyla istenen yere ulaşmak, bilgi almak oldukça rahat. Sol tarafta da bu hareketli birimlerden olsaydı sitenin çekiciliği artardı. Üstte kullanılan renkler oldukça uyumlu. Genel olarak iyi bir site...

Körfezbank

Müthiş seçkin bir başlangıç. Seçkin bir renk kombanasyonu ve seçkin bir ışığı var bu sitenin. Butonların statik bir görünümü var. Yazıların hep aynı yerden akması da fazla statik olmuş. Ama herhalde bu siteye daha hareketli bir kompozisyon olamazdı. Biraz daha hareket ve değişik butonlar tasarlansaydı, çekiciliği artardı. En azından zemin renkleri değişebilirdi. Fazla tutucu bir site izlenimi var.

Osmanlı Bankası

Çok tatlı bir şekilde başlıyor. Yaprak esprisini beğendim fakat biraz kuş tüyünü andırması bakımından kafa karıştırıyor. ama sonuç olarak ağacın üze-

rinden hareket edilmesi farklı bir fikir. Diğer taraftaki butonlar da güzel duruyor. İlerledikçe iç sayfalardaki fotoğrafta yapılmış uygulama da çok güzel olmuş. Yazıların dizaynı da çok iyi oturmuş. Bu site de iyi denebilecek sitelerden biri bence, ağaç esprisi siteye canlılık katmış, ilginç.

Pamukbank

Çok ilginç ve sevimli butonlarla diğer sayfalara geçilebiliyor. Ana sayfası sade ve rahat bir sayfa. Sayfanın aşağıya doğru uzaması da çok hoş. Biraz fazla yazı olmasına rağmen gerekli herhalde. İnsan aradığı şeyi kolayca bulabiliyor. Sayfalarda kullanılan renkler bankanın rengi olan kırmızının yanısıra yakışan renkler. burada sadece sağ vesoldaki boşluklar çok büyük. Buralarda da hareketli birşeyler olsaydı daha şık bir site olurdu.

Şekerbank

Renkler oldukça uyumsuz olmuş. Özellikle pembe ve yeşil hiç uymamış. Belki butonlar daha küçük olsaydı, biraz daha iyi olabilirdi. Bu butonların üstündeki yazılarda daha küçük tutulsaydı da iyi olurdu. Resimler de olmasa oldukça zevksiz bir site olurmuş. Ama sayfadaki, ortadaki yazılar çok küçük bence zevksiz bir sayfa.

Sümerbank

Ana sayfası çok hoş başlıyor. Bundaki yazıt esprisi çok değişik olmuş. Fotoğraflı tasarım da gayet iyi olmuş. Sonraki sayfadaki dizaynı da kolay ve şık olmuş. Beyaz kısım çok büyük kalmış ama, çok fazla yazıyla yormadıklarında dolayı bu site de dolaşmak ve bu siteyi anlamak kolay oluyor. Biraz daha hareketli tuşlar ve daha çekici şeyler kullanılsaydı daha iyi bir site olabilirdi. Ayrıca ilk sayfadaki bütün siyah devam etseydi daha da iyi olurdu. Adına yakışır asil bir havası olurdu.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Çok şık, çok zevkli hazırlanmış bir site. Zeminin resmi çok güzel seçilmiş, fazla baskın olmamasına dikkat edilmiş bu da çok iyi. Renkler harika, alt taraftaki amblemlerin hareket etmesi de çok hoş, maviyle kullanılan diğer renkler de hoş uyumlu. Çok zevkli, çok kolay bir site...

Tekstilbank

Ana sayfada amblem dışında daha uyumlu bir renk kullanılabilirdi. Burdaki amblem çok büyük olmuş ve diğer sayfalara girişte kullanılan yazılar sayfanın çok altında olmuş adete sıkıştırılmış, üstelik bu yazıları okumak da çok güçlük çekilebilir, çünkü yazılar çok küçük. diğer sayfalarda amblemin hareketli oluşu hoş bir görünüm sağlamış. Fotoğraflarda sıcak bir hava veriyor. Bilgilerin hep aynı yerden akması biraz basitleştirmiş. Bu kısımlarda da daha farklı bir dizayn olsa harika bir site olabilirdi. Bir de çok az renk kullanılmış, biraz daha sıcak renklerle süslenebilirdi.

Toprakbank

Çok fazla buton kullanılarak başlamış ilk sayfada bu butonlar amblemi bozmuş. Alttaki resimli butonlar fazla farkedilemez hale dönüşmüş bu yüzden ve yazılar sayfanın altına sıkıştırılmış. Yanlardaki boşlukları da kullan saydılar daha çözümcü olurdu. Sonraki sayfalar daha iyi tasarlanmışlar diye düşünüyorum. Yalnız burda da sağ alt banttaki yazılar çok sıkışmış. Sayfanın ortasındaki amblem çok büyük görünüyor. İlk sayfadaki resimli butonlar burda da kullanılsa daha iyi olurmuş. Kullanılan renkler geneldi güzel. Çok kolay gezilen bir site değil.

Vakıfbank

Çok düzenli ve sıralı olarak hazırlanmış tuşlar dizisi, yine düzenli olarak sıralanmış kartlar, alt alta sıralanmış diğer tuşlar da çok sıkıcı görünüyor. Herşey çok sıralı ve hareketsiz sabit gibi görünüyor. Sayfanın tek esprisi amblemin altındaki mouse'un üstündeki 7/24 yazısı... Diğer sayfalardaki tablo sistemi de diğerleri gibi sıkıcı olmuş. Çok keyifsiz, sadece işleme yönelik bir site...

Yapı Kredi Bankası

Çok karmaşık bir site, sayfa geldiği anda insan nereye bakacağını şaşıyor. Her yerde bir hareket var, yazılar hareketleniyor, bannerlar hareketli genel olarak yorucu bir başlangıcı var. Kurumsal açıdan doğru tasarlanmış olduğunu söyleyebilirim. Rengin ve logonun kullanımı güzel. İç sayfalarda daha sakin ve rahat bir hava var. O karmaşa burada azalmış hatta yok olmuş yerini beyaz zemine ve yazılara bırakmış. Textlerin renginin mavi olması biraz olsun okumayı zorlaştırıyor. Hizmet anlamında başarılı bir site denebilir. YKB'nin tüm bankacılık hizmetleri bir şekilde bu siteye aktarı-

mış, kullanıcı için güzel bir şey bu. Giriş sayfasının boğuculuğunu atlatan iç sayfalar insana huzur veriyor belkide giriş sayfasını geçince böyle düşünüyor insan. Çağdaş olmak isterken biraz sıkıcı ve karmaşık hale gelmiş bir site.

Yaşarbank

Bu bankanın sitesi de gayet sıradan başlıyor. İçindeki sayfalarda da fazla değişiklik yok. Geri kalmış bir internet anlayışı var oysa ki değişik renkler ve tasarımlar var bu sayfalarda özellikle renkler iyi seçiliş. Ama hareketsiz ve sıradan. Fazla sıradan...

Yurtbank

Ana sayfadaki kırmızı olan bir miktar aşağıya alınıp, amblemden az miktarda uzaklaştırılsaymış belki daha etkili olabilirmiş. Bu başlangıç çok basit ve pasif bir başlangıç olmuş. İç sayfalardaki düzenlemeler çok daha iyi. Basit ve yakın olmasına rağmen rahat bir site.

Ziraat Bankası

Tam bir Türk sitesiyim ben diyor. Ziraat Bankası'nın antik ve güzel binalarından birinin fotoğrafı da olmasa çok kötü görünebilecek bir ana sayfası var. Herşey yazılar halinde verilmeye çalışılmış. Hiç değişik butonlar kullanılmamış, diğer bölümlerde de aynı basitlik devam ediyor. Çok sıkıcı...

(İnternet Kullanıcısı)

Abank

Açılış sayfasında televizyona benzeyen birşey var ama bu tam olarak verilmemiş zannedersem. Çok donuk renkler var ve hiç canlılık yok. Hareketli görüntüler var ama yine de basitlikten sıyrılamıyor. Daha çarpıcı görüntülerle sayfa candırılabilirdi.

Akbank

Çok düzenli, uyumlu renklerle hazırlanmış bir ana sayfası var. Yazı karakterleri gayet net ve anlaşılır şekilde düzenlenmiş. Kafa karıştırmayan, yerli yerine oturtulmuş başlıklar sayayı renklendiriyor. Zemin rengiyle tüm sayfanın uyumu hoş görünüyor. Hoşa giden bir site.

Bank Ekspres

Çok canlı, çarpıcı ve etkileyici bir ana sayfa düzenlenmiş. Göze batacak herhangi bir olumsuzluk yok. Canlı renklerle hazırlanmış bir geniş buton sayfaya çok farklı bir hava kazandırmış. Sadeliği ve etkililiği bir arada kullanmışlar. Bank Ekspres başlığı çok fazla iri değil. Bu da herşeyin ölçülü ve abartıdan uzak hazırlandığını gösteriyor. Yazıların düzeni ve netliği de siteyi başarıya taşıyor. Güzel bir site.

Bayındırbank

Banka sitesi olduğunu biraz geç anladım Logoyu zor gördüm. Renkler hiç yok. Fotoğraflar her yeri kaplıyor. Butonları göremiyorum. Karmaşık bir site.

Demirbank

Çok güzel bir site. Açılış sayfası biraz monoton ilerliyor. Çok düzenli, basit ve uyumlu renklerle düzenlenmiş, yazıları gayet net bir açılış sayfası. Alt sayfalarda ise hafif sıradanlığından sıyrılıyor ve rengarenk cıvı cıvı bir hal alıyor. Ancak anlaşılabilirliğinden hiç bir şey kaymetmiyor. Sadece kendi canlı renklerine biraz daha hareket katarak butonları ve başlıkları oluşturuyor. Gayet güzel, canlılık katan bir site.

Denizbank

Tatil havasında bir site. İkonları çok sade, butonlar anlaşılmıyor. Seçkin bir görüntüsü var. Renkleri ise fazla değil, konu hiç görünmüyor.

Dışbank

Kullanılan renkler ve tonları birbirleriyle gerçekten çok uyumlu. Özellikle hareketli dünya resmi sayfayı gerçekten çarpıcı kılmış. Gölgeler, butonlar ana başlıklar, metinler dört dörtlük. Resimlerle metinler desteklenmiş. Hiçbir kusur yok. Mükemmel bir site olduğunu samimiyetle söyleyebiliriz.

Egebank

Bu renk çok çarpıcı ve kötü. Fotoğrafları fena değil. Butonları çok garip, logo hiç gözüküyor. Harfler çok küçük. Biraz renk bakımından eğlenceli.

Emlak Bankası

Çok kötü bir site gibi gözüküyor ilk açıldığında. Çok renkli, zemin rengi sayfayı çok basitleştirmiş, amatör bir sayfası hatırlatıyor, ilk bakışta hiç de bir banka sayfası gibi değil. Emlak Bankası yazmıyor bile. İkonlar güzel olmuş ama sürekli tekrarlanması sıkıcı çünkü aynı menü hem ana sayfada hem de iç sayfalarda var, sadece düzeni değişmiş. Emlak Bankası yazısı net okunmuyor iç sayfalarda, sayfanın üst tarafı tamamen farklı bir dünyada alt tarafa göre, çok kopmuş birbirinden, kimlik adına sadec amblemin renkleri doğru, belli ki pek özenilerek hazırlanmış bir sayfa değil, linklerin bazıları çalışmıyor. Yazıların bazıları çok küçük bazıları çok büyük. Bir denge yok kendi aralarında Türkiye Emlak Bankası yazısı ile Genel Müdür Yardımcıları yazısı neredeyse aynı büyüklükte ama menü de yazan yazılar okunamayacak kadar küçük kalmış, renk seçimi çok hatalı, bir bankanın web sayfasında ziyade, kişisel bir homepage'i andırıyor bu site.

Esbank

Karman çorman, tamamen birbirine karışmış sayfaları birbirinden olduğunca kopuk bir site. metinler özet değil, gereğinden fazla uzun ve sıkıcı. Açılış sayfası bomboş. Sayfalar arasında gezinmeye başlayacağınız zaman boğulacağınızı hissediyorsunuz. Butonların rengarenk, uyumsuz ve birbirlerinden farklı çeşitlerde hazırlanması gerçekten çok gereksiz olmuş. Ben- ce daha iyi hazırlanmalıydı.

Etibank

Başlangıç sayfası gerçekten çok bulanık. Yazılar ve resimler, aynı şekilde sayfanın solundaki başlıklar birbirine çok yakın. Metinler çok uzun. Neyi nerede bulacağınızı karıştırıyorsunuz. Etibank logolarının hareketli olması hareketlilik sağlamış ama bunun yeterli olduğun düşünmüyorum.

Finansbank

İççe girmiş ve aynı şekilde devam eden sayfa tasarımları var. Büyük ok işaretleri özellikle herşeyi birbirine karıştırmış. Başlıklar ve bunların ek başlıkları düzeni verilmemiş. Yerleştirilen resimlerle butonlar tamamen birbirine karışmış. Renkler çok koyu kullanılmış ve yazıların okunabilirliğini zorlaştırmış. Daha açık renklerle estetik sağlanabilirdi.

Garanti Bankası

Ana sayfa ilk izlenim itibariyle çok sade ve sıkıcı. Her taraf dikdörtgenler ile dolu, sadece bu düzeni bozan sağ taraftaki hareketli kutucuklar biraz sayfaya canlılık getiriyor. Yeşil rengin kullanılması güzel, garanti bankasını çağrıştırıyor. Sayfanın alt kısmındaki siyah renkli yazının sayfa ile alakası yok gibi duruyor. Logonun kullanımı başarılı sayılabilir. Ama logonun yer aldığı bant iç sayfalarda da kullanılsaydı biraz daha bütünlük olabilirdi, iç sayfalar giriş sayfasına göre daha baştan savma tasarlanmış gibi gözüküyor. Mavi yazılar ve sarı butonları tamamen farklı bir yapıda ve sitenin genel kurumsal havasına hiç uymuyor. Ana sayfadaki sıkıcı yapı, iç sayfalarda biraz değişiyor ama bu değişim daha iyiye doğru değil malesef. Yazı tipi iç sayfalarda daha da bozularak devam ediyor, genel olarak başarısız bir site izlenimi uyandırdı bende, eğlenceli ve sıcak bir havası yok.

Halkbank

Düzenli ve sevimli bir açılış sayfası düzenlenmiş. Halk Bankası binasının sol tarafa yerleştirilmesi, sağ tarafta 75. yıl ambleminin ve kaplan resminin yerleştirilmesi ve linklerin ortada olması gayet güzel bir uyum sağlamış. Alt sayfalarda da bu dezinin bozulmaması gösterilen özeni kanıtlıyor.

İktisat Bankası

Site açıldığı zaman ortaya sıkıştırılmış bir sayfayla karşılaşılıyor. Herşey iççe girmiş ve sayfanın kenarlarında gereksiz boşluklar yaratılmış. Farklı renklendeki yazılar birbirine çok fazla bitleştirilmiş çok farklı türde yazı ve reklam tarzları bir arada kullanılmış. Göz yoran, itici bir sitesi var. İktisat Bankası logosu gereksiz ve uygunsuz yerlerde kullanılmış ve başlangıçtaki gibi alt sayfalarda da rahatsız edici boşluklar dikkat çekiyor. Çok daha iyi hazırlanması gereken bir site.

Interbank

Çok güzel bir site izlenimi sunuyor. Çok genç ama köklü, profesyonel bir imaj çiziyor. Modern tekniklerle geliştirilmiş. Renkler gerçekten birbirini tamamlıyor. Hem yazılar hem de başlıklar çok güzel.

İş Bankası

Genel görünüşü itibari ile sade ve pek özenilmeden hazırlanmış bir site. Genellikle yazılardan oluşuyor, İş Bankası adına gördüğümüz pek bir şey yok, olan tek şey logosu. Amblemi kullanılmamış bile zaten, hizmet ağırlıklı yapıldığı belli oluyor bunun haricinde başka bir şeylere dikat etmemişler. Görsel olarak oldukça itici ve kötü, bir de zemin rengi kullansalarda sanırım bağlananların siteden ayrılmaları 1 dakikalarını almazdı. Yazıdan başka bir şey yok, tasarım adına yapılan hiç bir şey yok. Bir banka web sayfası hazırlatıyor ve bu sayfaya amblemini koymuyorsa bu banka hakkında da söyleyecek pek bir şey bulamıyorum doğrusu.

Kentbank

Kentbank'ın kendi zevkleriyle bir sayfa hazırlanması güzel fakat yeşilin koyu kullanılması sayfaları çok boğuyor. Özellikle yeşil çalışılmış fakat yeşilin farklı tonlarının kullanılması herşeyi birbirine karıştırmış. Yazılar çok küçük, okunması zorlaşmış. Birbirleri arasında bu kadar boşluk bırakılmasaydı hiçbir şey okunmayacaktı sanırım.

Koçbank

Çok acaip bir site. Dr. Koçbank çok saçma. Arması çok komik, renkler iyi sayılır. Harfleri okunaksız. Heryerde Koç logosu var. Fotoğraflar çok iyi seçilmiş. Birazda karmaşık bir site.

Körfezbank

Çok koyu bordo renkte ana sayfası ve boyutlarında abartı olmuş dev gibi bir Körfezbank logosu var. Butonlarda herhangi bir problem yok. Ortada kullanılan resimdeki bina çok hoş ama bence daha çok artaya çıkartılması gerekiyordu. Alt sayfalarda bu koyuluk geçirilmeye çalışılmış ancak çok fazla değişiklik görünmüyor. Başlıklarla, başlıklara bağlı metinler birbirlerinden zorlukla ayrılıyor. Logo olmasa anlaşılamayacak bile denebilir. Biraz daha uğraşılması gereken bir site.

Osmanlı Bankası

Hoş olmayan bir site. Tam olarak neresi çirkin anlayamadım ama zannedersem bu imajların birbirinden çok kopuk omasından kaynaklanıyor. Osmanlı Bankası'nın şekil olan ağacın üzerine yerleştirilmiş yapraklar renk açısından çok koyu ve birbiriyle alakasız. Bence başlıkların bu yapraklar altında değilde sayfanın başka bölümlerine yerleştirilmiş olsaydı daha güzel olurdu. Diğer sayfalardaki metinlerin uzunluğu can sıkıyor. Hiç beğenmedim.

Pamukbank

Açılış sayfasında yazıların yanında kullanılan butonlar sayfayı çok secimli hale getirmiş. Çok hoş a gidecek bir sayfası var. Rengarenk hazırlanmış cıvıl cıvıl hazırlanmış. Çok sade, çok beğenilecek ilk izlenimi sağlıyor. Uzunluğu sıkıcılık sağlayabilirdi ama tam tersi etkiyi sağlayabilmişler. Yazılar çok düzenli gerçekten hoş bir site hazırlanmış.

Şekerbank

Adı gibi şeker renklerle hazırlanmış bir site. Mor, pembe ve yeşil renklerle hazırlanmış olması çok sevimlilik kazandırmış. Fon rengi seçimleri gerçekten çok başarılı. Gerçi boşlukların yazı tarzları birbiriyle biraz uyumsuz ama yine sayfanın başarısını bozmuyor. Gerçekten çok güzel ve beğendiğim bir site.

Sümerbank

Açılış sayfasında kullanılan resimler çok güzel ama bunların yerleştirimi çirkin olmuş. Sayfa tasarımı daha güzel planlanmalıydı. Fon renginin koyu olması boğuculuğa neden olmuş. Yine de Sümerbank'ın TV reklamlarıyla kıyaslanamayacak düzeyde teknikler kullanılmış. Gelişimini bekliyorum.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Çok güzel dizayn edilmiş bir site. Sadeliği ve çarpıcılığı bir arada görebiliyorsunuz. TEB ikonlarının altına ana başlıkların yerleştirilmesi çok güzel bir fikir. Fonda canlı bir resmin olması normalde düz olan bir zemine göre kıyaslanamayacak derecede mantıklı bir kullanım. Böylece gereksiz boşluklardan ve boşlukları gereksizce doldurma tehlikesinden kurtulunmuş. Başarılı bir site.

Tekstilbank

Ana sayfadaki Tekstilbank yazısının hareketli olması gayet hoş. Bundan başka bir tekniğe gerek duyulmaması güzel. Sadelik tam derecesinde sağlanmış. Alt sayfalarda siyah beyaz karelerle bile resimlerin olması samimiyeti sağlıyor. güveni ve resmiyeti bir arada sunuyor. Alt sayfalarda başlıkların o başlıkları belirten resimlerle tamamlanması çok güzel. Fon rengi açık renk ve bakıldığında boşluklar var ancak bunlar herhangi bir şekilde rahatsız etmiyor. Başlıkların alt sütuna dengeli yerleştirilmesi ve üzerine gelindiğinde renk değiştirmesi belirleyici ve dikkat çekici. Beğenilecek bir site.

Toprakbank

Genel olarak ilginç ve sıcak bir site, renkleri güzel seçilmiş. Her sayfada logonun zeminde kullanılması biraz sıkıcı olmuş, çok çağdaş bir yapısı olmasada kurumsal olarak doğru tasarlanmış bir site olduğu söylenebilir.

Vakıfbank

Düzenli ve ciddi bir açılış sayfası var. Her başlık, her buton ve her metin gerçekten çok düzenli ve sıralı yerleştirilmiş. Sayfayı doldurmak için kullanılan gereksiz karakterlerden kaçınılmış ve bu da sadeliği sağlıyor. Başlıklar üzerine gelindiğinde başlıkların renginin değiştiği görmek çok güzel. Yerli yerine oturtulmuş grafikler kullanılmış. Her şey birbirine simetrik uzanıyor. Renk uyumları, tercihler ve butonlar çok uyumlu. Vakıfbank logosunun kullanım yerleri çok etkileyici.

Yapı Kredi Bankası

Çok güzel bir sayfa, şu ana kadar gördüğüm en güzel banka sitelerinden biri. Flash kullanılmış, yazılar çok dengeli. Renk çok uyumlu olmuş YKB'ile. Sürekli bir hareket var sitede, buda müşterinin dikkatini çekiyor. İç sayfalarda hemen hemen aynı, sadece fon değişmiş ve beyaz olmuş, giriş sayfasının o etkileyici havası pek içerlerde kalmamış denebilir. Daha çok içerik ağırlıklı olmuş iç sayfalar, bunun olması gerektiği düşünülür ise genelde çok güzel bir site. İç sayfalarda YKB yazmıyor, sadece giriş sayfasında var, içte sadece logo kullanılmış ama rahatsız etmiyor, kurumsal renkleri her yerde orantılı olarak kullanılmış bu çok hoş. Güzel bir site ben çok beğendim.

Yaşarbank

Çok garip bir site. Anlaşılması biraz zor. Ben bir şey anlamadım. Logosu çok garip. fotoğraflar renksiz ve küçük. Butonlar hiç anlaşılmıyor.

Yurtbank

Komik bir logosu var renkleri çok basit. Yazılar çok küçük. Fotoğraflar büyük ve zorlanmış gibi gözüküyor.

Ziraat Bankası

Rengarenk başlangıç sayfası aslında hoş olabilecek sayfanın ahengini bozmuş. Mavi ve kırmızı birbirine çok karıştırılmış. Sayfanın ortasındaki bina resmi ayrı bir hava kazandırmış ve sayfayı kötü olmaktan kurtarmış. Ancak linklerin bir sayfada bütünlük içinde sırasıyla verilmesi gerçekten hoş görünüyor. Site kısa, öz ve net hazırlanmış.

(İnternet Kullanıcısı)

ABank

Altyazı sistemi çok yavaş. Tele Şube butonunun telefon numarasında belirtilerek tasarlanması akılda kalıcı ve güzel. Genel olarak modern fakat çekici bir yanı yok. Yani uzun süre kalmak istediğim bir site değil.

Akbank

Çok sıcak bir havası var bankanın. Fotoğraf çok güzel duruyor. Renkler çok uyumlu. Giriş sayfası biraz kalabalık ama yine de modern bir havası var sitenin. İç sayfalarda biraz fazla yazı var genelde başarılı bir site.

Bank Ekspres

Giriş sayfasındaki sloganın bulunduğu geometrik şekil müzik seti havasında ama modern. Tarihi yanlış gösteriyor. Ana sayfada çerçevedeki noktalarda buton gibi gözüküyor çok keskin çizgileri olan bir site.

Bayındırbank

Kullanılan sloganlar ve resimler uyum ve görünüm açısından çok güzel. İngilizce seçeneği daha belirgin olmalıydı. Bankanın amblemi ve logosu sağ alt köşede olmamalıydı. Basit bir tasarım gibi algılıyorum.

Demirbank

Tek kelimeyle kötü bir tasarım. İncelediğim diğer banka siteleriyle kesinlikle alakası yok. Butonları göz çarpıcı değil. Ana sayfada banka hakkında bilgilerin olmasında cazip değil. Kullanılan renkler çok donuk ve uyumsuz.

Denizbank

Giriş sayfasında yazıların puntoları çok küçük ve sayfa daha geniş kullanılmıyordu. Fon biraz daha belirgin olabilirdi. Denizbank ismi göze çarpıcı değil. Çok basit. Sanırım çok amaçlı bir banka değil.

Dışbank

Ambleminden de kaynaklanan dünya resmi doğru seçim. Dünyanın etrafına butonların yerleştirilmesi hoş gözüküyor. Fonda amblemin gölgeli verilmesi dikkat çekici. Hareketli yazı çok yavaş.

Egebank

Giriş sayfasında göze hoş bir renk ve etkileyici bir slogan beliriyor. Ana sayfada müşteri resminin üzerindeki 1 yazılması sloganı aklı getiriyor. Modern bir tasarım fakat renkler doğru kullanılmadığı için hoş gözüküyor.

Emlak Bankası

Giriş sayfasında kullanılan renkler ve bilgilere kolay ulaşım açısından iyi ve sade bir tasarım yapılmış. Amblesinin hareketli olmasında sayfaya ayrı bir ahenk kazandırmış. Ana sayfaya geçildiğinde sağ tarafta bulunan butonların zemininde kullanılan renkler amblesinde yer alan renkler olduğundan göze hoş görünürken, sol taraftaki butonların renginin uyumsuzluğu ve yazıların puntosunun küçük olması dikkat çekiyor.

Esbank

Esbank'la bütünleşen Murat Bırsel web sayfasında da doğru bir karar olmuş. Kurumsal olarak başarılı bir site, renklerin uyumu güzel çağdaş bir yapısı var. Amblem biraz küçük kalmış, bunun haricinde hoş bir site.

Etibank

Banka amblesinin hareketliliği hoş değil. Uzun süre kalmak istediğim bir site kesinlikle değil. Amblesindeki renklerin kullanılarak hazırlanması güzel fakat amblemi gibi şirin bir tasarım olabilirdi. Özellikle bankanın resmi çok ciddi.

Finansbank

Giriş sayfası huzur veren renklerle ve genel olarak sade ve şık. Ana sayfaya geçildiğinde Amblem ve logosunun efekti ve sayfanın genelini kapsayan fonda amblesinin de dikkat çekici. Sayfanın ikiye bölünerek iki uzun yol gibi hazırlanması genel düzeni bozmuş.

Garanti Bankası

Sayfa tasarımının sadeliği bilgilere erişimi kolaylaştırıyor, fakat göz alıcı insanı çeken bir obje yok. Krem renk ve yeşil birbirine uymuş, sade ve sakin bir tasarımı var. Vasat bir site izlenimi uyandırdı bende.

Halkbank

Cumhuriyetin 75. yılı geçti. Logo ve amblesinin yanındaki uzun çizgi hoş gö-

züküyor. Butonlar için daha geniş bir alan kullanılabilirdi. Üzerinde çok uğraşılmamamış bir tasarım gibi gözüküyor.

İktisat Bankası

Butonların aynı hizada, bir sırada verilmesi sadelik, resimse canlılık vermiş, heyecan verici, göz alıcı bir tasarım yok. Genel olarak işlevselliğin ön planda olduğu fazlaca bir çekiciliği olmayan bir sayfa.

İnterbank

İlk dikkatimi çeken faiz oranları ile ilgili alt yazının geçmesi oldu. Çok iyi düşünülmüş. butonlar daha ön planda göze çarpıcı olmalıydı. Sayfanın kullanımı daha geniş olmalı.

İş Bankası

İlk dikkatimi çeken ablemin olmayışı oldu. İngilizce sayfası daha belirgin olabilir. Butonların üzerine gelindiğinde farklı renkle belirmesi güzel ama merak edip dolaşacağım bir web sayfası değil.

Kentbank

Giriş sayfasında birden fazla dilde hazırlanması ve Kentbank binasının görkemliliği dikkat çekiyor. Ana sayfada kredi avantajlarının verilmesi merak uyandırıyor ve uzun süre inceleme isteği uyandırıyor. Banka adı çok kullanılmış.

Koçbank

Sayfa gelmeden önce ekranda beliren yazı ilginç ama okumak için süre yetmiyor. Daha sonra yükleniyor yazısına da gerek içinde "e-koçbank" yazılı daire çok anlamsız geldi. Yukarıda değişen resimlerde insanların sadece gözlerinin mutlu belirmesi güzel. Yapılan efektler güzel. Özellikle insan kaynakları başvuru formu dikkat çekici beliriyor.

Körfezbank

Zeminde kullanılan renk güzel. Ana sayfada ambleminin ve hoşgeldiniz yazısının hareketliliğinden başka dikkat çeken bir şey yok. Herhangi bir güncelliği yok. Mesela borsa, fon, döviz v.s. hakkında kolay bilgi erişimi yok.

Osmanlı Bankası

İnsanı dinlendiren renklerle hazırlanmış. Özellikle zeminde kullanılan renk diğer banka sitelerinden farklı bir tasarım. Bankasında etkisi olabilir. Güven uyandıran bir yanı var. Sade zemin renginin üzerinde çeşitli renklerde yapraklı butonlar sevimli görünüyor.

Pamukbank

Çok sıcak bir girişi var sitenin. Cıvı cıvı Pamukbank'ın kurumsal kimliğine çok iyi oturmuş. Logonun yeri çok güzel ve her sayfada yanı yerde, şekiller, fotoğraflar zemin ve yazılarla çok güzel birleşmiş, genel olarak çok sevecen, içten bir site gibi geldi bana.

Şekerbank

Bankanın ismi gibi kullanılan renklerde şeker gibi olmuş. Kullanılan renkler cıvı cıvı.

Sümerbank

Modern bir tasarım. Alttaki butonlar okunmuyor. Ama okunan butonların farklı renkte belirmesi kullanım kolaylığı. Tabi alt butonları tercih edenler için. Zemindeki renk doğru seçim.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Ana sayfanın gelişi hareketli ve güzel. Butonların üzerine gelindiğinde hareketliliği ve ablemen oluşu dikkat çekici. Fonda ki resim doğru biri seçim olmuş.

Tekstilbank

Giriş sayfasında zemin siyahlığı, logo ve amblemin yer aldığı dikdörtgenler ile uyumsuz.

Toprakbank

Butonların ablemen etrafına toplanması dikkat çekici ve güzel. Banka adı ve ablemi farklı bir yerde sol üst köşede olabilirdi. Diğer sayfalarda ise yazıların puntosu çok küçük.

Vakıfbank

Çok karışık, düzenli bir sayfa değil. Logosunun yazı karakteri ve rengi kötü. Butonlarda amblemin kullanılması ve sol keşedeki amblemin hareketli olması hoş olmuş.

Yapı Kredi Bankası

Renkler, hareketli yazılar, telefon numarasının dikkat çekici belirmesi, butonların üzerinde puntoların büyümesi göz alıcı vermiş. Heyecan verici, göz alıcı bir tasarım.

Yaşarbank

Butonların düz yazı gibi yazılması, daha belirgin ve simgelenerek ortaya çıkabilirdi. Banka hakkında bilginin ana sayfada gelmesi doğru değil. Çünkü sıkıcı gözüküyor. Ayrıca bankanın tanıtım butonu var zaten. Diğer sayfalarda uzun süre kullanım açısından ilgi çeken ya da kötü olan bir tasarım yok.

Yurtbank

Sloganıyla uygun bir tasarım. "Pozitif Enerji, Pozitif Bankacılık" Yani insanı yoran, karışık ve fazla butonların olduğu renk karmaşasının olmadığı, biraz fazla sade bir tasarım ve bu banka ile çalışsaydım istediğim herşeyi bulamayacağım yargısına kapıldım.

Ziraat Bankası

Cumhuriyetin 75. yılının geçtiğini bilmeyenlere haber vermeli. E-mail adresindeki mektup zarfı ve kağıdının hareketliliği çok güzel. Ziraat Bankası için kırmızı rengi kullanmaları garip geldi. Butonların rengi başka olabilir.

(İnternet Kullanıcısı)

Abank

Hedef kitlesinin “genç kuşak” olarak belirlemiş bir bankanın web sitesi. Çok renkli grafik tasarımı, beyaz sayfalarda öne çıkan ve dikkat çekici fotoğraflar, giriş sayfası ve davemandı Abank “Alternatif Bank”’ın tam olarak belirtememiş görselliğin içerikten daha etkili olacağı düşüncesi ile hazırlanmış. Sanatsal açıdan olumlu, banka imajı açısından tartışılır bir internet sayfası.

Akbank

Sabancı grubuna ait uluslararası ilişkileri üst düzeyde olan Akbak’ın dikkat çekmesi gereken giriş sayfası tam bir yazı ve renk karmaşası içinde. Vermek istediği mesajlar çok daha etkili ve net şekilde verilebilirdi. Gözü yoran, dikkati dağıtan bir sayfa düzenine sahip. Devam sayfalarında da girişteki özensiz yapı ayrıca korunmuş. Akbank’ın dikkat çekici logosu bile sayfa karmaşası içinde kaybolmuş durumda. Sayfalardaki resimler ve yan açıklamamalarda birbirini tamamlamaktan çok uzak. Fotoğraflar konmuş olmak için web sayfalarında yer almış. Akbank’ın büyüklüğüne yakışmayan bir web sitesi.

Bank Ekspres

Koyu giriş sayfasındaki yazılar koybolmuş durumda, okunma zorluğu var. Koyu lacivert-mavi karışımı fon Bank Ekspres’in öne çıkması gereken logosunu yok etmiş durumda. Devam sayfalarında da amblem sol üst köşede yer almasına rağmen Lavivert fonda kullanılmaması gereken cam göbeği rengi ile yer almış, bu da amblemin dikkati çekmemesine neden olmuş. Bank Ekspres sıradan bir yazı onu öne çıkarması gereken amblem tasarımı da sona itilmiş, öyleki giriş sayfasında bile yazı içinde ablem farklı renkte yapılması düşünülmemiş. Devam sayfasındaki fotoğrafta bile amblem patlamış olarak dikkat çekiyor. Sayfa tasarımcıları en etkileyici amblemi nedense kullanmamışlar bu büyük eksiklik. Bank Ekspres’in web sayfalarını sıradan hale dönüştürmüş. Kendini tanıtımda isimle birlikte önde olması gereken ablem ve logo konusunda başarısız. Hizmetler açısından “tam Gün” hizmet sloganı, sayfa’da gerekli önemde verilmemiş. “Herkesin yemekte olduğu saatlerde de biz size hizmet için varız” v.b. sloganla dikkat çekmeliydi. Lacivert fonda ISO 9001 kalite belgesi ablemi kırmızı ile dikkat çekiyor. Ama bu kalite güvence belgesinin önemi de yeterince vurgulanmıyor. Birkaç banka ile birlikte ISO 9000 kalite güvencesi belgesini webe taşıyan

Bank Ekspres bu avantajı kullanıcıya yeterince aktaramıyor, kullanıcıyı bilgilendiremiyor. Sayfa düzeni bölünmeler, cetvel, şablon kullanımını hatırlatıyor, son derece rahatsız. O çerçeveler içinde mesaj ölüyor.

Bayındırbank

Sade, gösterişsiz bir gazetede yer alan banka reklamı veya dağıtılan el ilanı havasında bir yaklaşım. Logo'su açıklanmaya gerek duyulan bir şekilde kırmızı kare kutu içinde boş beyaz kare kutuyu birleştirerek çarpı oluşturan logo ne anlam ifade ediyor. İnternet kullanıcılarının kafasını karıştırıyor. Giriş sayfasında logonun etkili kullanımı ve anlamı açıklanmalıydı. Bayındırbank ve logo birbirini tamamlamaktan çok uzak. Basit çizimler, kırmızı ve siyah rengin ağırlıklı kullanıldığı sayfalar tek düze bir görüntü sergiliyor. Modern tasarım düşüncesi, bir daktilografi görüntüsüne dönüşmüş.

Demirbank

Demirbank yıllardır, radyolarda her sabah duymaya alıştığımız sloganı giriş sayfasının manşetine taşımış. "Demirbank İyi Günler Diler" Bu slogan Demirbank adı ve logosunun önüne geçmiş. TV reklamlarında farklı yaklaşımları ile izlediğimiz Demirbank, internet sayfasında da farklılığı, renk ve yazı karmaşasında elde edeceğini sanmış. Bir bankanın tanıtım, hizmet, güven vermesi gereken tasarımlardan çok uzak bir sayfa düzeni. Farklı renklerde, farklı şekillerde kullanılan logo sanki sayfa tasarımcıları ayrı kişilerden oluşmuş bir görüntü veriyor. Giriş sayfaları ile sonrakisayfadaki renk cümbüşü ve farklılığı aynı bankanın sayfaları mı? sorusunu sorduyor. Kullanıcıya verilmesi gereken ana mesaj yok. Çeşitli ülkelerdeki şubeleri ile bir "Dünya Bankası" olma gururunu o sıkışık yazılar içinde kullanıcı ile paylaşmıyor. Yaptığı veya yapacağı pek çok hizmeti "grafik başarısızlığı" nedeni ile ortaya çıkaramıyor. Bir banka ciddiyetinden uzak, sıradan bir market zinciri görünümünde sayfa düzeni... Logonun öne çıkarılması ana mesaj, slogan, hizmetlerin tanıtımı, büyüklüğünün belirtilmesi, kolaylıkların anlatımı v.b. başarısız...

Denizbank

Giriş sayfası ve devam sayfalarında logo patlamıyor. Pek çok bankanın web giriş sayfalarında rastladığımız başarısız grafik çalışması Denizbank'ta çok daha aşırıya kaçmış durumda. Düşünebiliyormusunuz? Kitabevinden aldığınız bir kitabın kapağında önce yazarı, bastırılan matbaa, tarihi, fiyatı, önsözü hatta özeti yer alacak, kitabın adıda köşede bir yer bulacak!... De-

nizbank'ın web giriş sayfası bana bu yaklaşımı çağdırttı. Başka ciddiyetinden uzak "promosyonla" sayfayı açan bir bankaya paramı yatırıp yatırmamayı bir kaç kez düşünürüm Kullandığı slogana tam karar verememiş, "Yanıbaşınızda" ve "Açık Deniz". Denizbank yanıbaşımızda sürekli kullandığı slogansa internette "@çık deniz"sloganı ile yaklaşması kafa karıştırıyor. Denizin rengi mavi diye herhalde flu mavi içinde yazılarıda mavi yapınca öne çıkartmak istediğı hizmetler kayboluyor. Denizbank bir turizm acentası olsa en etkili sayfa olan ikinci sayfada "Farklı bir rotada mavi yolculuğa çıkalım" mesajı yerini bulurdu. Kredi kullanacağım, paramı yatıracacağım bir bankanın bu ucuz, anlamsız mesajı/sloganı beni uzaklaştıran bir çağrıışım. Logo öne çıkmıyor, gereksiz mesajlar, slogan kararsızlığı, açık mavinin ısırarla kullanımı, soluk ve soğuk bir sayfa. Başarısız.

Dışbank

Dışbank'ın son derece etkili ve başarılı amblemi giriş sayfasındaki modern tasarım içersinde kaybolmuş ve sanki bir baskı hatası olmuş izlenimini veriyor. Giriş sayfasındaki mavi ve yeşil tonlarının göze hoş gelen renk görüntüsü sonraki sayfalarda kahve ve mavi tonlarına çizgi halinde dönüşmüş. Tasarıncılar giyim m odasındaki kahve-mavi uyumunun web sayfasınada yakışacağını düşünmüş olsalar gerek. Ama ne yazıkki internet sayfalarında giyimdeki uyumdan çok uzak kalmış. Amblem/logo çok daha öne çıkmalıydı. Sayfalardaki bloklamalar karışıklık yaratıyor. Renklerde açıklı koyulu oluşumlar başarısız. Ana mesaj yok, dikkat çekici, beni Dışbank'a yönlendirici büyüklük, dış kredi sağlanması tam olarak verilemiyor. Sıradan bir banka görüntüsü var.

Egebank

Dikkati çeken bir renkle kullanıcıyı kavıyor. Turuncu fon içinde fotoğrafların netliği çok güzel, modern bir tasarım. Sayfa hareketliliğı güzel, linklerdeki farklı renkler tartışılabilir. Sayfa başlarındaki menüler daha belirgin ve okunaklı olabilir, logonun altına girebilirdi. Kullanıcı için kolay bir sayfalar dizesi.

Emlak Bankası

Sloganı "Bir Bankadan Fazlas..." çok etkileyici olmasına rağmen yeterli vuruculukta değil ve grafik tasarımı ile bütünleşmemiş bir görüntü içinde. canlı ve renkli bir ambleme sahip olan bir banka bu amblemin fonda flu olarak kullanmayı seçseydi çok daha etkili olabilirdi. İkonların butonlar içinde

renk karmaşasına dönüşmesi sayfaları etkisiz ve okunaksız hale sokuyor. Etkili ve çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren Emlakbank, geniş hizmetlerini kullanıcıya yeterli bir şekilde sunamıyor. Web sayfası başarısız.

Esbank

Banka Esnet mi? Esbank mı? Logo ve amblem ikinci planda kalmış. TV sunucusu bir gazeteci ile bankanın bütünleştirilmesi ve başlangıcı yanlış. Butonların bulunduğu sütun çok dar tutulmuş ve farklı renkler bir karmaşa yaratmış. Okuma zorluğu yaratan bir dizilişi var. Sloganı etkili birş ekilde sayfalara taşıyamıyor, beyaz sayfa üzerinde bilgilendirme görsel bakımdan başarılı gözüksede anlatım açısından eksik. Tasarım kararsızlığı içeren bir web sayfası.

Etibank

Logo ve amblemin kırmızı-mavi bant üzerinde boşlukta yer alması Etibank'ı öne çıkarıyor. Gif animasyon amblemde olumlu. Yazı karmaşası içinde vermek istediği mesaj kayboluyor. Etkili bir sloganı yok. Flash Haber'leri bile 8. sütundaki son haber gibi veriyor. Etkili olabileceği dikkat çekeceği güncel mesajlar, "Kredi Kartlarına en düşük faiz...", "Gençliğe Web Kart", "Taşıt kredisi faizi indi, v.b. sanki okunmasın diye sıkıştırılmış. Logo ve amblem kullanımı başarılı, slogan, mesajların verilisinde yazılar okunmuyor. Farklılık yaratmıyor.

Finansbank

Amblem ve logosunun sayfa yerleşimi çok iyi lacivert içinde beyaz kontür Finansbank'ı öne çıkarıyor. Butonları ve hareketlilik iyi. Modern ve grafik bir tasarımı var. Hizmetlerdeki fotoğraf bütünleşmesi başarılı değil. Sloganı yok, mesajlar vurucu değil, sıradan bir banka tanıtım sayfası.

Garanti Bankası

Garanti Bankası şubelerinde plexpluslardaki yeşil renkle bütünleşmiş durumda. Web sayfasında da aynı yeşil kendinizi Garanti'de bulduğunuzu göstermesi açısından başarılı. Kurum kimliği öne çıkıyor. Etkili sloganı "Şubesiz Bankacılık" yeşil içinde kayboluyor, öne çıkarılması gereken en önemli konulardan birisi bu. Tanıtımını daha etkili yapması gerekirken sırandanlığa düşmesi ve gazete ilanı gibi bilgi aktarımı son dönemlerin TV reklam yıldızı Garanti Bankası'nın web sayfasına yakışmıyor. Beyinlere yerleştirilmesi gereken "Şebesiz Bankacılık" her sayfada etkili bir köşede yer alma-

lıydı. Yonca ambleminin sık kullanılması da rahatsız ediyor. “Bir sayfada 4 kez” yeşil renk, logo ve amblem başarılı sloganı/mesajları zayıf ve etkisiz...

Halkbank

Amblesmin güzelliğı, logonun çirkinliğı ile kayboluyor. Soluk-ölü bir renk amblemle bloklanmış iki satırlık logo... Slogan yok, etkili/vurucu mesaj yok. Sayfa düzeni butonların yerleşimi, sıkışıklığı kötü, ön sayfadaki Genel Müdürlük binası, Anadolu'daki kredi verdiği küçük sanayicileri kaplan kafası ve kükremesi ile bütünleştirmesi son derece aşağılayıcı ve çirkin. 75. yıl logosunun yer alışı yanlış. Grafik tasarımcılarının el atmadığını sandığım bir web sayfası. Halkın bankası, Halkbank imajını bu internet sayfası ile ne yazık ki yukarı taşıyamıyor.

İktisat Bankası

Beyaz fonda etkileyici grafik bir tasarım. Amblem ve logonun öne çıktığı flu resimlerle sadeliğı, berraklığı, açıklığı çağrıştıran bir sayfa. Renk kullanımı, mesajlar başarılı bir şekilde veriliyor. Bazı sayfalarda kutu içindeki bilgiler kullanıcıyı yorsada etkili sayılabilecek sayfa düzeni, öne çıkan bir web sayfası.

İnterbank

Hem renkleriyle hem de tasarımıyla bana Altavista'yı hatırlattı. Bir banka web sayfasına Sanırım birden fazla grafik tasarımcısı çalışmış bu siteyi hazırlamak için... Tek sayfaya şunuda koyalım deniş birisi, diğeri bu da unutulmasın diye eklemiş ve sayfalar “ikon ve başlık” bombardımanına dönüşmüş. Belki bir sanatçı, grafiker ressam gözü ile başarılı gözüken İnterbank web sayfası bir banka müşterisi veya internet kullanıcısı için karmaşayı çağrıştıyor. Fotoğraflar, yazılar, bol renkler, sayfalardaki tekrarlar, neyi nerede arayacağımızı zorluyor. İnterbank'ın “Birebir Bankacılık” sloganı satırlar arasında kayboluyor. NTV hava raporunun bir ciddi bankanın web sayfasında yer alması oldukça düşündürücü. Amblem ve logonun yerleşimi, renkleri başarısız, sayfa düzeni başarısız. Mesajlar zayıf ve etkisiz, sloganlar kayboluyor. Banka olarak bakmadığımız takdirde görüntü güzel...

İş Bankası

Türkiye'nin ilk ve en büyük bankasının web sitesi, İş Bankası'nı tanıyan, bilen çalışanlar için son derece uygun tasarlanmış. Görsel açıdan zayıf, etki-

liyecilikten uzak olan giriş ön sayfası kullanım sürati açısından öne çıkmakla ön sayfanın her iki yanında bulunan menü dizesi kullanıcıya zaman kazandıran bir yaklaşım tarzı. İlk sayfada yer alan ve diğer sayfalara da girişim sağlayan diğer önemli ve çekici remlamda "İŞ NET Bedava İnternet" sloganıdır. Bu sloganın sayfanın en altında ve yeşil zemin üzerinde kırmızı ile yazılışı dikkati çekmekte ve ilgi uyandırmakta. Menü sayfalarında; ilgili sayfanın kırmızı renk ile diğer işlevden ayrılması ve her sayfada sağ-sol menülerinin yer alması kullanıcı için basite indirilmiş etkili bir yaklaşım. Logonun lacivert renginin sayfa bilgilerinde dikkat çekici şekilde kullanılması da etkileyici bir yaklaşım. İş Bankası internet sitesi, iş çevreleri, sanayici tarafından ciddiye alınan yaklaşımı ile tercih edilebilir.

Kentbank

Yeşiller içinde kaybolmuş bir banka. Grafik tasarımı zayıf. Sıradan bir köşebaşı bankası imajı var. İkonlar, resimler, kanmaşa içinde, belirsizlik var. Zayıf bir web sitesi...

Koçbank

Farklı ve çağdaş bir grafik tasarımı, farklı renklerin kullanılması, amblem ve logonun şık bir şekilde sayfalarda yer alması, daire içindeki hareketlilik, flu görüntüler, görüntü üzerindeki ana mesajlar, daire dışına taşan açık renk üzerindeki koyu renk, butonlar dikkatleri topluyor. Sayfalardaki başlık ve açıklama dengeleri, kullanıcıyı yormayan nitelikte. Son derece başarılılar. Kişisel görüşüm en etkili ve başarılı web sitesi Koçbank'ın. Her yaşa hitab eden, görüntü güzelliği olan, güven veren, iyi çalışılmış bir site... Koç'a yakışan, imajı çok iyi veren bir çalışma.

Körfezbank

Yıllık bilanço kitabı kapağını ve sayfalarını andıran bir yaklaşım içinde... Amblem ve logo renk karmaşası içinde kaybolmuş. 8-10 renk kullanılan uyumsuz renklerin bir araya geldiği, gözü yoran bir sayfa düzeni. Okunmasın diye yazılan bilgi sayfaları, öne çıkarılan hiç bir hizmet yok sanki... Güven vermeyen son derece başarısız bir web sitesi.

Osmanlı Bankası

Tarihi bir banka olan Osmanlı Bankası'nın fonda "Yaş ağacı" amblemini kullanması son derece başarılı. Ağaçtaki yaprak butonları farklı renklerle ye-

rine tek renk örneğin “koyu yeşil” yapılsaydı... Osmanlı Bankası’nın ağırlığına yakışırdı, renk sadeliği, mesajlar olumlu yazılardaki tek düzelik aşılmalıydı. Kullanıcıyı yoruyor. Farklılıkları ortaya net olarak koyamıyor. Bütün bunlara rağmen sadeliği ile öne çıkan, güven veren göze hoş gelen bir web sitesi. Genelde başarılı denebilir.

Pamukbank

Amblem ve logonun aynı renklerde ve her sayfada aynı yerde kullanılması güzel. Kırmızı, siyah, gri renk ağırlıklı sayfaları, gri menü butonun sayfa düzenini bozuyor, okuma zorluğu ve göz yorması var. Slogan yok, hizmet tanıtımında ana başlıklar dışında bir karmaşa hakim. “Genç Pamukbank” imajından uzaklaşmış, yaşlı bir Pamukbank web sitesi... Pamukbank’ın geçmişte beynimize yerleştirdiği imaj ile çelişiyor. Sıradan bir tasarım...

Şekerbank

En zevksiz banka web sitelerinden birisi... Renklerdeki uyumsuzluk, butonların göze batan kabalığı, fotoğrafların görünmezliği, tanıtım eksikliği, slogan yokluğu, son derece zayıf bir banka izlenimini veriyor. Başarısız...

Sümerbank

Koyu fondaki açılım sayfası kullanıcıya “beni geç hadi” çağrışımı yapıyor. İnsanın içini karartan bir renk seçimi... Logo ve yılların amblemi kaybolmuş. Fotoğraflar belirsiz ve iç içe geçmiş. Mesajlarda netlik yok. Tasarım başarısız, hareketsiz zayıf bir site.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Tasarım olarak öne çıkan bir site. Hareketlilik, renk geçişi, resim oluşması modern bir “baskı resim” tekniğini gözler önüne seriyor. Son derece başarılı ve etkileyici menü açılımı, butonlar fonda kaybolmuyor. Ambime ve logonun beyaz üzerinde ve aynı yerde kullanımı sadelik ve ciddiyet ifadesi. Özenle çalışılmış, web sayfaları herhangi bir yarışmada ilk üç içinde yer alabilecek güzellikte.

Tekstilbank

Giriş sayfasındaki amblem ve logo gözü rahatsız edecek şekilde patlatılmış, logonun yok, ana mesaj yok. Sonraki sayfalardaki fotoğraflar güzel olsa da genelde sitesi zayıflıktan kurtarmaktan uzak. Sıradan...

Toprakbank

Giriş sayfası ve devam sayfaları tasarım ve sayfa düzeni açısından son derece başarılı. Toprakbank'ın ambleminin fonda kullanılması, amblemi beynlere yerleştiriyor, görsel açıdan eleştirilebilecek bu tasarım, işlev açısından olumlu. Ana giriş sayfasında butonlar ve menü dizisi karmaşa yaratmış. Diğer sayfalarında menülerin kırmızı renkle belirtilmesi dikkat çekiyor. Yazı ile boğulmayan bir sayfa düzeni. Sol üst ve sağ alt butonlardaki bilgiler daha net ve okunaklı olabilir. Renk seçimi tartışılabilir. Toprakbank'ta toprak rengi "kahve" kullanılabilirdi.

Vakıfbank

Başarısız, sıradan, hiçbir özen gösterilmeden, girmiş olmak için hazırlanmış bir web sitesi. Slogan yok, mesaj yok. Beni geçin diyen bir yaklaşımı... Zayıf bir banka sitesi...

Yapı Kredi Bankası

Flash giriş sayfaları ile kullanıcıyı etkileyen amblemi ve logo bütünlüğü olan, gerekli yerde kullanılan, abartıya kaçmayan mesajları net ve açık bir şekilde veren özenle hazırlanmış bir site... Teletel'i beyne kazıyan bir sayfa düzeni... Menü yerleşimi, karmaşadan uzak anlatımı ile başarıları arasında yer alıyor Yapı Kredi Bankası.

Yaşarbank

Amblem ve logosunun verilışı etkili, kullanılan renkler olumlu. Kullanıcıyı boğmayacak tanıtım ve yazılı mesajlar.. Menü bir şiir dizesi halinde daha belirgin olabilir. Slogan yok...

Yurtbank

Amblem ve logo beyaz zeminde öne çıkıyor. Ana sayfadaki "Pozitif Enerji, Pozitif Bankacılık" sloganının basit ve itici bir grafikte birleştirme düşüncesi son derecesine olumsuz ve ciddiyetten uzak. Çocuklara yönelik bir izlenimi veriyor. Fotoğraflar kötü, yazılı anlatım karmaşa içinde, okunaksız, menü dizesi zayıf.

Ziraat Bankası

En büyük devlet bankalarından birisi olan Ziraat Bankası'nın web sitesi sıradan bir ilan sayfası havasında... renk seçimi sıfır, tasarımı sıfır, görsel açıdan sıfır, anlatımı sıfır, mesaj sıfır, çok yazık...

(İnternet Kullanıcısı)

Abank

Bilgisayar oyunu gibi, giriş sayfası çok ilgimi çekti, renkleri ve yapısı çok hoş. Logonun altındaki hareketli zemin çok başarılı siteye bir canlılık getiriyor, kullanılan renkler çok rahatlatıcı. Sıkılmadan siteyi gezebiliyorsunuz, fazla metin kullanılarak site yorulmamış, herşey yerli yerinde. İç sayfalarda logonun tekrarlanması bence güzel olmamış (yan yana) ama bunu dışında ilginç menü tasarımları ve yazı diliyle başarılı bir site.

Akbank

Genel olarak şık ve güzel bir site, renkler birbiriyle uyumlu. Menü tasarımı güzel olmuş. Salt yazı yerine buton şeklindeki menü daha ilgi çekici. Sıcak hava fotoğraflar ile destekleniyor. Logonun sayfa içersindeki uyumu çok başarılı. Giriş sayfasının kalabalığı, iç sayfaların sadeliği ile dengeleniyor. Başarılı ve güzel bir site.

Bank Ekspres

Genel görüş olarak çağdaş ve başarılı bir site. Yazılar ve fotoğraflar uyumlu bir şekilde birleştirilmiş. Bankanın kurumsal kimliği siteye güzel aktarılmış. İç sayfalarda ki beyaz zemin siteyi rahatlatıyor. Fotoğraflarda ki çerçeve siteyi fazla zorlamış buna pek gerek yoktu bence. Hareketli logo gözü biraz fazla yoruyor. Genel olarak başarılı bir site.

Bayındırbank

Çok boş bir site, giriş sayfasında ki hareketli görsellikte olmasa, insan bu siteye bakarak uykuya dalebilir, yazılar biraz itici geldi bana, biraz basit bir havası var sitenin. Görsel tasarım unsurlarını görmek çok zor, kurumsal kimlik adına birşeylerde görmek te, televizyon reklamlarında görsellik bu-
raya taşınarak olay çözülmeye çalışılmış bence başarısız bir site.

Demirbank

Oldukça itici bir site, pek beğendiğimi söyleyemem, slogan çok büyük olmuş ve slogana göre logo ufak kalmış, renkler site genelinde çok farklılık gösteriyor, bu renkler kurumsal renkleri ise doğru kullanılmış olduğu söylenebilir menü kızmındaki yazılar haricinde genelde yazılar okunmuyor. Biraz daha fotoğraf ile desteklenebilirdi, genel havası sıkıcı ve itici, içimden pek siteyi incelemek gelmiyor doğrusu.

Denizbank

Çok basit hazırlanmış bir site bu. Pek bir şey bulabilmek mümkün değil, çok pastel renkler kullanılmış ve giriş sayfası çok boş kalmış, sağa sola serpiştirilen birkaç imajdan başka bir şey yok. İç sayfalarda aynı durumda bence oldukça sıkıcı, kurumsal olarak logolarından başka bir şey göremiyoruz, o kadar pastel bir tavrı var ki sitenin insanın uykusunu getiriyor.

Dışbank

Çok ilgi çekici bir havası var oldukça sıcak bir site. Kurumsal kimliği her an hissediyoruz. Menü çok güzel olmuş. Fondaki amblem ilgi çekici. Bir tek üstteki hareketli yazı biraz görsel yapıyı bozuyor o kadar, fondaki beyaz ve amblem güzel kaynaşmış ve gözü rahatsız etmiyor aksine sayfa genelinde çok güzel duruyor. İç sayfalar da akıllıca tasarlanmış insanı sıkıkmıyor, logo biraz küçük kullanılmış gibi geldi bana o kadar. Ben beğendim bu siteyi, güzel olmuş.

Egebank

Çok canlı, sınırsız, hareketli, cıvı cıvı bir site Egebank'ın web sitesi. oldukça modern bir anlayışla hazırlanmış, animasyon ile karşılıyorlar izleyiciyi sonra yönlendirip ana sayfaya getiriyorlar, fotoğraflar ile desteklenen tasarım, yazılar, kurumsal renkleri ile öyle güzel özdeşleşmiş ki, ortaya gerçekten ilgi çekici, etkileyici bir site çıkmış. Gözü yorabilecek derecede çok kullanılsada turuncu renk, diğer görsel yanlarla o kadar iyi kaynaşmış ki, site kendini toparlıyor. Bence başarılı ve güzel bir site.

Emlak Bankası

Giriş sayfası ilk bakıldığında cıvı cıvı geliyor insana, hareketli bir amblem var sayfanın tam ortasında ve menü bu amblemin etrafına yerleştirilmiş, ikonların biçimleri güzel ama biraz fazla renklendirilmiş, sayfanın en üstünde Emlak Bankasının sloganı var bu güzel. Ama sayfanın hiç bir yerinde Emlak Bankası yazmıyor. Zemin rengi güzel ve dikkat çekici, iç sayfalarda da aynı zemin kullanılmış bu bir bütünlük sağlıyor siteye, amblem iç sayfalarda da sürekli hareket ediyor. Bu bir müddet sonra sıkıcı olmaya başlıyor. Aynı ikonlar iç sayfada daha düzenli verilmiş ama renklendirilmesi daha karmaşık hale getirmiş, çok başarılı olmasada eğlenceli ve dikkat çekici bir site. Emlak Banası yazısı çok büyük kullanılmış iç sayfalarda.

Esbank

Sık ve güzel bir açılışı var sitenin. Çağdaş bir yapısı var, kurumsal kimlikleri güzel aktarılmış logo biraz küçük geldi bana. Kurumsal renkleri ve yapıları beyaz zeminle güzel örtüşmüş ve hoş olmuş. İç sayfalar biraz sıkıcı çok fazla yazı var. Hesap makinası güzel. Biraz soğuk bir site gibi geldi bana, başarısız değil ama izleyici ile bir yakınlık kuramıyor sıcak bir yanı yok, işlem ağırlıklı hoş bir site denilebilir.

Etibank

Diğer devlet bankalarının web sayfalarını düşünürsem, bu site bayağı hoşuma gitti, demek ki devlet bankaları da kötü site yapmak zorunda değil. Bu sitenin çok başarılı olduğu söylenemez belki ama kötü de değil. Kurum imajı, rengiyle, yapısıyla ve görselliğiyle elden geldiği kadar yaratılmış. Kalanı iç sayfalarda dahil olmak üzere klasik ama, rahatsız etmiyor ve bıktırmıyor.

Finansbank

Sitenin fazlaca teknolojik bir havası var, kurum renkleri doğru kullanılmış, logo sayfanın üst kısmında ve tüm siteye hakim oluyor, banner biraz kötü gözüküyor ama menü tasarımı hoş, yazıların hareketli olması güzel olmuş. İç sayfalar daha sakin ve sıcak, belki de fotoğrafların kullanılması bu düşünceyi yarattı bende. Çok dolu bir site olduğu belli, ilk izlenimler sizi yormassa sitenin kalanını gezebilirsiniz. Sitede dolaştıkça görsel yapıya ayak uyduruyorsunuz ve sizi rahatsız etmiyor.

Garanti Bankası

Sayfa geldiği anda, bir güven duygusu ve Garanti Bankası imajı ile birlikte geliyor, yeşil renk oldukça doğru bir tercih bu site için, bankanın kurumsal kimliğini güzel yansıtıyor, gayet sade anlaşılır bir dili var. Yazılar okunaklı ve gözü rahatsız etmiyor. Ana sayfalarda ve iç sayfalarda gözü rahatsız etmeyen ve tekrarlanan logo siteye ayrı bir hava katıyor. İç sayfalarda biraz karışıklık hakim, ama genel olarak doğru tasarlanmış bir site izlenimi var. Genel görüntüyü butonlar biraz bozuyor, sayfanın geneli düşünüldüğünde sarı renk biraz sırtmış ama sitenin genel havası güven verici ve sık.

Halkbank

Ana sayfa biraz karışık insan ilk anda nereye bakacağını şaşıyor. Bina fo-

toğrafi ile güçlü ve büyük bir imaj yaratılmış, iç sayfalar daha sakin ve karışıklıktan uzak, kurumsal renk olan mavi beyaz ile güzel birleşmiş ve görsel olarak hoş bir manzara yaratmış. Daha çağdaş olabilirdi ama bu hali ile işini yapan ama izleyicilerini görsel olarak çok fazla bir şey sunmayan bir site.

İktisat Bankası

Çok karmaşık tasarlanmış bir girişi var. Herşey üstüste gibi gözüküyor. Fotoğraflar, ikonlar, yazılar birbirlerine üstünlük sağlama çabası içersinde. Hareketli yazılar güzel. Genel olarak işlevsel bir yapısı var. Kullanılan fotoğraflar çok tanıdık, bir farklılık yaratmıyor. İkonlar güzel tasarlanmış.

Interbank

Çok şirin, güzel ve sıcak bir site. Osmanlı Bankası kurum kimliği sitenin her yerine işlemiş, logosuyla, amblemiyle, genel konseptiyle çok güzel bir site. Butonlar çok güzel. Zemin rengi rahatlatıcı, rahatsız olmadan tüm site gezilebilir, sitenin genelinde yazı dili, anlatım ve görsellik çok başarılı rahatlatıcı bir havası var sıkmadan ve yormadan hem bilgi alabiliyorsunuz hem de görse açıdan doyurucu bir site.

İş Bankası

Sitenin geneli beyaz fon üzerinde, bu bir rahatlık ve sadelik vermiş siteye, İş Bankası yazısı çok yukarıda kalmış ve gereğinden fazla büyük, büyük kullanıldığı halde çok fazla göze batmıyor çünkü banner la biraz sıkışmış gibi duruyor. Menü tasarımı sade ve güzel bu sistem iç sayfalarda da kullanılmış, Atatürk fotoğrafı, siteye biraz devlet dairesi hava vermiş. Cep telefonu fotoğrafı da biraz saçma olmuş, bir çok hizmet arasından sadece onun görselleştirilmesi biraz saçma. Yazı ağırlıklı bir site ama okunaklı. Çağdaş olduğu söylenemez ama işlevsel bir site, yapması gerekeni yapıyor sanırım ama kullanıcıya fazla da seçenek sunmuyor, elimden gelen bu der gibi bir hali var.

Kentbank

Çok ferah ve rahatlatıcı bir tasarımı var sitenin. Yeşil ve beyaz başarılı bir şekilde birleştirilmiş, logo biraz küçük kullanılmış. Zeminde hafif silik olarak kullanılan amblem hoş bir görüntü yaratmış. Genel olarak şık ve sade bir site.

Koçbank

Genel olarak güzel bir site. Açılışı etkileyici, hareketli resimler, yazılar, görsel kimlik çok başarılı, bankanın kurumsal kimliği de başarılı ile yansıtılmış siteye. Özellikle menü tasarımı çok güzel sadece butonları biraz büyük olmuş gibi geldi bana çünkü bu sistemde logo biraz küçük kalıyor. İç sayfalarda da değişen bir şey yok sadece iç sayfalarda üst taraftaki menünün renkleri beni rahatsız etti siteye pek uymuyor gibi.

Körfezbank

Çok canlı ve dikkat çekici bir giriş sayfası var, köklü ve eski bir banka imajı kullanılan görselle yakalanmaya çalışılmış. Ama zemin renginin bu kadar koyu oluşu biraz rahatsızlık veriyor siteye, iç sayfalarda bu handikap çözülmüş ve yerini açık sarı bir zemine bırakmış. Açık sarı zemin içinde amblemin gözükmeye güzel olmuş, ilginç ve güzel menü tasarımları var, site kesinlikle benzerlerine göre farklı tasarlanmış. Kurumsal renk biraz abartılı olsa da kullanılmış ve bu da siteye ayrı bir hava katmış.

Osmanlı Bankası

Çok şirin, güzel ve sıcak bir site. Osmanlı Bankası kurum kimliği sitenin her yerine işlemiş, logosuyla, amblemiyle, genel konseptiyle çok güzel bir site. Butonlar çok güzel. Zemin rengi rahatlatıcı, rahatsız olmadan tüm site gezilebilir, iç sayfalarda çok başarılı. Yazı ve anlatım dili çok başarılı.

Pamukbank

Oldukça şık ve iyi tasarlanmış bir site. İzleyiciye sıcak bir hoşgeldin diyor. İkonlar ilgi çekici. kurumsal yapı sağlam temellere oturmuş, yazıların sayfa içersinde dağılımı hoş. Büyüklü-küçüklü yazılar renklerle farklılaştırılarak hoş bir görüntü elde edilmiş. Giriş sayfasının görsel yapısı ile alt sayfaların görsel yapısı aynı bu da siteye bir bütünlük sağlıyor. Güzel bir site.

Şekerbank

Çok karmaşık, orantısız bir yapısı var, butonlar çok büyük, logo çok büyük, pembe renk yeşille hiç olmamış, zaten Yasemin Yalçın'ı da sevmem çok yakışmış bu siteye. Mor fon rengi boğuculuğu arttırmış. İnsan iç sayflara bakmak dahi istemiyor, ben baktım ama bir şey olmadı, çünkü iç sayfalarda bir sürü yazı var. Hareketli bir şekilde yansıtılan paraların görüntüsü

bile siteyi terketmek için yeterli sebep, ben kaçıyorum, Şekerbank kusura bakmasın, böyle kötü bir site ile bir yere varılamayacağını biri söylese iyi olur. 47 yıllık bir bankanın böyle sunulması gerçekten çok üzücü.

Sümerbank

Çok karmaşık bir yapısı var fon çok koyu olmuş, üzerine gelen hiçbir şey okunmuyor menü hariç. Fotoğraflar çok silik kalmış. İç sayfalarda fotoğraflar daha güzel, ama genel olarak kötü bir site denebilir. Bir zemin ile mahvedilen koskoca bir web sayfası, kim karar verdi çok merak ettim doğrusu. Ben hiç beğenmedim. Sümerbank yazısı bile gözüküyor ki...

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Çağdaş bir yapısı var hareketli yazılar, dönen butonlar çok güzel. İç sayfalar da yazıların okunması çok güzel, çünkü genelde uzun metinler hiç okunmuyor diğer sitelerde. Her yerde TEB yazması beni biraz rahatsız etti, zemindeki silik görüntüler çok güzel. Elle çizilmiş zemin resmi biraz koyu renkli ama güzel durmuş, yazılar bu zeminin üzerinde hareket ediyor bu çok hoş olmuş. Çağdaş bir site tasarımı ben çok beğendim. Tebrikler TEB.

Tekstilbank

Tekstil Bank logosu hareketli bir şekilde karşılıyor siteyi ziyaret edenleri, bu çok güzel olmuş, iç sayfalarda da bu hareketli yapı, yazılar çok güzel olmuş, Kurumun konsept yapısı iyi yansıtılmış siteye, fotoğraflar çok şık olmuş. Metin kısmı her zamanki gibi biraz sıkıcı ama, sitenin geneli çok başarılı. Yazı dili, renkleri ve anlatımı çok başarılı bence, Menü biraz küçük gibi ama koyu gri renk ve beyaz yazılar üzerine gelindiğinde renk değiştirip sarı olması çok sade ve güzel bir görsel anlatım sağlamış siteye, biraz küçük o kadar. Ben çok beğendim bu siteyi.

Toprakbank

Zemin rengi hoş ve sıcak bir hava yaratmış ama sayfanın genelinde bir gariplik var, menüyü amblemin etrafına yerleştirmek güzel bir fikir ama bazı yazıların gölgeleri çok çirkin duruyor. Butonlarda da bir problem var gibi gözüküyor. İç sayfalarda da aynı dert var. Menü çok köşede kalmış, zemin renginin tekrarlanması bütünlük anlamında güzel olmuş ama yazılar okunmuyor ve güzel değil. Genel olarak sıcak ama tasarım anlamında başarısız bir site izlenimi yarattı bende.

Vakıfbank

Sarı zemin sayfaya soft bir hava vermiş ama görsel olarak başarılı bir çalışma olduğu söylenemez. Fazla texte boğulmuş, kurumsal kimlik anlamında ortada görünen bir şey yok. İşlevsellik ve içerik ön planda,VB butonları kesinlikle çok kötü, ana menü oldukça itici. Çağdaş bir tasarım anlayışından oldukça uzaklarda seyreden bir görsellik, tipik devlet bankası web sitesi problemleri, özensiz yaklaşım sonucu ortaya çıkan kötü bir site.

Yapı Kredi Bankası

İlk izlenim itibari ile, şık, ilgi çekici ve eğlenceli bir site, insanı kendisine bağlıyor, hareketli yazılar oldukça dikkat çekici. Rengin kullanımı, logo ve amblem yerli yerinde, iç sayfalar ile bütünlük var. İnsan hiç sıkılmadan siteyi gezebiliyor. Çağdaş bir tasarımı var. Herşey yerli yerinde. Kurumsal yapı çok güzel hazırlanmış, bazı sitelerde rahatsız eden noktalar burada insana batmıyor bile, iç sayfalarda Yapı Kredi Bankası yazısı yok ama bunu aramıyorum bile, amblem yeterli olmuş. Gerçekten güzel ve heyecan verici bir site. İzlemesi hoş, insana güven duygusu veriyor, bu banka çağdaş bir banka dedirtiyor. Çok güzel.

Yaşarbank

Rahat ve sakin bir havası var sitenin. Renkler güzel seçilmiş, ana sayfadaki imajların görselleştirilmesi başarılı olmuş, iç sayfalarda da imajlar ile desteklenen bir tasarım dili var. Kurumsal kimlik anlamında zorlanmadan dengeli bir görselliği var sitenin. Başarılı olduğu söylenebilir çünkü izleyici yormuyor ve istenileni yapıyor.

Yurtbank

Çok canlı, sınırsız, hareketli, cıvılcıvılcıv bir site Egebank'ın web sitesi. oldukça modern bir anlayışla hazırlanmış, animasyon ile karşılıyorlar izleyiciyi sonra yönlendirip ana sayfaya getiriyorlar, fotoğraflar ile desteklenen tasarım, yazılar, kurumsal renkleri ile öyle güzel özdeşleşmiş ki, ortaya gerçekten ilgi çekici, etkileyici bir site çıkmış. Gözü yorabilecek derecede çok kullanılsada turuncu renk, diğer görsel yanlarla o kadar iyi kaynaşmış ki, site kendini toparlıyor. Bence başarılı ve güzel bir site.

Ziraat Bankası

Bu web sayfasında görebildiğim güzel bir şey yok gibi, Ziraat Bankası bunca yıllık kurumsal kimliğini, imajını hiç düşünmeden çok amatörce bir sayfa ile karşımızda. Tasarım ile alakası olmayan herkezin rahatlıkla yapabileceği kalitede bir site. Çok özensiz, işlevselliği olabilir ama bu işlevsellik biraz daha düzgün sunulabilirdi. Niye böylesine basit ve amatör bir yanı var bu sitenin anlayamadım. Ziraat Bankasını kınıyorum. Olacak şey değil yani.

(İnternet Kullanıcısı)

Abank

Pastel tonların kullanımı güzel bir uyum sağlamış. Hareketli yazılar ve resimler bir hareketlilik sağlarken görsel dağılım dengeli ve güzel. Logo kullanılan renkler ile desteklenip kuvvetlendirilmiş.

Akbank

Akbank sitesinde renk uyumları güzel olmasına rağmen, gerek yazılar gerekse resim sola doğru yaslı bir şekilde yerleştirilmiş.

Bank Ekspres

Koyu mavinin kullanılması güzel olmuş, sürekli dönen banka logosu da bu mavinin üzerinde oldukça güzel. Sayfaların benzerliği bir bütünlük oluştururken, metinlerin özellikle renkli resimlerle dengeli bir düzen içinde süslenmesi güzel gözüküyor.

Bayındırbank

Site olarak oldukça sade ve düzenli bir yapıya sahip. Logoda bulunan kırmızı ve siyah renklerin her sayfanın başında kullanılması çarpıcı bir bütünlük oluştururken, ana sayfanın sonunda bulunan logo diğer sayfalarda kullanılmamış, bu biraz boşluk yaratmış. Genelde dengelere önem verilse de görseller ile desteklenmemiş zayıf bir site.

Demirbank

Renk uyumu olmasına rağmen hiçbir görsel desteği olmayan bir site. Sadece yazılarla doldurulması yoğunluk sağlamış. Hiçbir çarpıcı öge yok bu da sayfada butonların aranmasına sebep oluyor.

Denizbank

Mavi tonlarının güzel kullanıldığı bir site. Genelde açık mavi tonların zemin olması logonun çarpıcı olmasını sağlamış. Değişik yazı karakterleri başlıklarda çarpıcılık sağlarken, mavi kuşakların her iki yanda kullanımı dengeli ve güzel bir yapı oluşturmuş.

Dışbank

Dengede hep sağ tarafa bir yüklenme varken, nedense sol tarafta bir boşluk oluşturulmuş. Bu düzenleme tüm sayfalara aynı yansımış. Diğer sayfalarda ise sadece yazılar baş tarafta resim ile süslenirken sonlarda düz yazı kullanımı, sıkıcı bir yoğunluk sağlamış.

Egebank

Girişteki animasyon ve logo başarılı ama renk kör edecek kadar parlak. Ama bu renk diğer sayfalarda resimler başka renklerin kullanımı ile güzel bir zemin halini almış. Resimlerin renkli ve büyük kullanımı etkiyi artırırken, yerleşim düzeni güzel.

Emlak Bankası

Web sayfalarının her birinde zemin olarak pastel açık mavi kullanımı, ana sayfada logonun öne çıkmasını sağlamış, bir de buna logonun hareketi eklendiğinde oldukça göze çarpıcı bir uyum oluşmuş. Diğer sayfalarda da aynı mavinin zemin yapılmış olması bütünlük sağlarken, ikonların yumuşak kıvrılma oluşturma kolay seçilmesini sağlamakta. Diğer sayfalara geçildiğinde Emlak Bankası logosunun sol üste dönmesi güzel. Ama Emlak Bankasına ait özel bir yazı tipi yok. Çünkü her yerde farklı. Genel olarak grafik ve yazı dağılımları dengeli bir uyum içinde.

Esbank

Mavi rengin genelde kullanımı bankanın rengi ile uyum sağlamış. Yazı ve resimlerin düzenlenişi dengeli. Ama ana sayfanın dışındaki sayfalarda sol da bulunan açık mavi bant üstte bulunan logonun önüne geçerken sönük kalmasına sebep olmuş.

Etibank

Renk uyumu ve dengeleri güzel. Yerleşim dengeleri de biraz yoğun olmasına rağmen güzel, hareketli resimler güzellik katıyor ama yazıların çok yoğun olması sanki logonun yukarıya sıkışmış gibi gözükmesine neden oluyor.

Finansbank

Yoğun mavi kullanımı logonun altında beyaz bir leke kullanılması ile boşluğu durmuyor. Ama ana sayfada alt kısmın sol tarafının boş durması dengeyi yaratıyor. Genelde dengeli ve düzenli.

Garanti Bankası

Garanti bankası kendi ile özdeşleştiği rengi olan yeşili ile öne çıkmış, ana sayfada butonların yerleşimi, düzeni ve dengesi güzel. Diğer sayfalarda bu yeşilin yanına sarı ikonlar ve gri fonlar eklenmiş bunlar çok açık bir sarı ile işlenmiş. Buraya kadar güzel ama bazı sayfalarda butonların mavi yazıları bu yumuşak renk düzenini bozuyor. Garanti logosunun diğer sayfalarda ana sayfaya dönüş butonu olarak kullanılması güzel.

Halkbank

Renk uyumu açısından güzel olmasına rağmen ana sayfada çok matematiksel bir düzen olması hoş değil. Bunun yanında banka logosu solda çarpıcı bir şekilde kullanılırken zeminde, dikkatli bakıldığında görülen banka logosu beyazın soğukluğunu azaltmış. Kullanılan çizgiler sayfaları bölümlerken görsellerin belirginliğini desteklemekte.

İktisat Bankası

İktisat Bankası düz beyaz bir zemin kullanmayı tercih ederken, bankanın logosu ve yazı karakteri bunun üzerinde güzel durmuş ve çarpıcı. Kullanılan resim ile yazılar birbiriyle görsel anlamda dengeli bir biçimde yerleştirilmiş. Diğer sayfalarda da zeminde çok hafif pembe bir tonla bankanın logosunun bulunması güzel olmuş ama diğer sayfalarda yerleşim düzeni biraz dengesiz.

İnterbank

Sayfanın ortasının kullanılması düzen açısından hoş olmasına rağmen butonların ve yazıların küçük kalmasına sebep olmuş. Renk uyumu güzel seçilmiş ama banka logosuyla aynı rengin kullanımı logonun yok olup gitmesine neden olmuş.

İş Bankası

İş Bankası rengi olan maviyi sadece yazılarda kullanırken sade ve görsellerden uzak bir site hazırlamış. Buna rağmen yazıların çok olması kalabalık bir görüntü yaratmış ve ilk bakıldığında karmaşıklık hissi veriyor. Ama diğer sayfalarında renkli resimlerle bunu kapatmaya çalışmış.

Kentbank

Renk seçimi ve uyumu güzel ama banka renginin sol tarafta fazla yoğun

kullanılması ve sayfaların diğer taraflarında görüntü bulunmaması yazıların sönük kalmasına ve dengesiz görünmesine neden oluyor. Logo çok köşede ve sönük kalmış.

Koçbank

Renklerin seçimi çok güzel. Butonların yerleşimi güzel ve hareketli resimlerle süslenmiş, bu çarpıcı ve etkili. Ayrıca logonun altında küçük beyaz bir zemin bırakılması belirgin bir şekilde öne çıkmasını sağlamış. Diğer sayfalarda da hareketli görüntü ve rengin dengeli kullanımı başarılı ve etkili.

Körfezbank

Ana sayfada yoğun kırmızı kullanımı, ortada olmasına rağmen logonun gözükmesini engelliyor. Butonların düzeni iyi. Diğer sayfalarda ise sarı ile bu kırmızıdan kurtulunmuş ve hatta bu da logoyu belirginleştirmiş. Genel anlamda düzenleme güzel ve küçük resimlerle desteklenmiş.

Osmanlı Bankası

Renk uyumu çok güzel seçilmiş. Diğer sayfalarda da bu renk uyumu güzel kullanılarak tek renk resimlerle de görsel olarak desteklenmiş. Özellikle ana sayfada banka logosu ve adı diğer görsellerin yanında küçük kalmış, bu da kaybolmasına sebep olmuş. Ama yeri güzel, özellikle ana sayfanın dışında diğer sayfalarda başta olması daha güzel ve çarpıcı.

Pamukbank

Pamukbank sitesinde tüm yazı ve görüntüler sola yaslanmış bir şekilde. Dengesiz ve karmaşık bir şekilde yerleştirilmiş. Bunun yanında renk uyumu güzel seçilmiş. Her sayfada banka logosunun yeri güzel ve siyah rengin içine gömüldüğü için de kendini gösteriyor.

Şekerbank

Ana sayfada yerleşim düzeni çok iyi olmamakla birlikte, renklerin uyumu ve seçimi çok kötü. Bu renk uyumsuzluğu tüm sayfalarda devam ederken logonun sadece ilk sayfada olması hoş değil.

Sümerbank

Ana sayfada koyu zemin rengi seçilmesi karanlık bir izlenim verirken banka logosunun zor seçilmesine neden oluyor. Diğer sayfalarda da bu koyu

renğin yoğun biçimde sol tarafta buton zemini olarak kullanılması sayfaların genelinde bir dengesizlik yaratmış, ama sayfalar bunun dışında sade ve zayıf. Hep yoğunluk sol tarafta.

Türkiye Ekonomi Bankası (TEB)

Renk uyumu açısından yoğun ve gerçekten güzel bir yaklaşım kullanılırken butonların bankanın logosu olması ve hareketli oluşu oldukça güzel. Resimlerle süslenen ana sayfa oldukça güzel ve sanatsal. Ama diğer sayfalar ana sayfaya göre biraz zayıf görsel öge bulunduruyor.

Tekstilbank

Açılıştaki animasyon çarpıcı olmasına rağmen ana sayfada logo ve zemin resmi çok büyük kullanılmış, bu butonların nerede olduğunu aramanıza sebep oluyor. Diğer sayfalarda yazıların ve resimlerin kullanımı dengeli. Resimler siyah beyaz kullanılsa da yazılarla güzel bir bütünlük sağlamış.

Toprakbank

Mavi tonu logo ve diğer sayfalarda bütünlük sağlarken, sayfaların çok kalabalık olması düzensizlik sağlamış. Yoğun boşluksuz yazılar sıkışmış gibi duruyor.

Vakıfbank

Vakıflar Bankası gerek ana sayfada gerekse diğer sayfalarında sarı tonu kullanarak güzel bir uyum yakalamış. Sayfaların genelde hepsi dengeli bir yerleşim sergilemekte. Kullanılan siyah ve yeşil yazılar bu renkleri tamamlıyor. Dönen (hareketli) banka logosu ise oldukça göze çarpıcı. Butonların kırmızıya dönmesi ve hareketli oluşu ise güzel.

Yapı Kredi Bankası

Gerek renk uyumu gerekse butonların hareketi bakımından mükemmele yakın bir yapıya sahip bir site. Siteye ilk bağlanırken butonların hareketi güzel tasarlanmış. Ama buna karşılık diğer sayfalar ana sayfaya oranla çok sade ve renksiz. Ama hareketli butonların çokluğu güzel. Ana sayfada Yapı Kredi ismi ve logo olması gereken yerde ve çarpıcı. Tüm genelde yazılar ve resimler dengeli bir şekilde yerleştirilmiş.

Yaşarbank

Renk seçimi güzel bir şekilde yapılmış, ayrıca sayfalarda gri fon kullanımı gerek renk gerekse düzen açısından bir denge sağlamış. Logonun sarı zemin üzerinde kullanımı çarpıcılık ve belirginlik sağlarken tüm sayfaların böyle kullanımı bir bütünlük sağlamış.

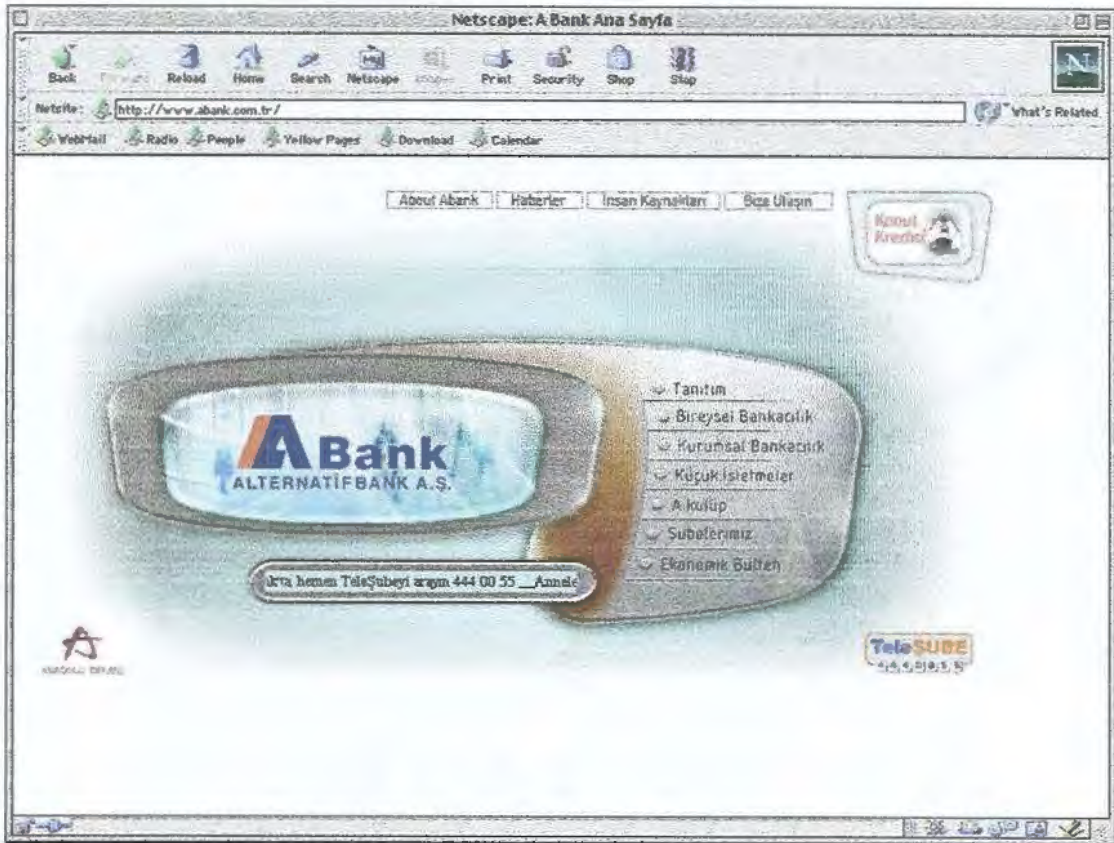
Yurtbank

Ana sayfada kırmızı renk logoyu biraz sönük bıraksa da diğer sayfalarda bu renklerin uyumu ile güzel bir hal almış. Sayfaların genelinde düzen güzel olsa da denge açısından sağ taraf biraz boş kalmış. Ama genelde güzel.

Ziraat Bankası

Banka logosu özellikle kırmızı olmasından dolayı ve çok büyük kullanılması nedeniyle çok göze batıyor ve diğer şekil ve yazıları geride bırakıyor. Sol üste konulan Türk bayrağı ise sonradan konmuş gibi dururken, soldaki mavi bantın ne olduğunu anlayamadım. Diğer sayfalarda zeminde sarı kullanılması kırmızı logonun biraz daha dengeli görünmesini sağlamış. Ama görsel olarak zayıf bir site.

EK 2. WEB SİTELERİ



Netscape: Akbank

Location: <http://www.akbank.com.tr/>

AKBANK TÜRKÇE ENGLISH

Ana Sayfa
Akbank Hakkında
Erişim Noktaları
Bireysel Bankacılık
Yatırım Hizmetleri
İnsan Kaynakları
Bize Ulaşın

AKGÖNCE
Bireysel Krediler
KÜLTÜR VE SANAT
1948'DEN GÜNÜMÜZE AKSANK
EKONOMİ BÜLTENİ
EKONOMİK GÖSTERGİLER

İNTERNET ŞUBESİ

TÜKETİCİ KREDİLERİ
"Ev", "Araba" ve Belirli amaçlar için uygun fiyatlar...

Akbank.Net

Kredi Kartı Puan Kataloğu
AkPass & Akpass Fast

Bizleri Biliyor musunuz?

- Akbank'ın 8. 3 aylık karı 129 Trilyon Lira. [\[Detay\]](#)
- Akbank'ın yaptığı en büyük Uluslararası Finansman İşlemi [\[Detay\]](#)
- Akbank Hollanda'nın Beşinci Maliye Şube Açıyor. [\[Detay\]](#)
- ABN AMRO Raporu: "Akbank'ın Model işleme değeri 5.5 milyar Dolar". [\[Detay\]](#)
- Akbank, ABD'nin en büyük ve en uygun yatırım tutanaklarından biri olan "Lazard" tarafından "Avrupa'nın en iyi bankası" olarak, dünya en uygun bankası seçildi. [\[Detay\]](#)

Günlük Finansal Bilgiler
10 Mayıs 2000, 15:40

Döviz Kurları:

	Alış (TL)	Satış (TL)
Amerikan Doları	813.300	814.400
Alman Markı	285.100	286.000

[Akbank Faizleri](#)
[Hesaplar Faizleri](#)
[Borç Faizleri](#)
[Yatırım Kredi Faizleri](#)
[Tüketici Kredi Faizleri](#)
[Kredi Kartı Faiz Oranları](#)

Anı Fotoğraf Çekim: Aylık 7% 5.3

İnternet Şubemize Döviz ve Yatırım

Netscape: Akbank Hakkında

Location: <http://www.akbank.com.tr/hakkinda/homepage.asp>

AKBANK TÜRKÇE ENGLISH

Ana Sayfa
Akbank Hakkında
Erişim Noktaları
Bireysel Bankacılık
Yatırım Hizmetleri
İnsan Kaynakları
Bize Ulaşın

AKBANK HAKKINDA

Tarihi
Türkiye'de geçmişle geleceği bağlayan köprü

Genel Bilgiler
Yönetim Kurulu, Yöneticiler, Hissedarlarımız

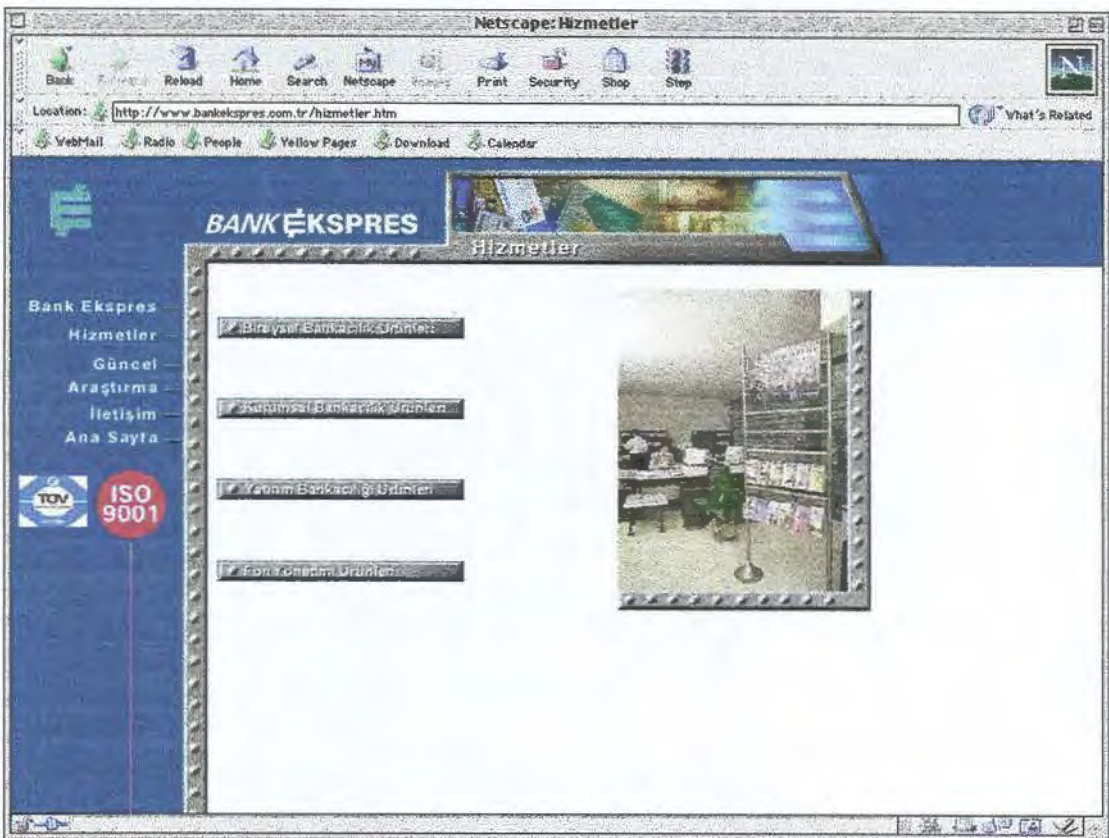
Önemli Bilgiler
Geçmiş yıllara ait mali tablolarımız

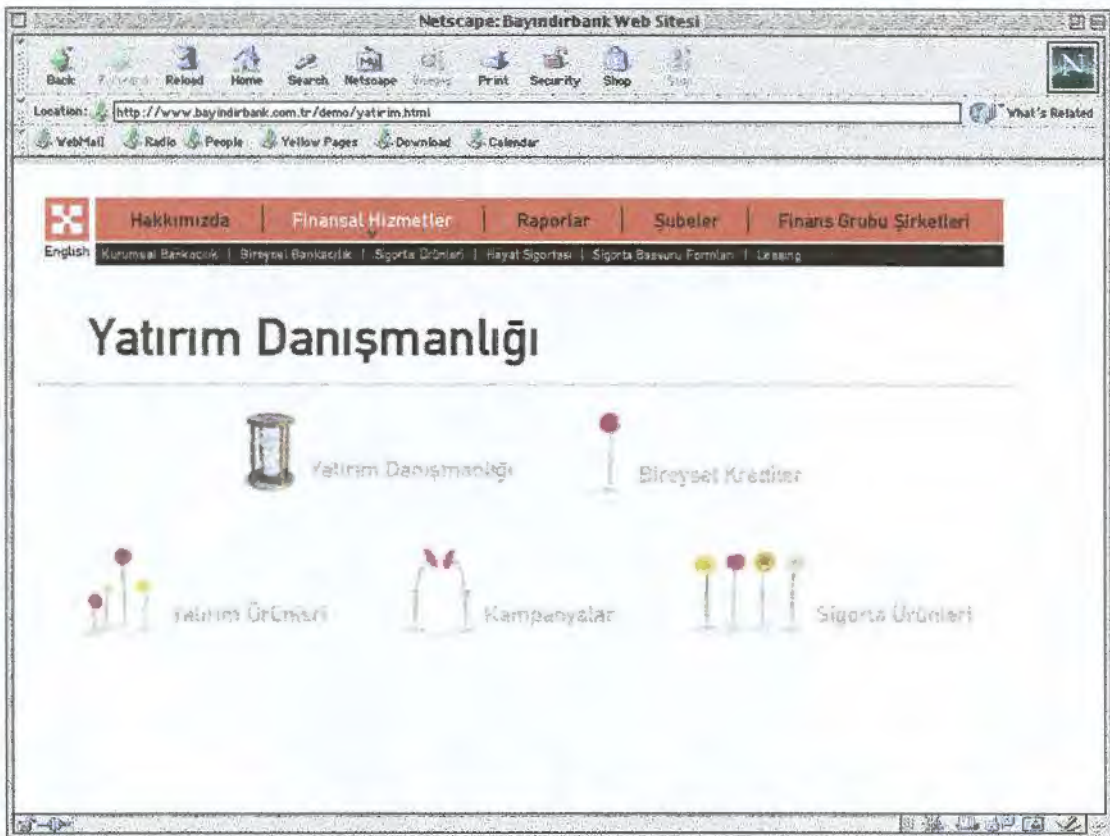
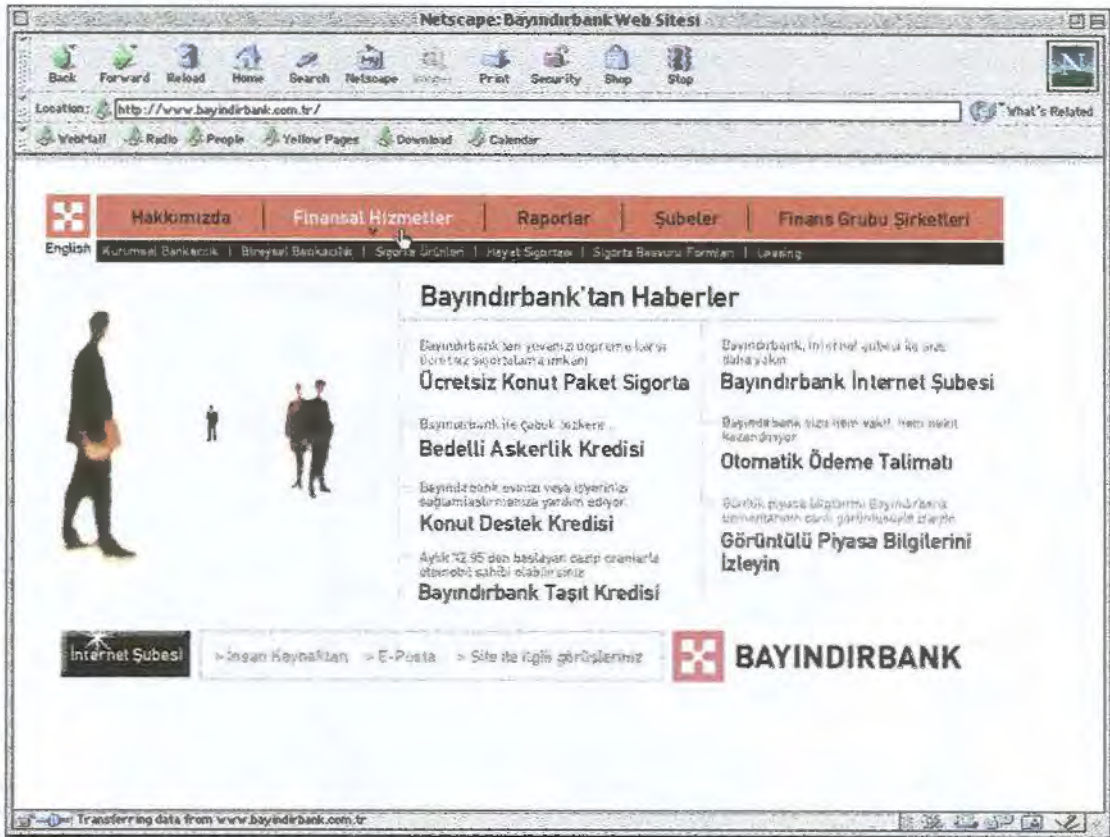
Finansal Bilgiler
1999 yılına ait finansal bilgiler

Reklamlar
1948'den günümüze Akbank reklamları

Faaliyet Raporu
1999 yılı Akbank aktiviteleri

Her hakkı Akbank T.A.Ş.'ye aittir © 2000





Netscape: Demirbank Kurumsal

Location: <http://www.demirbank.com.tr/>

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

DEMİRBANK Demirbank İyi Günler Diler!

Ana Sayfa
Demirbank Tanıtım
Finansal Bilgiler
Bireysel Bankacılık
Kurumsal Bankacılık
Yatırım Bankacılığı
İnsan Kaynakları
Haberler
Bize Ulaşın
Site Haritası
İnternet Bankacılığı
Order Online
English

Demirbank, kurulduğu 1953 yılından bu yana ortaklık yapısı değişmeden sürekli gelişimini sürdürüyor. Türkiye'nin öz-emması en büyük **başınıca** bankası olan Demirbank "dünyanın en büyük 500 bankasından biri olmak" yolunda hızla ilerliyor.

Uluslararası The Banker dergisinin yayınladığı rapora göre, ortalama özkaynak karşılığında dünya üçüncüsü olan Demirbank aynı zamanda dünyanın en büyük 935. Bankası konumuna ulaştı.

Güçlü özkaynak yapısı, yurtdışındaki 126 şubesi ve yurtdışında Anapara Kalkınma Bankası (EBRD) ve Uluslararası Finans Kurumu (IFC) ile yurtdışında gerçekleştirdiği ortak girişimlerle, üstün nitelikli çalışanlar ve müşteri odaklı hizmet anlayışını sürdüren Demirbank bugün Türkiye sınırlarını aşarak Hollanda'dan Kazakistan'a, Almanya'dan Bulgaristan'a, Romanya'dan, Kırgızistan'a, KKTC'den, Bahreyn'e, Belçika'dan, Malta'ya uzanan geniş bir coğrafyada faaliyet gösteren bir dünya bankası olmanın gururunu yaşıyor.

Uluslararası derecelendirmede konuklarından aldığı **yüksek notalar**, İstanbul, Münih, Frankfurt bölgeleri ile ABD'de aynı anda işlem gören hisse senetleri ve uluslararası piyasalardan aldığı **şekilsasyon** kredileri ile Demirbank başından başına koyuyor.

Demirbank İyi Günler Diler.

© **Corporat** Demirbank T.A.Ş. 2000 Telefon: (0212) 275 19 00

Son Dakika

Demirbank'ın Kredi Notu Yükseldi

Demirbank 2000'e de hızlı başladı. Aktif Büyüklük : 2 katrilyon 84 trilyon TL

Demirbank 75 Milyon Dolar Tutarlı Finansman Bonosu Programını

Tamamladı

Demirbank (Bulgaristan) AD İki

Şubelerini Hızmetle Açtı

KAMBIYO MEVZUAT BİLGİLERİ

Netscape: Demirbank Bireysel

Location: <http://www.demirnet.com/>

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

DEMİRBANK Kolay Bankacılık

Ana Sayfa
DemirNet
Ürün ve Hizmetler
Son Dakika
Bilgi Köşesi
İnsan Kaynakları
Site Haritası
Arama
Bize Ulaşın

444 0 111

Demirbank
Demir Yatırım

***Günün 24 Saati, Tüm Dünyadan Her Türü Bireysel Bankacılık İhtiyaçınıza Demirbank ile Ulaşabilirsiniz!**

Uygun faiz oranları ve ödeme koşulları sunan ihtiyacınıza uygun kredileri ile hayallerinizi kolayca gerçekleştirebilirsiniz. Hayallerinizi ertelemeyin!

E-Bakim
 Kredi Kartı hesap bakiyesi cüzdanınızın kağıt olarak posta adresinize ulaşmasını beklemeden, anında internet ortamında görüntüleyebilirsiniz. Kredi kartı hesap bakiyesi cüzdanınızın bakiyesini bir e-mail adresine her ay düzenli olarak gönderilmesi için talimat verebilirsiniz.

Sana Kart
 Demirbank Bireysel Bankacılık'tan yeni yeni bir ürün olan Sana Kart ile internete kolay kolay erişim sağlayın! Sana Kart sayesinde alışverişinizin limitinin tamamını riske etmeden internetle hem daha güvenli hem de kolay alışveriş yapabilirsiniz.

DemirFrekans
 Tüm bireysel bankacılık işlemlerinizi hiçbir ücret ödmeden tek bir telefonla bu frekansta.

İnternet Bankacılığı

DEMİRnet

Son Dakika

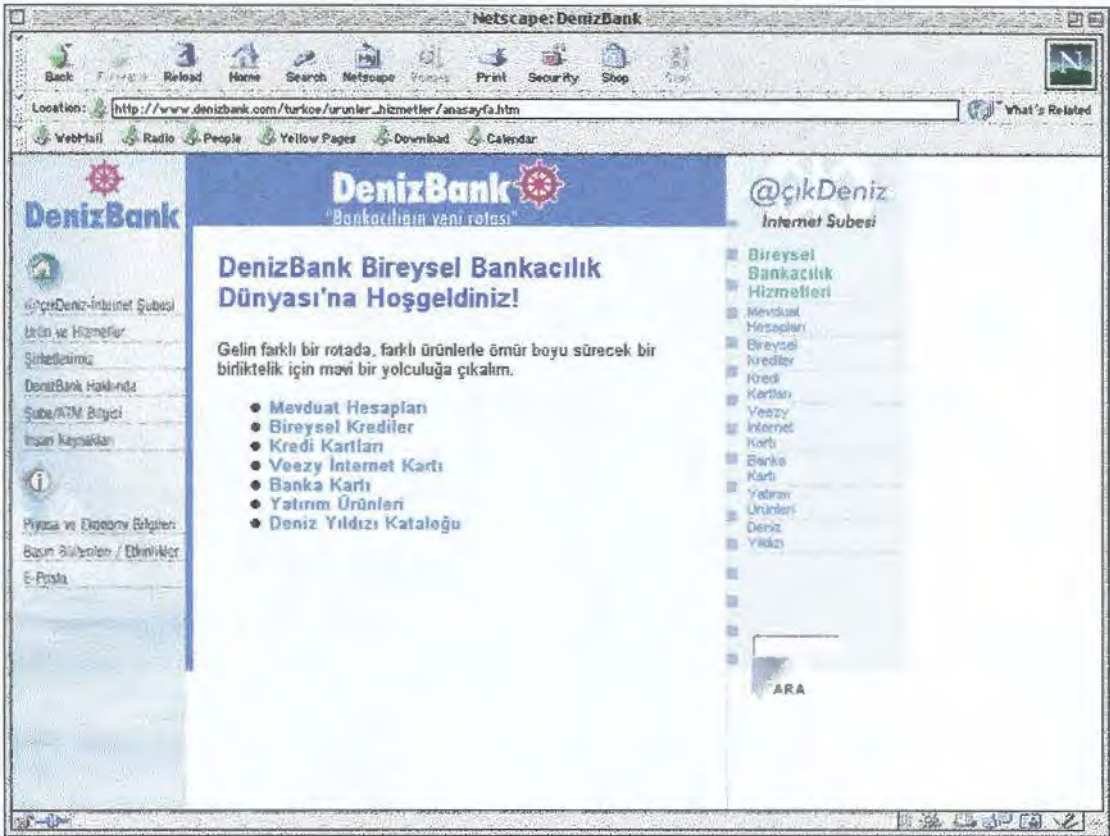
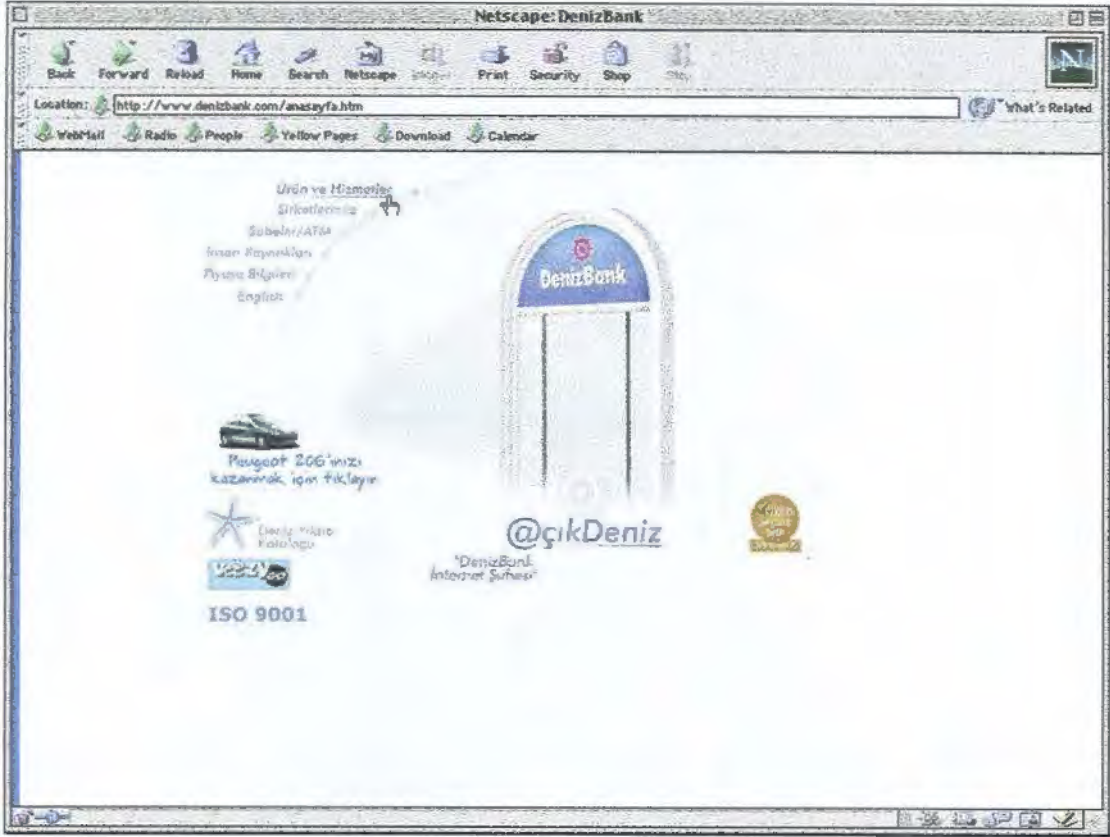
Demirbank'ın Kredi Notu Yükseldi

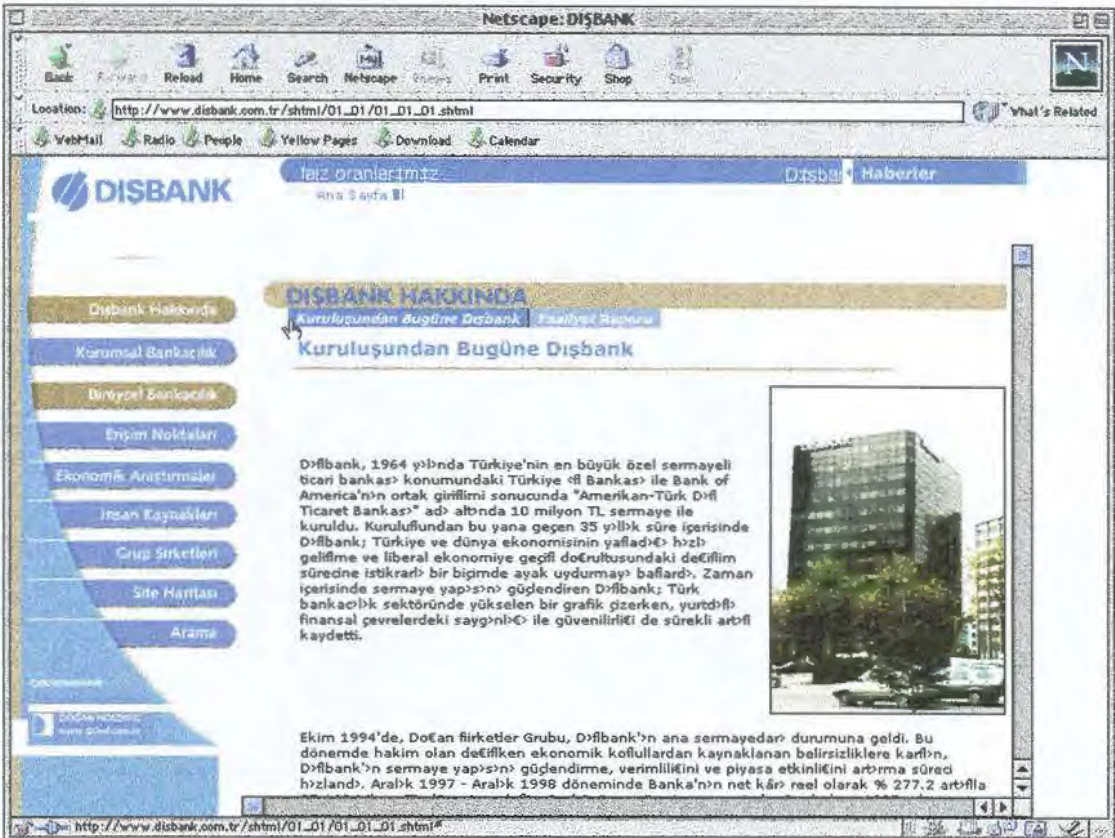
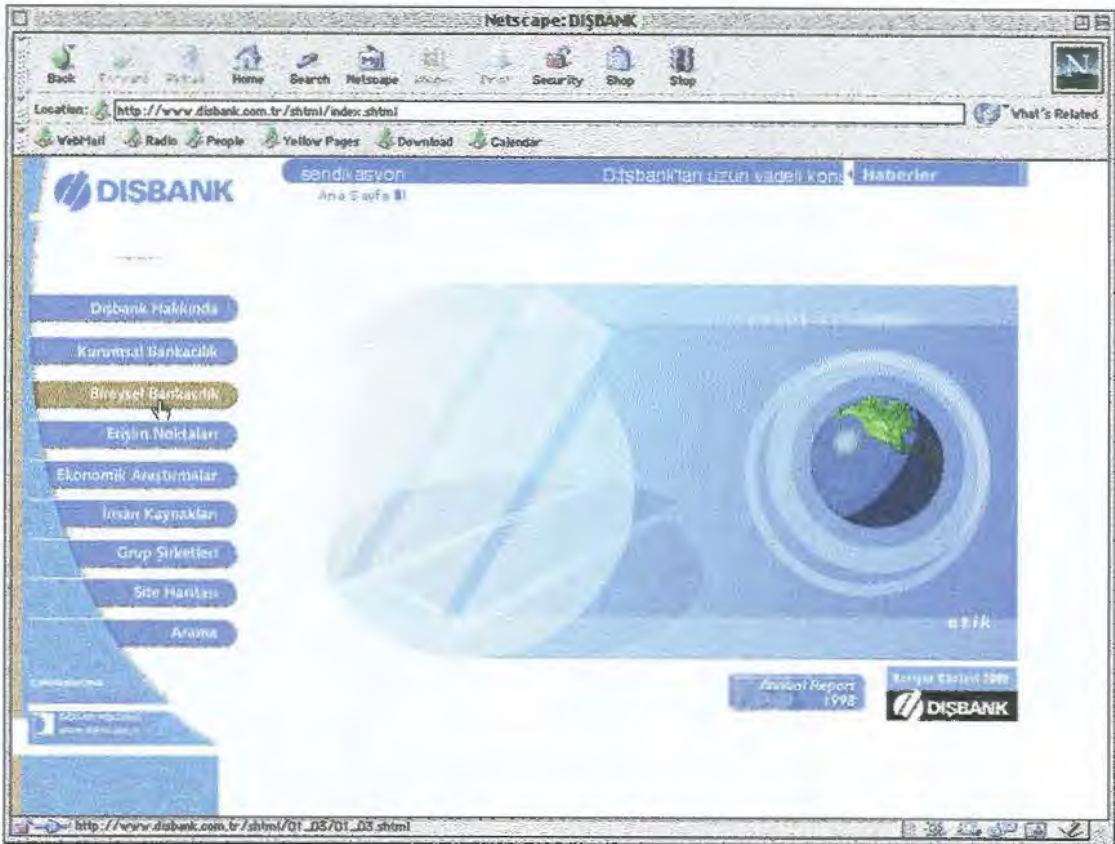
Türkcell ve Telsim Ödemeleri Artık DemirNoktalarda

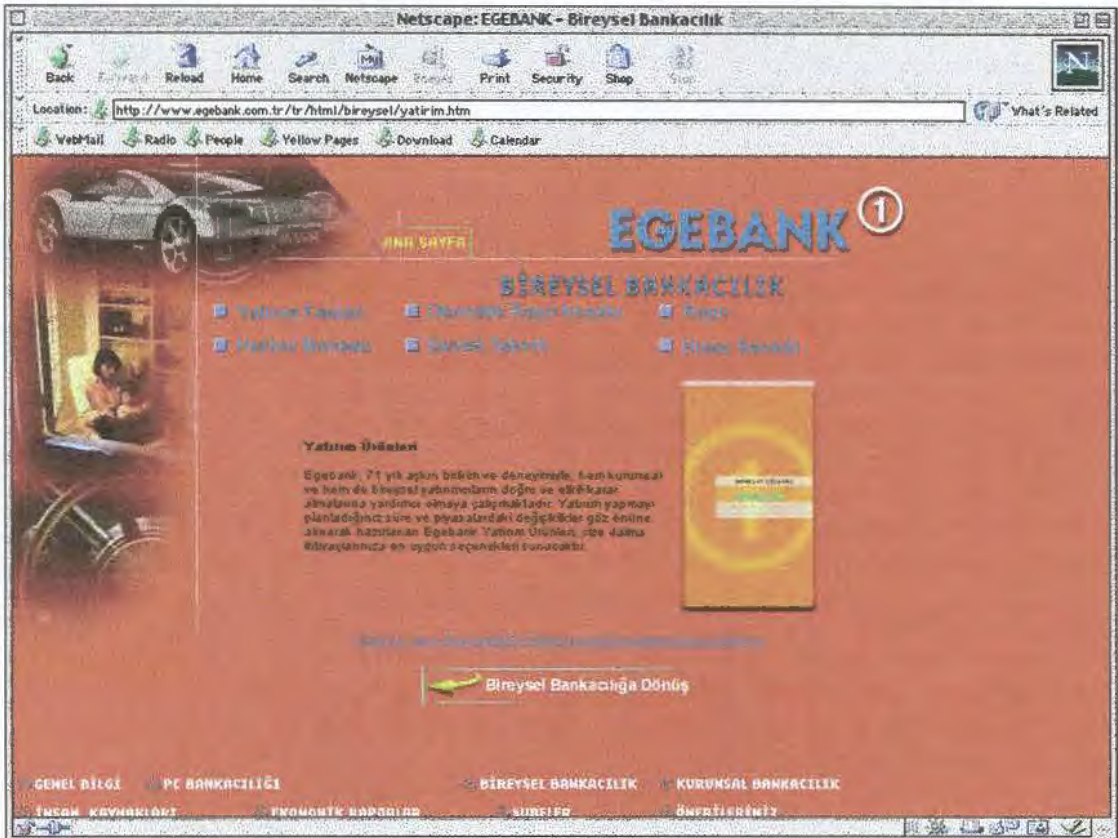
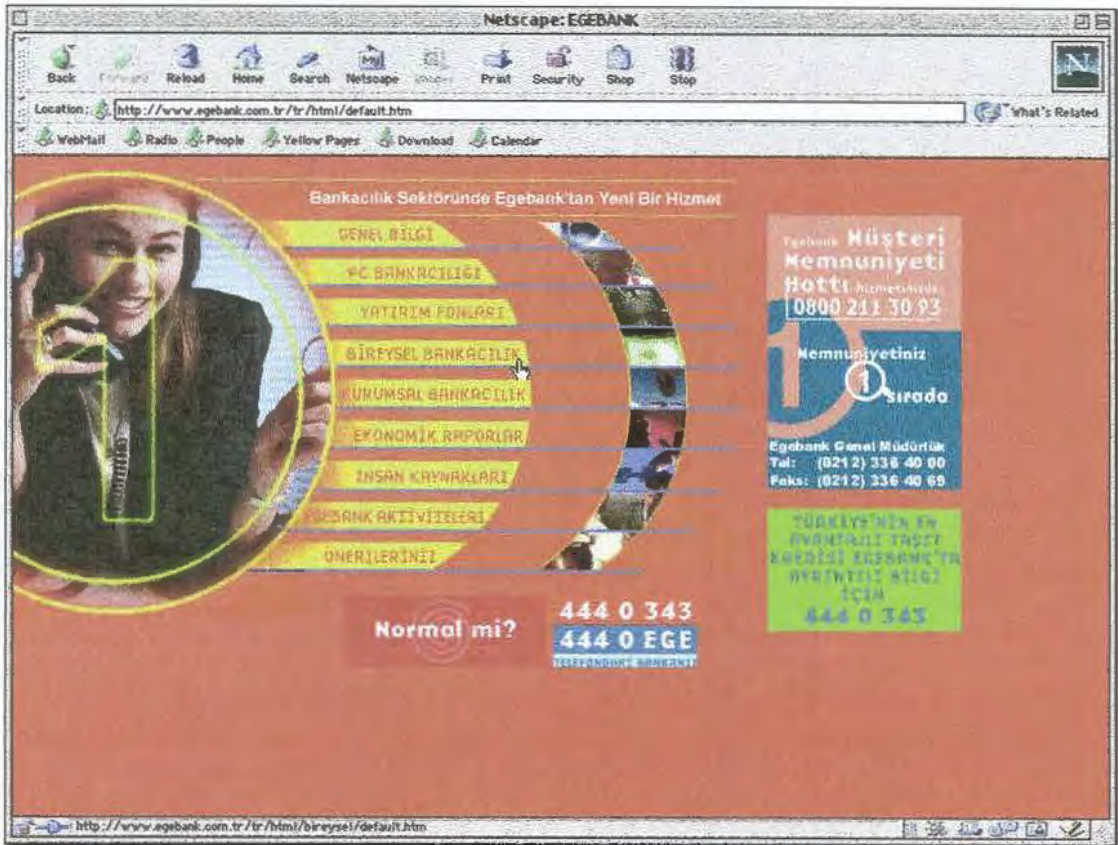
DemirNet'ten yapılabilecek işlemlere bir yenisi eklendi: Otomatik ödeme talimatı

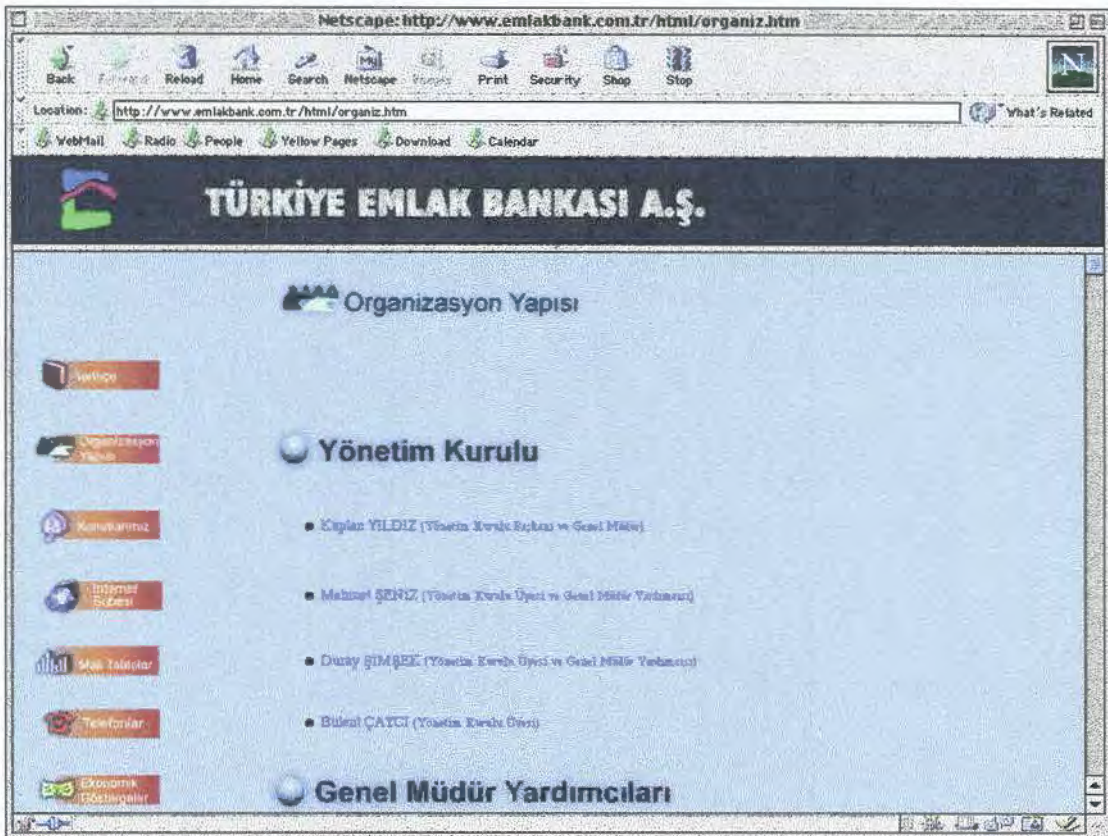
Reklamlar
Kampanyalar

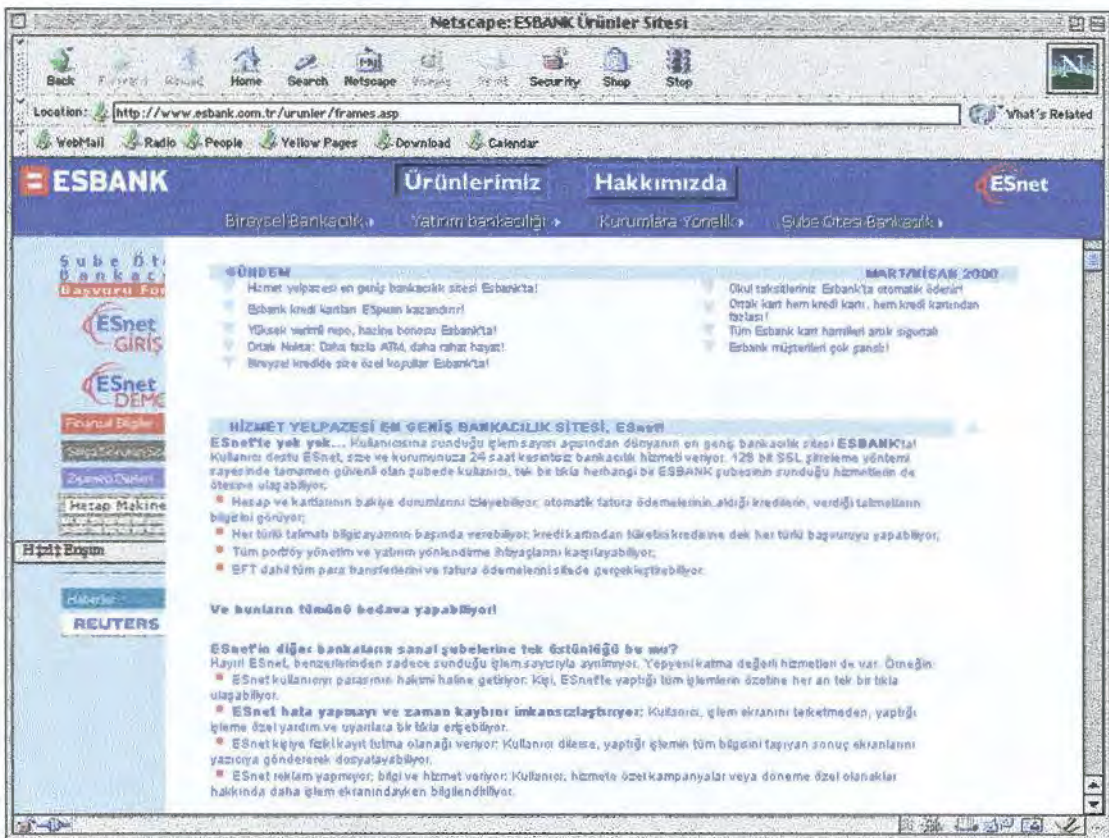
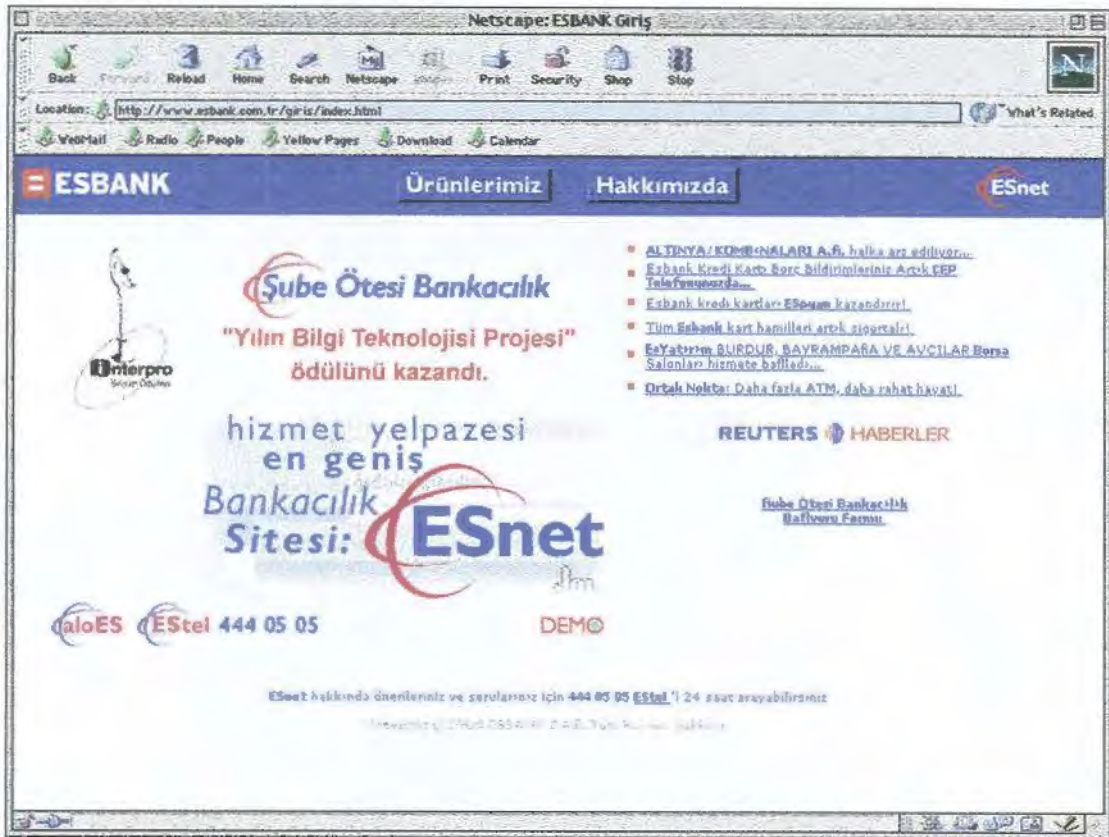
© **Corporat** 2000 Demirbank T.A.Ş.











Netscape: Etibank Ana Sayfa

Location: <http://www.etibank.com.tr/>

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

ETİBANK Hızlı, Güvenli, Özgür...
Etibank İnternet Şubesi

Ana Sayfa Tanıtım İnsan Kaynakları Ürün ve Hizmetler İnternet Şubesi Sorularınız İçin

9 Mayıs 2000, Salı

Konuk Defteri

Etibank Tatil Kredisi Faizi 3,8%
Tatila hazırlanın...

Etibank Tüketim Kredisi Faizi 2,99'a indi
Otomobil almak isteyen vatandaşlarımız...

Kredi Kartları'nda En Düşük Faiz Etibank'tan 4,99
Etibank, Kredi Kartları'ndaki nakit çekim...

Etibank'ın Gençler Web sayı
Etibank gençlerin kullanacağı yeni bir kart çıkıyor. WEB CARD.

1935'ten beri...

Atatürk'ün imzaladığı kararname ile 1935 yılında maden yataklarını ve enerji kaynaklarını işletmek için kurulan Etibank, Türkiye'nin ilk enerji şirketi olarak, yönetmek ve finansman ihtiyaçlarını sağlamak amacıyla kurulduğumuzdan bugüne değin, değişerek ve gelişerek hep sizinle olduk.

1998 yılında Etibank'la özelleştirilmemiz ve bu tarihten itibaren ETİBANK A.Ş. olarak faaliyetlerine devam edilişimizle bankamız daha iyi hizmet verebilmek için, tüm Türkiye'ye yayılmış 151 şubemizle gün geçtikçe sizinle daha yakın olduk, teknolojiyi yakından takip ederek, yenilenen tüm şubelerimizle beraber, İnternet'teki şubemizi de yeniledik. Yeni sayfalarımızda, Etibank'la ilgili en son haberleri, **Etibank Kredi Kartları, Krediler, Nakit Yönetimi ve Sigorta** gibi ürün ve hizmetlerimizi bulabilir, ayrıca sitemizdeki en önemli yenilik olan **İnternet Şubemiz** kısmından banka ile ilgili işlemleri yapabilirsiniz.

Etibank ile İnternet Bankacılığı
gök daha kolay... Hesap hareketlerinize, kredi kartı bilgilerinize, döviz ve faiz kurlarınıza güvenli bir ortamda ulaşabilmek için yandaki giriş butonuna tıklayınız. Eğer henüz İnternet şubemize üye olmadıysanız ayrıntılı bilgi için **Buraya** tıklayınız.

Etibank Screen Saver'ını denediniz mi?
Bilgisayar ekranınızın sürekli aynı görüntüde kalmasından dolayı zarar görmesini engellemek amacıyla bu ekran koruyucuyu yüklediğinizde, tufla dokunmadığınız her an ekran koruyucunuz devreye girecek ve monitörünüzün ömrünü uzatacak.

Dosya almak için, Zip apo programınız varsa (örn:WinZip) **Buraya**, yoksa **Buraya** tıklayın.

Netscape: Etibank Ürün ve Hizmetler

Location: <http://www.etibank.com.tr/turkce/urun/hizmet/default.asp>

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

ETİBANK Bu kredi kartının yaşı yok.

Ana Sayfa Tanıtım İnsan Kaynakları Ürün ve Hizmetler İnternet Şubesi Sorularınız İçin

9 Mayıs 2000, Salı

Konuk Defteri

Kredi Kartları

Krediler

Nakit Yönetimi

Diğer Hizmetler

Sigorta

Şube Dışı Bankacılık

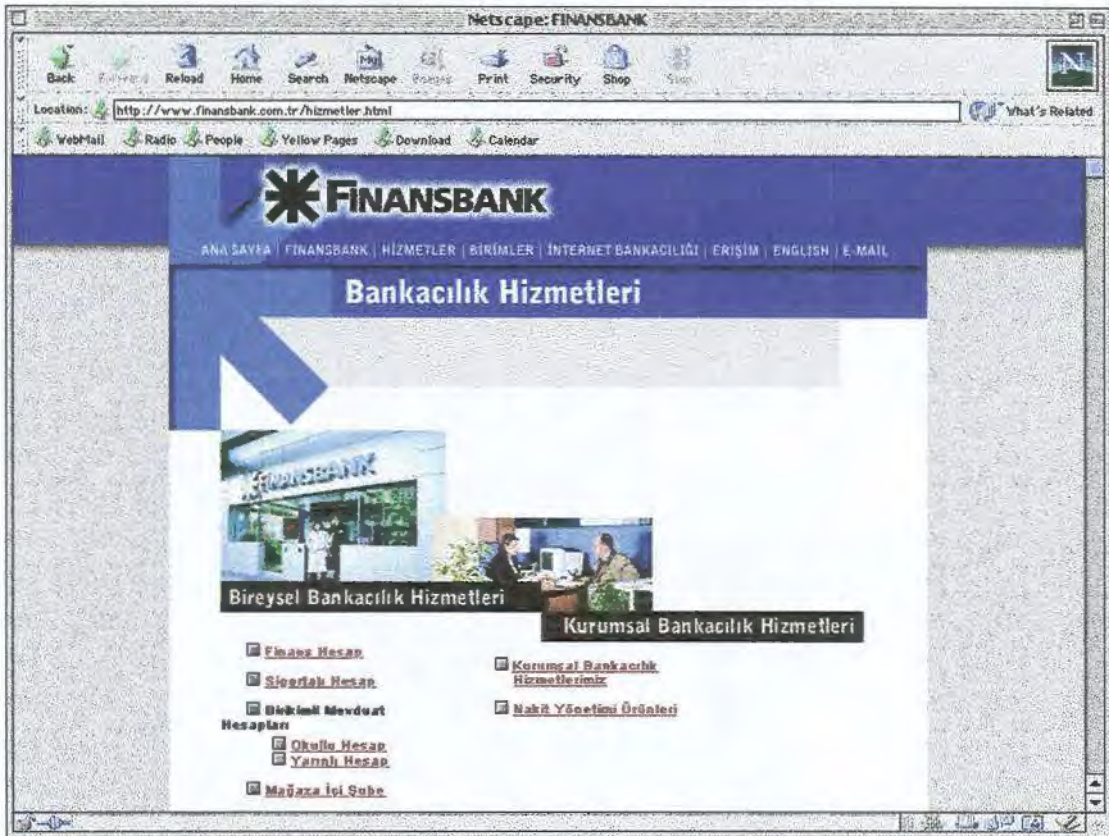
SALIK KREDİSİ

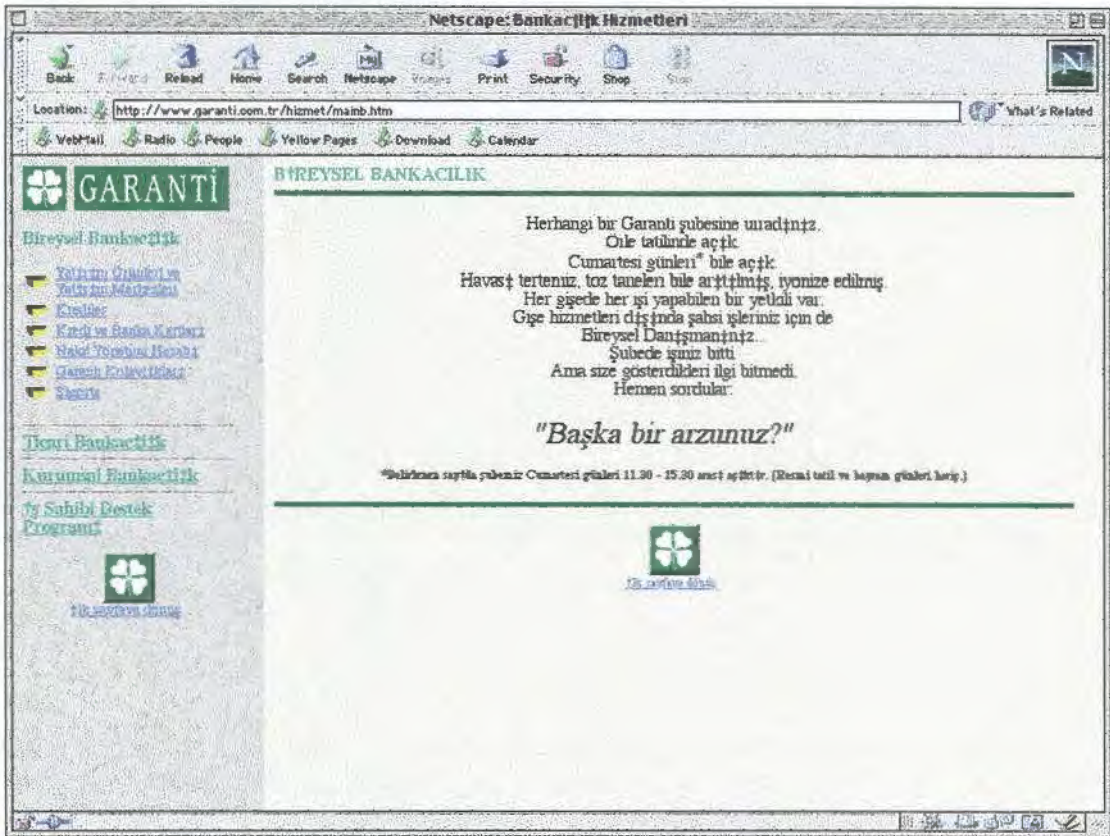
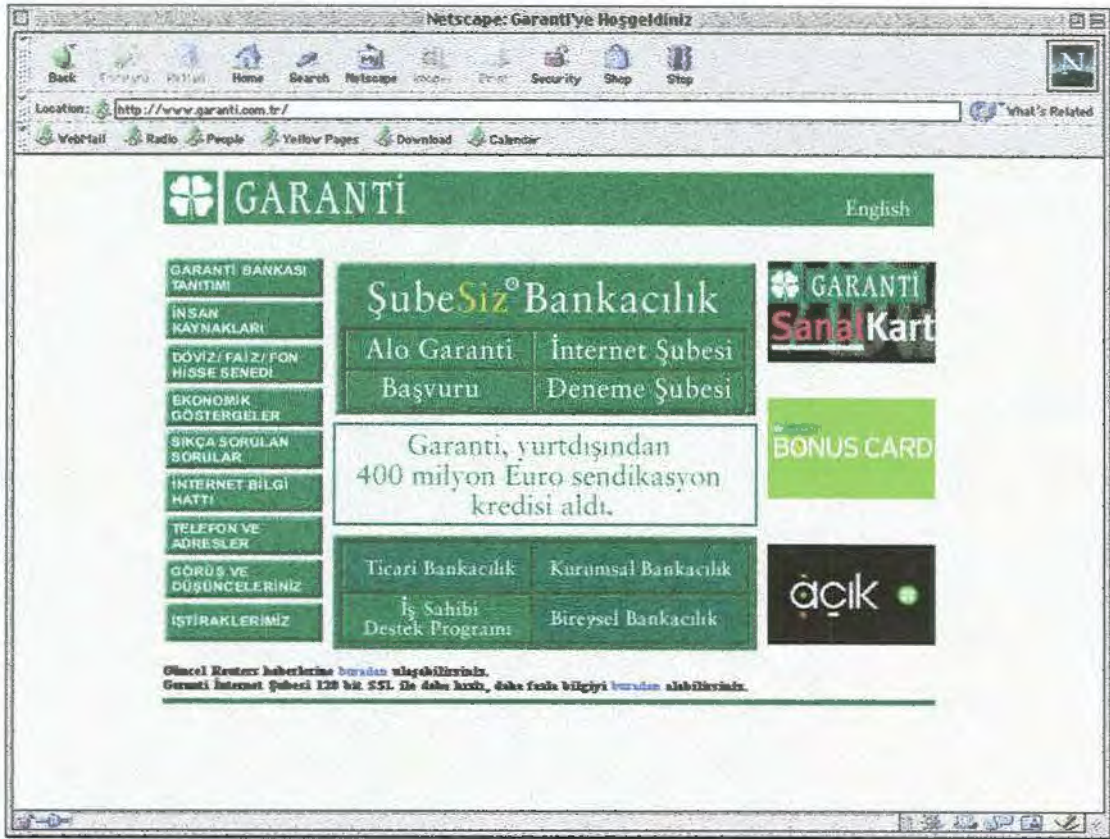
Etibank şimdi de mükteflerinin Göz ve Diş hastalıklarının tedavisinin finansmanı için "Salık Kredisi" veriyor. Hastaneler ve büyük nitelikli Diş-Göz Poliklinikleri vasıtasıyla kullandırılacak olan kredide azami vade 12 ay, faiz oranı %4,25'tir.

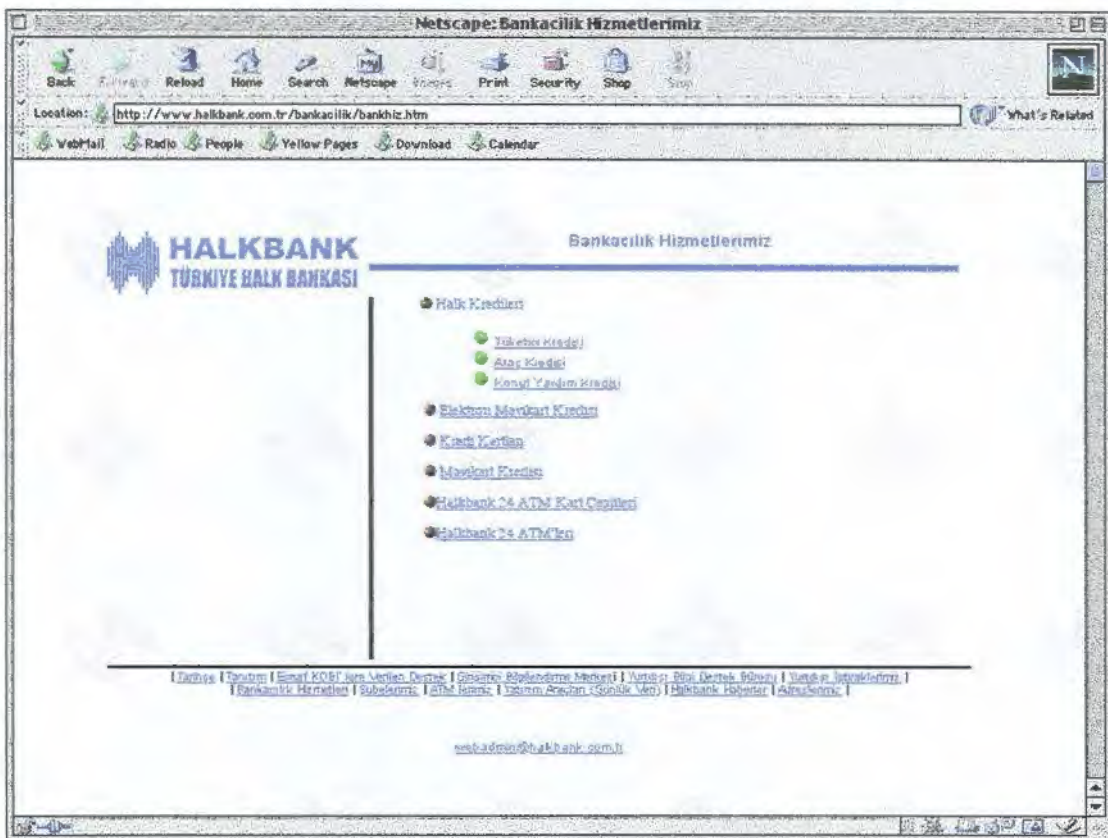
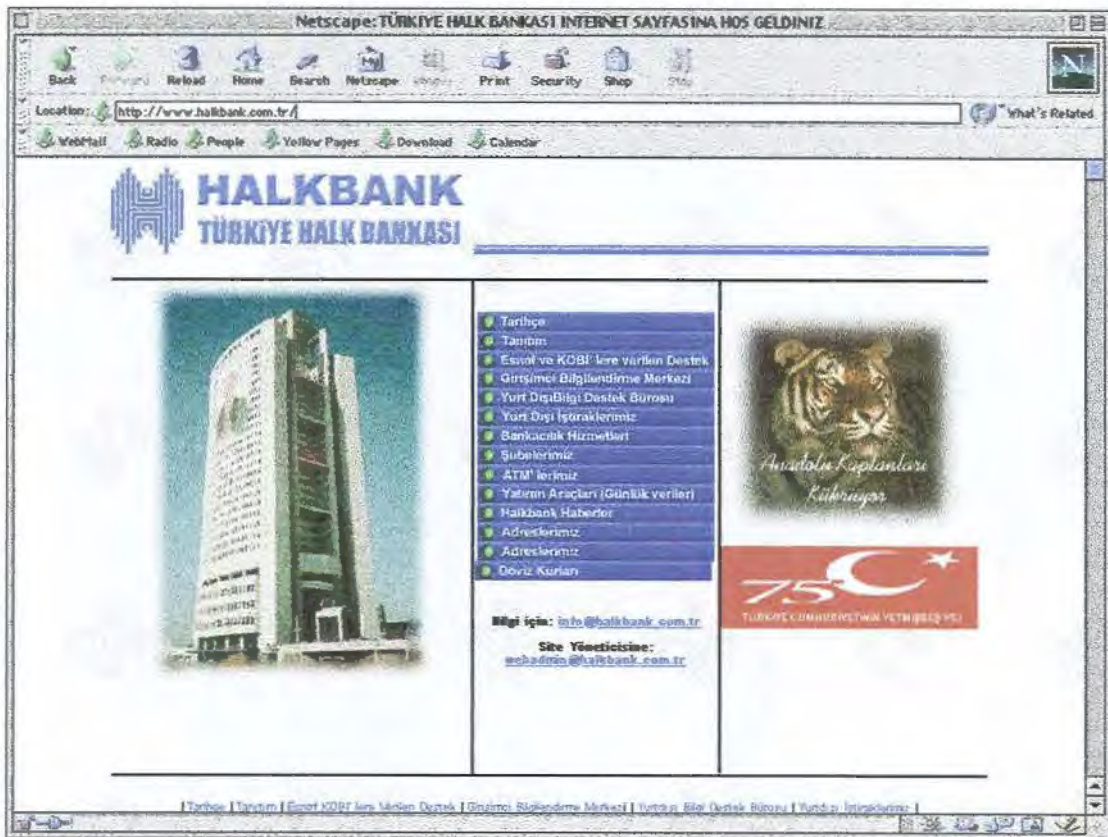
KİPTAŞ KONUT KREDİSİ

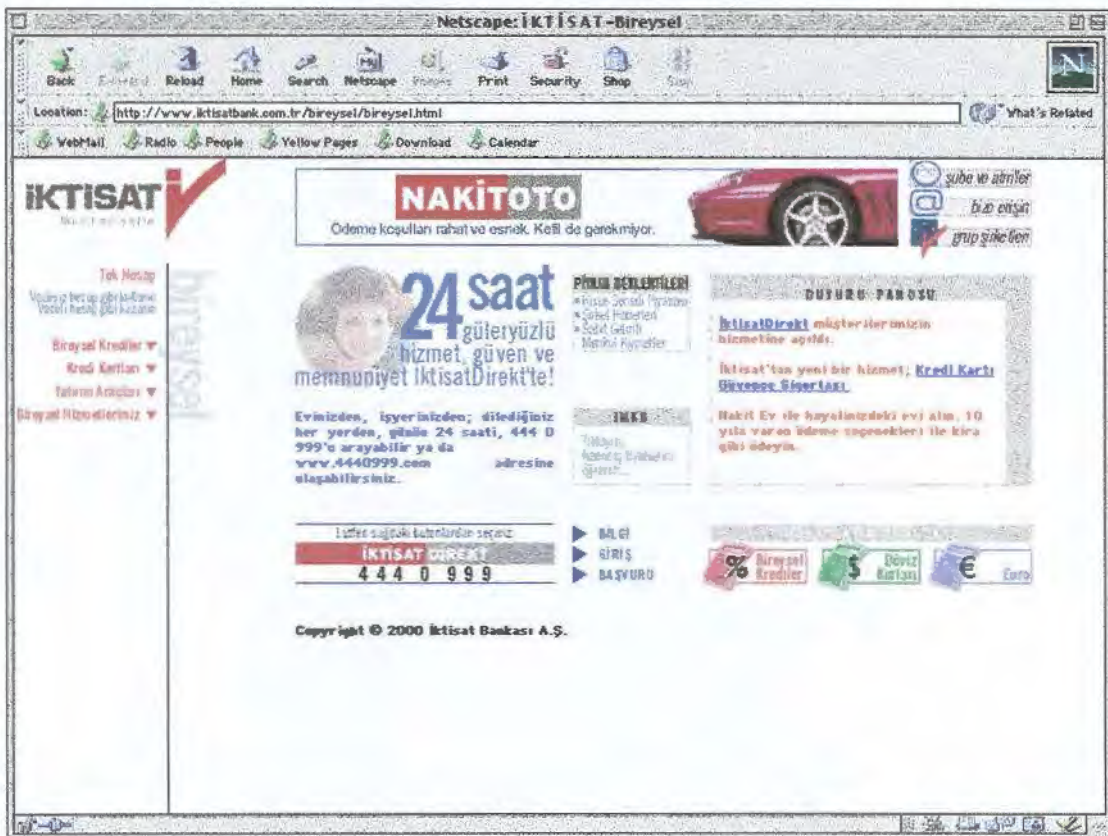
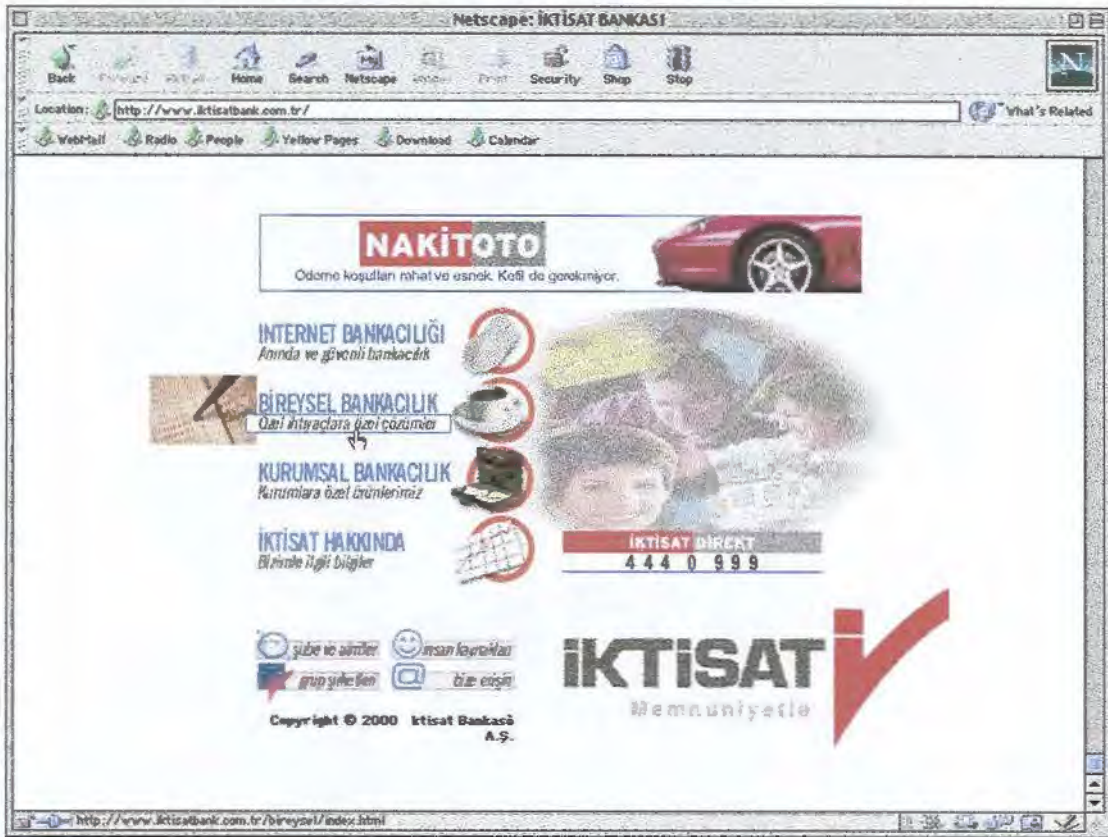
Etibank İstanbul Konut (mar Plan ve Ticaret A.Ş. (KİPTAŞ) tarafından inşa edilen konutların alıcılarının finansmanı amacıyla gerçek ve tüzel kişilere kredi desteği veriyor.

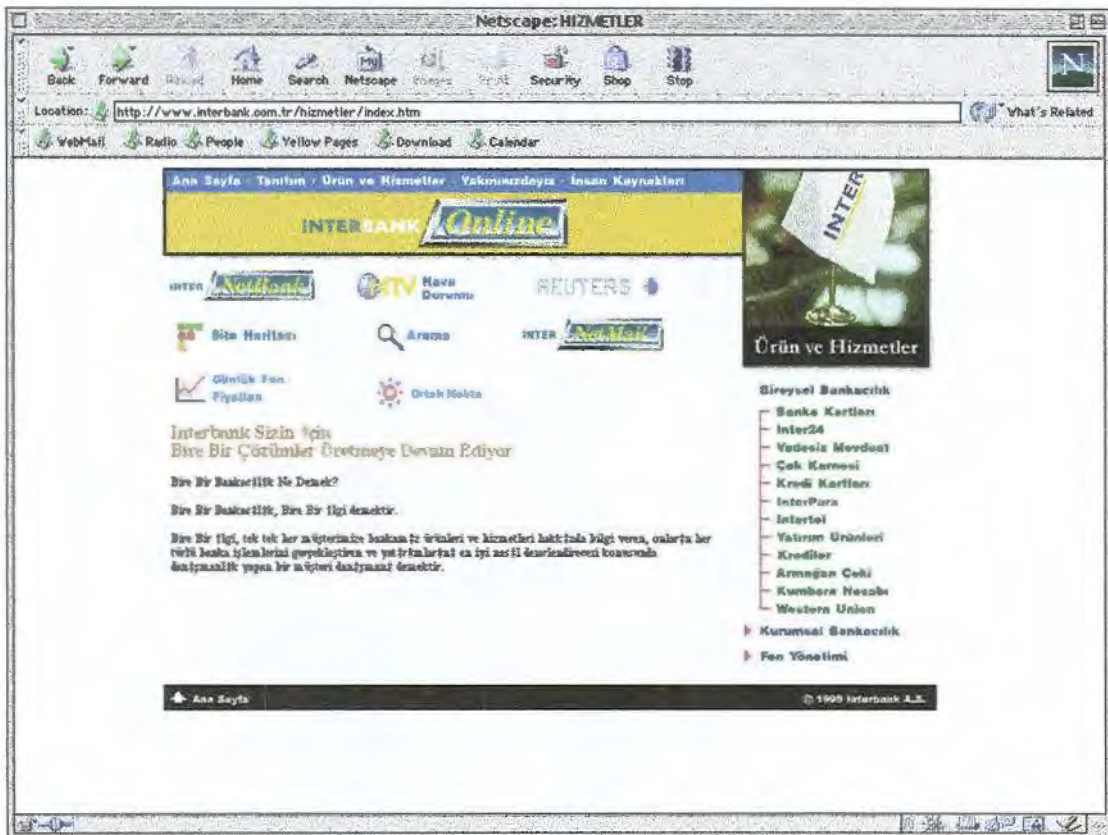
Günümüz şartlarına uygun, modern, depreme dayanıklı, çevre düzenlemesi ve sosyal imkanları ile İstanbul halkının yaşam standardını yükseltecek olan bu konutlar en uygun ödeme koşulları ile sabitfa sunulmuştur. Kiptaş Konut Kredisi 12-84 ay vadeli, geri ödeme sabit taksitli veya her altı ayda bir belirli oranda artırıla olarak kullanılacaktır. Faiz oranı %3 olup, %5 ile %25 arasında değişen peşinat tutarlarına göre faiz oranları değişecektir.

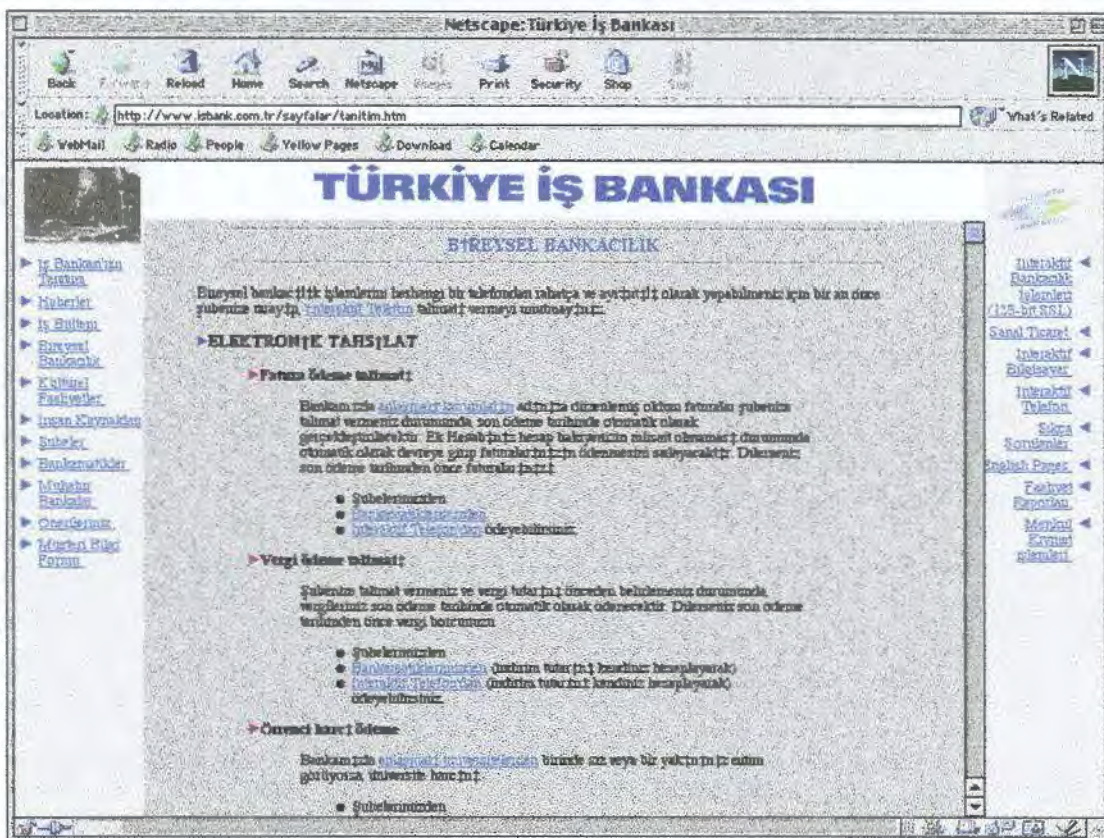
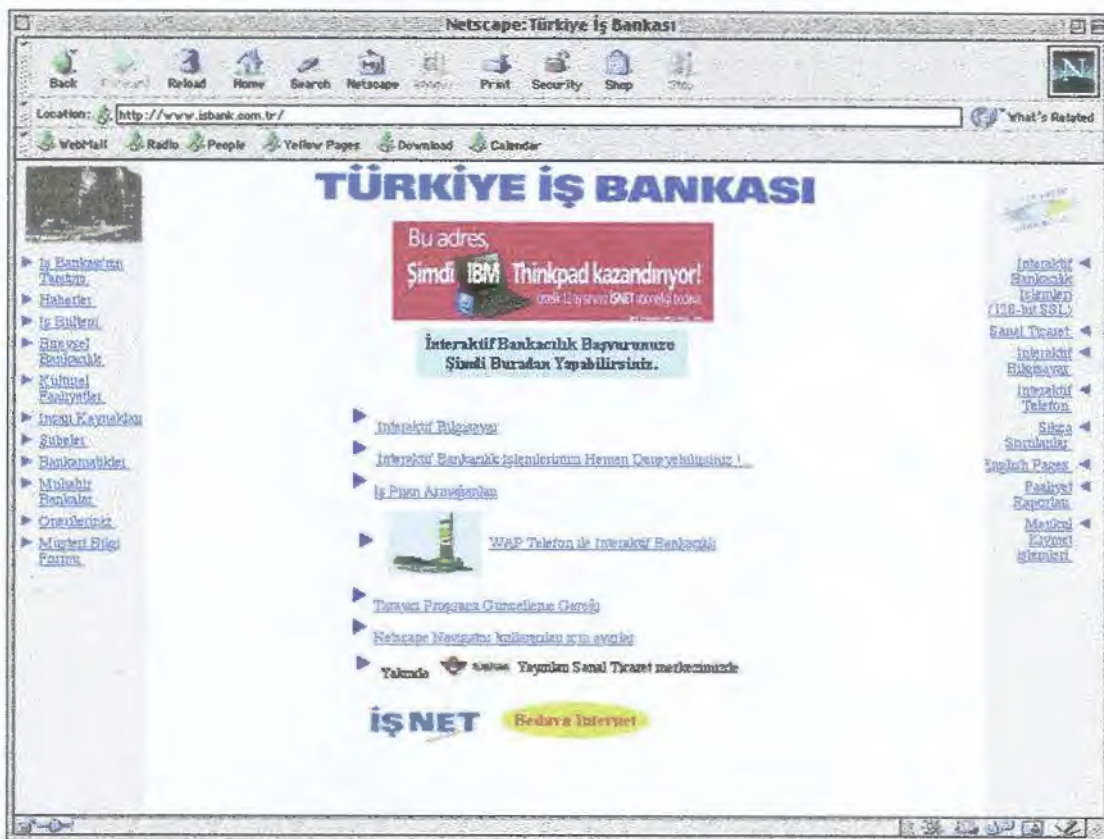


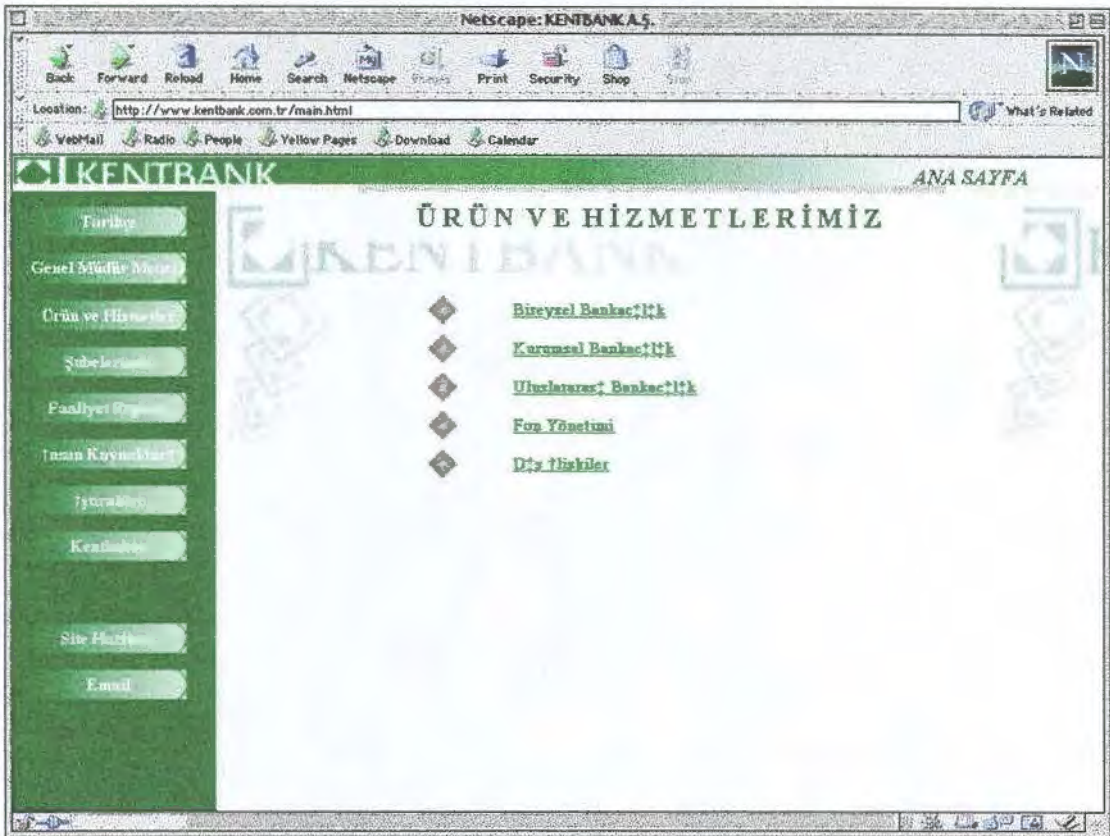


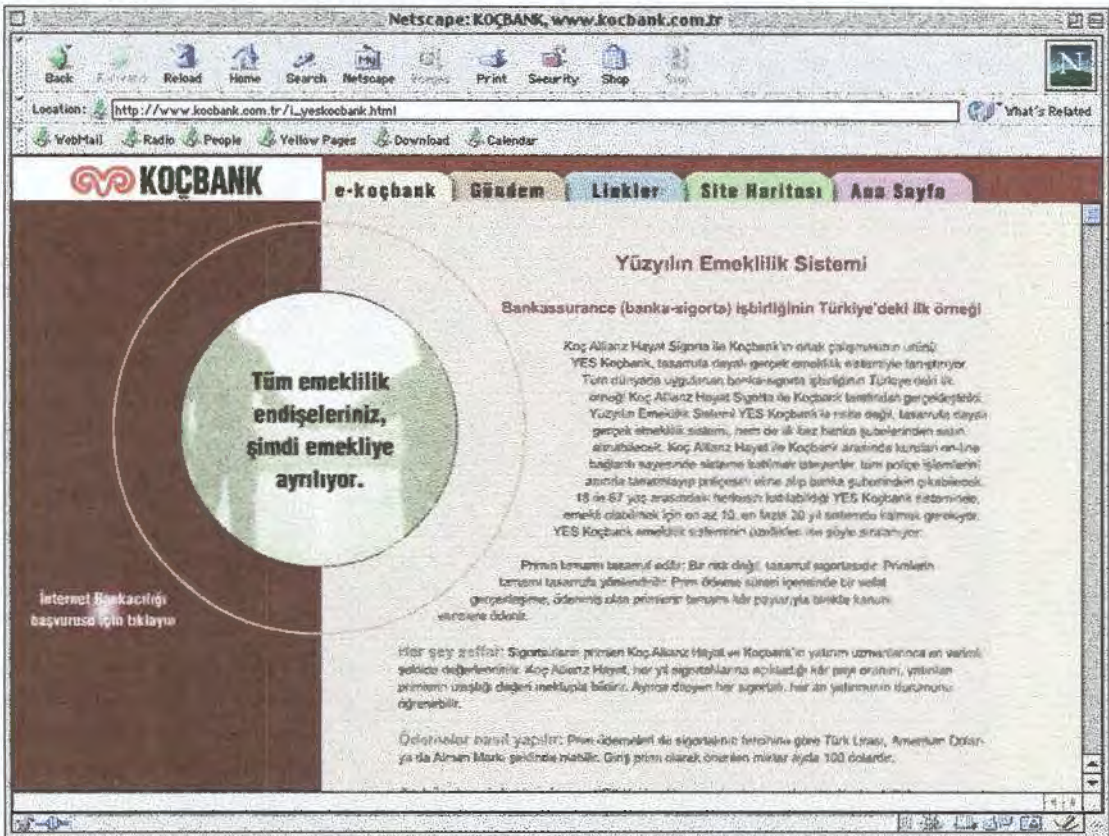
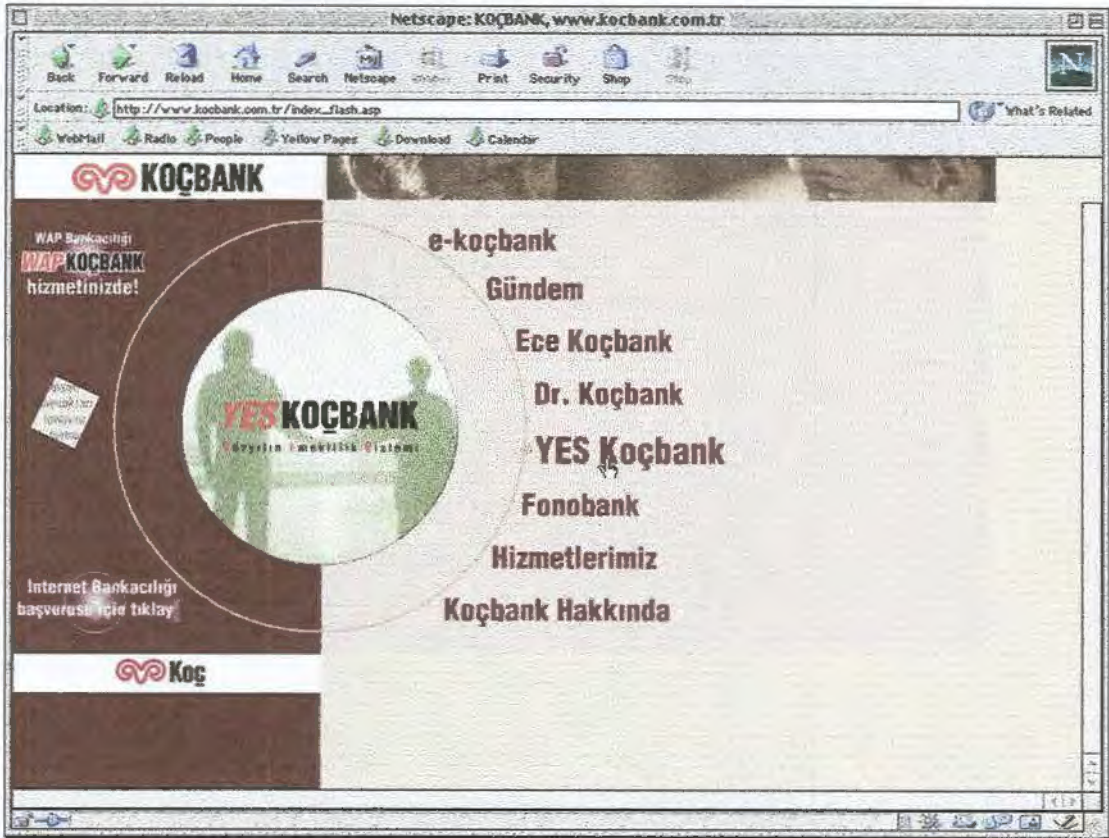


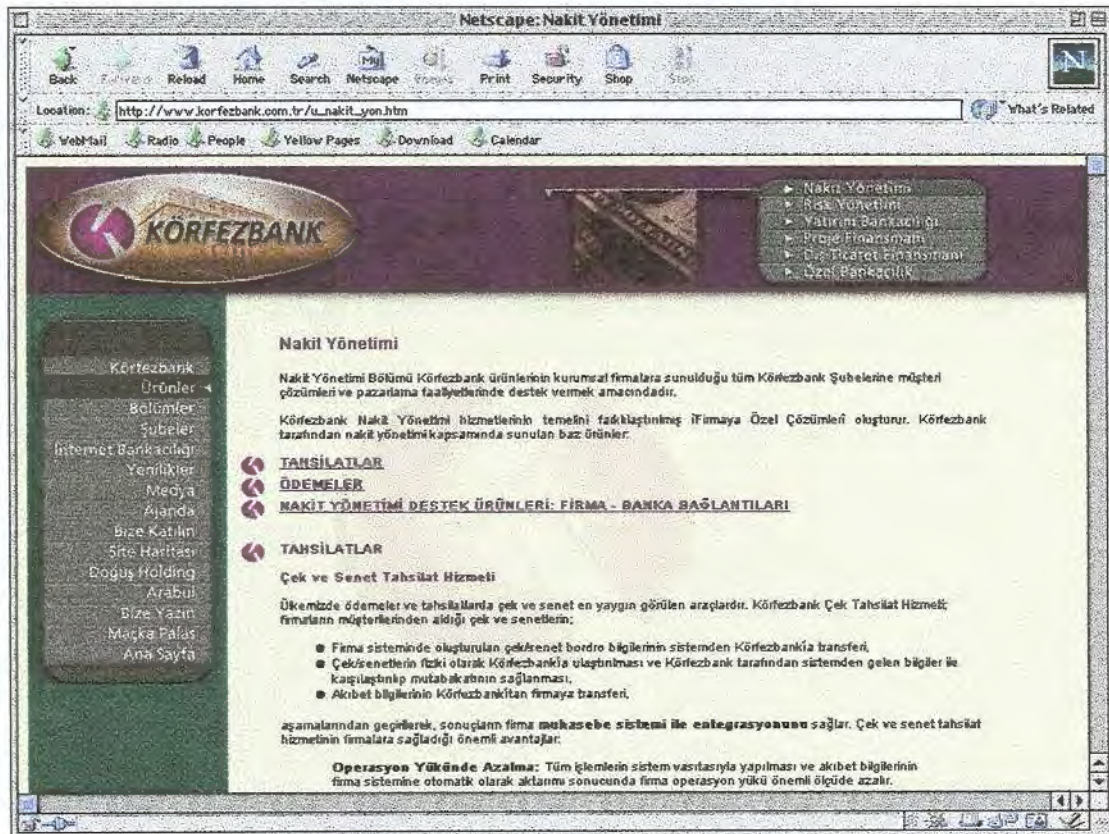




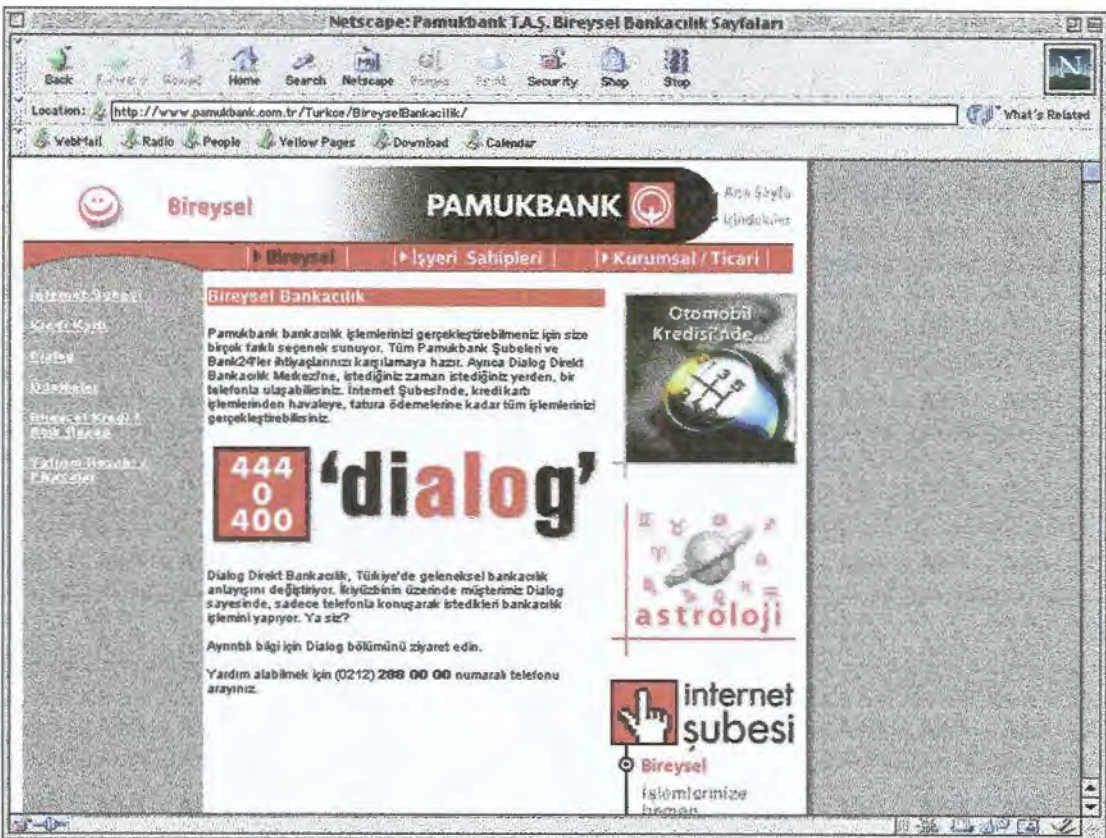
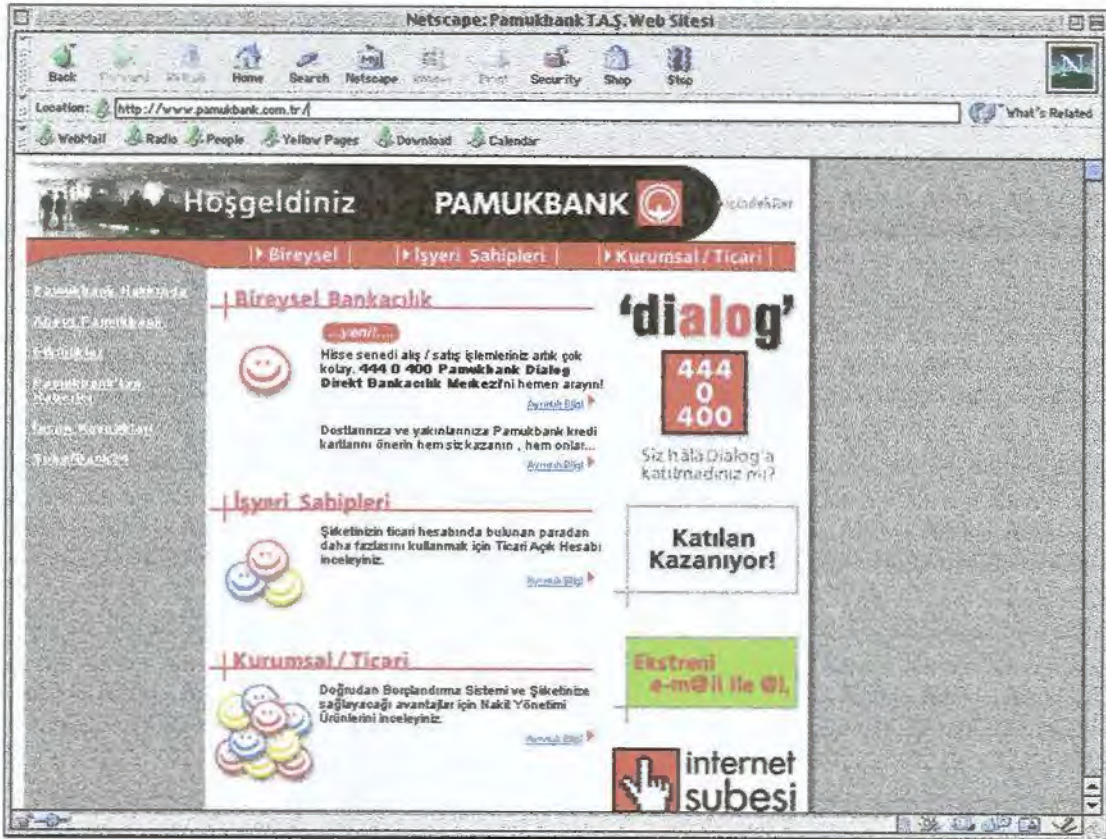


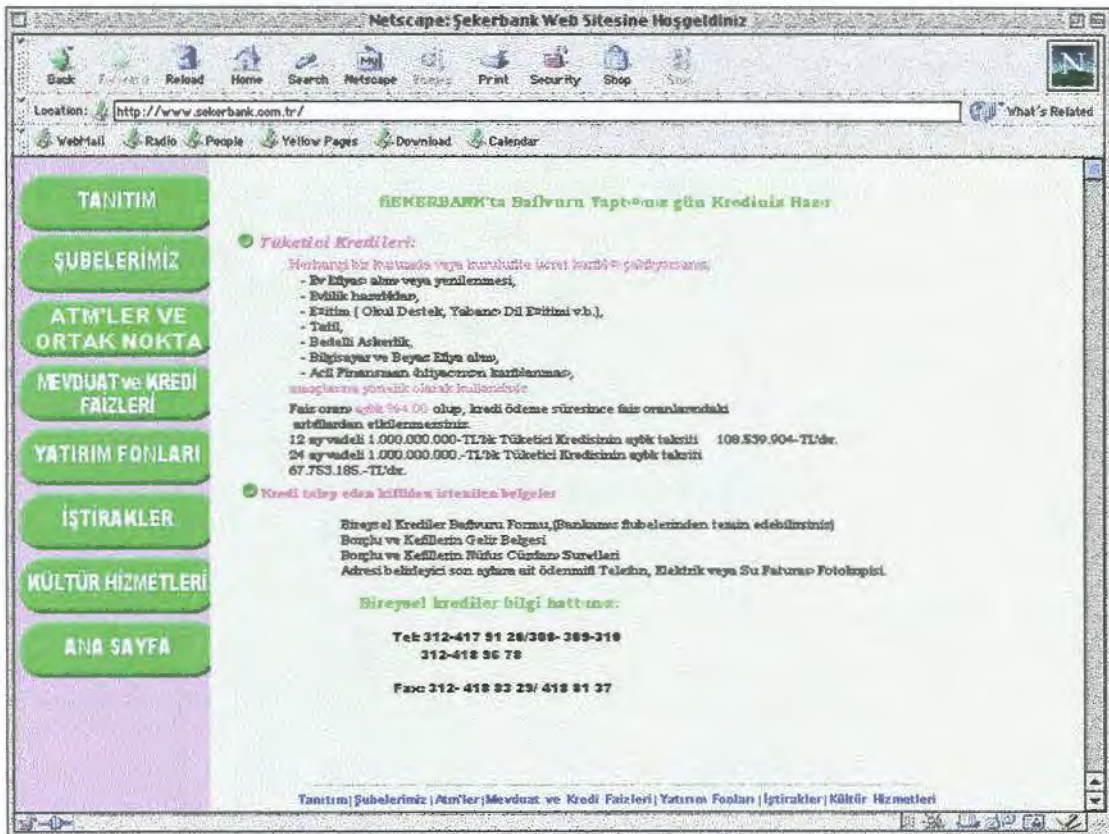


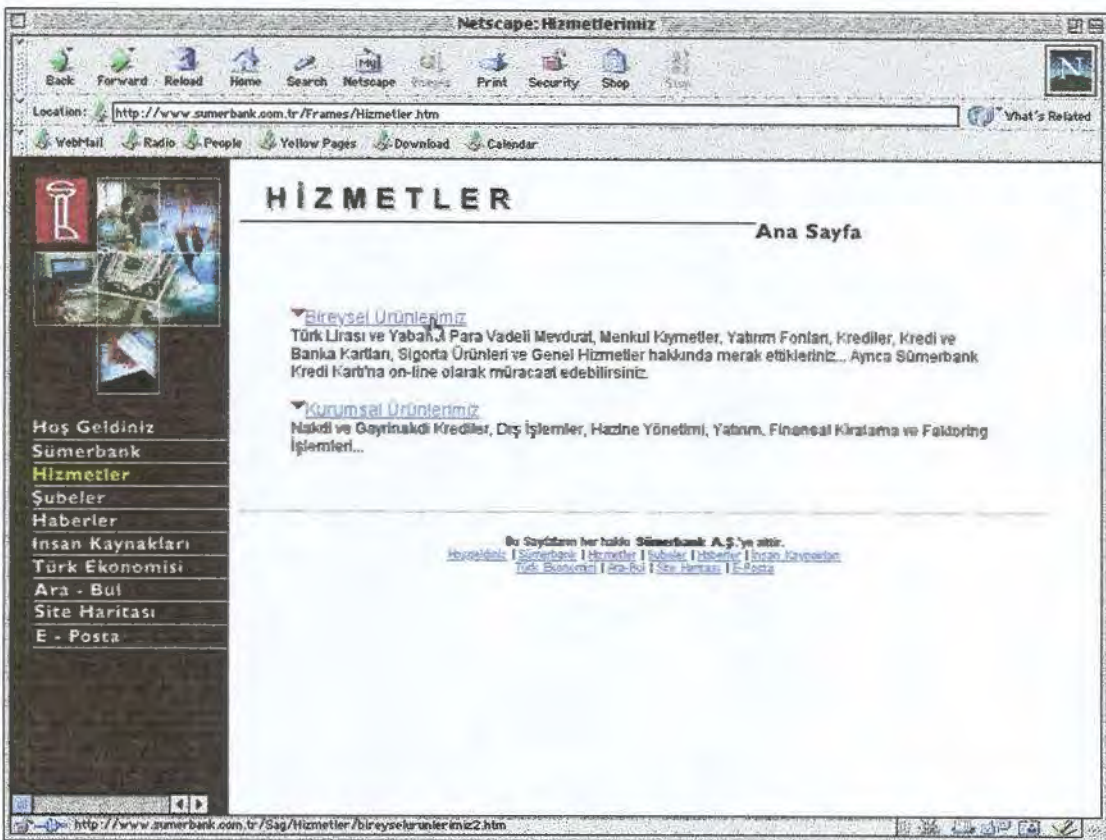


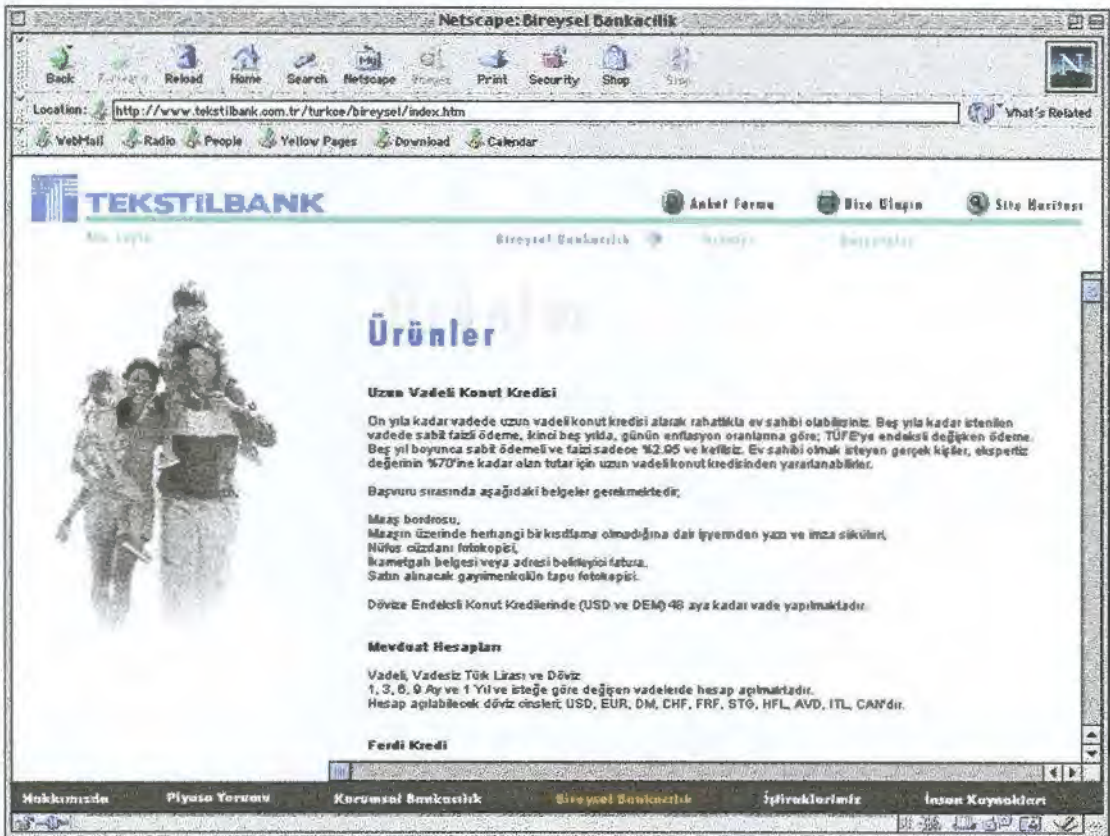












Netscape: VakıfBank

Back Forward Reload Home Search Netscape Books Print Security Shop Stop

NetSite: <http://www.vakifbank.com.tr/> What's Related

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

VakıfBank

Hoşgeldiniz

Üstün Hizmet Merkezleri

Yatırım Bankacılığı

Bankomat 7/24

Kredi Kartları

Bireysel Krediler

Ticari Krediler

Mevduat ve Bankacılık

Günlük Finans

InfoBank

Kültür ve Sanat

[Ana Sayfa](#) [E-Mail](#)

TÜRKİYE VAKIFLARI BANKASI T.A.O.

Bankacılık İşlemlerini 7/24 Tusa Getirdik

İnternet 724 Şubesi

Bireysel Kredi Bankası En Uygun Faiz Oranına Sahip Finansman VakıfBank'ta

Dünyanın her yanında alışveriş yapın, en uygun fiyada alışveriş yapabileceğiniz [VakıfBank Kredi Kartları](#) birbiriinden güzel ayrıcalıklar kazandırmaya devam ediyor...

VakıfPuan

[VB Tanıtıcı](#)

[VB VakıfBank Konut Kredisi](#)

[VB VakıfBank Bireysel Kredileri](#)

[VakıfPuan 2000 Anımsan Kampanyası KAZANDIRIYOR!!!](#)

Netscape: VakıfBank

Back Forward Reload Home Search Netscape Books Print Security Shop Stop

NetSite: <http://www.vakifbank.com.tr/> What's Related

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar

VakıfBank

Hoşgeldiniz

Üstün Hizmet Merkezleri

Yatırım Bankacılığı

Bankomat 7/24

Kredi Kartları

Bireysel Krediler

Ticari Krediler

Mevduat ve Bankacılık

Günlük Finans

InfoBank

Kültür ve Sanat

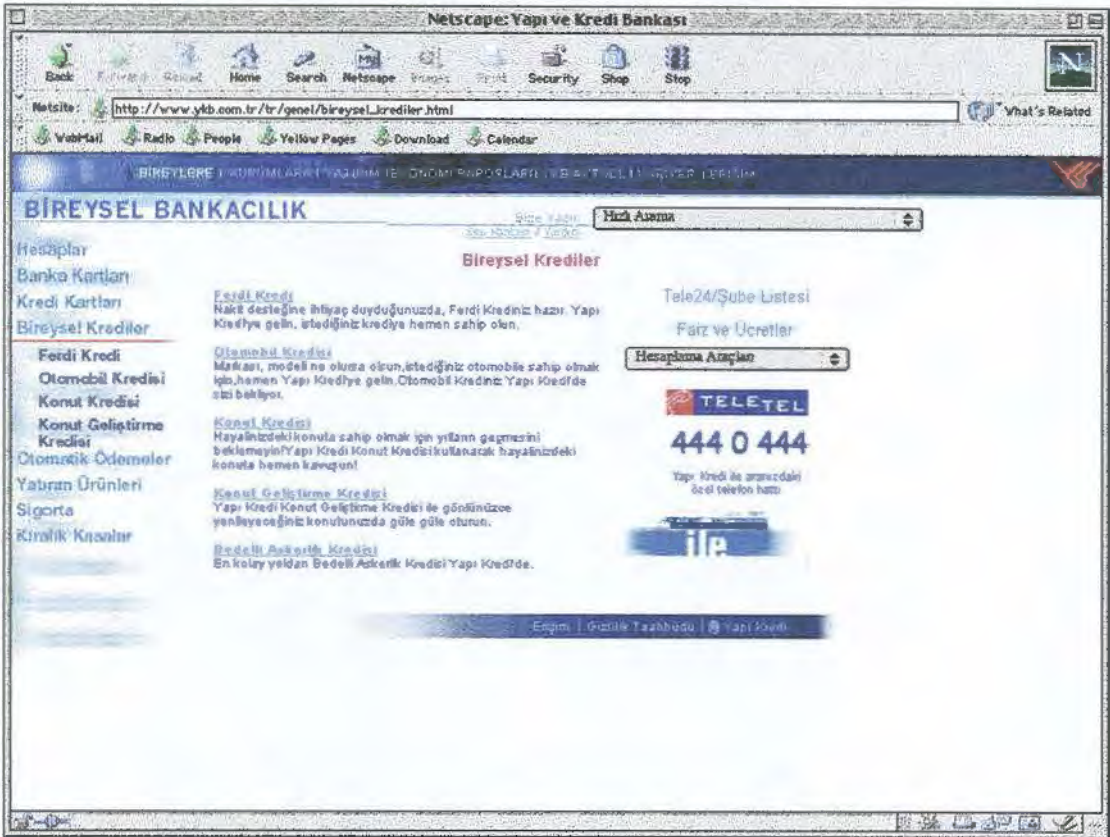
[Ana Sayfa](#) [E-Mail](#)

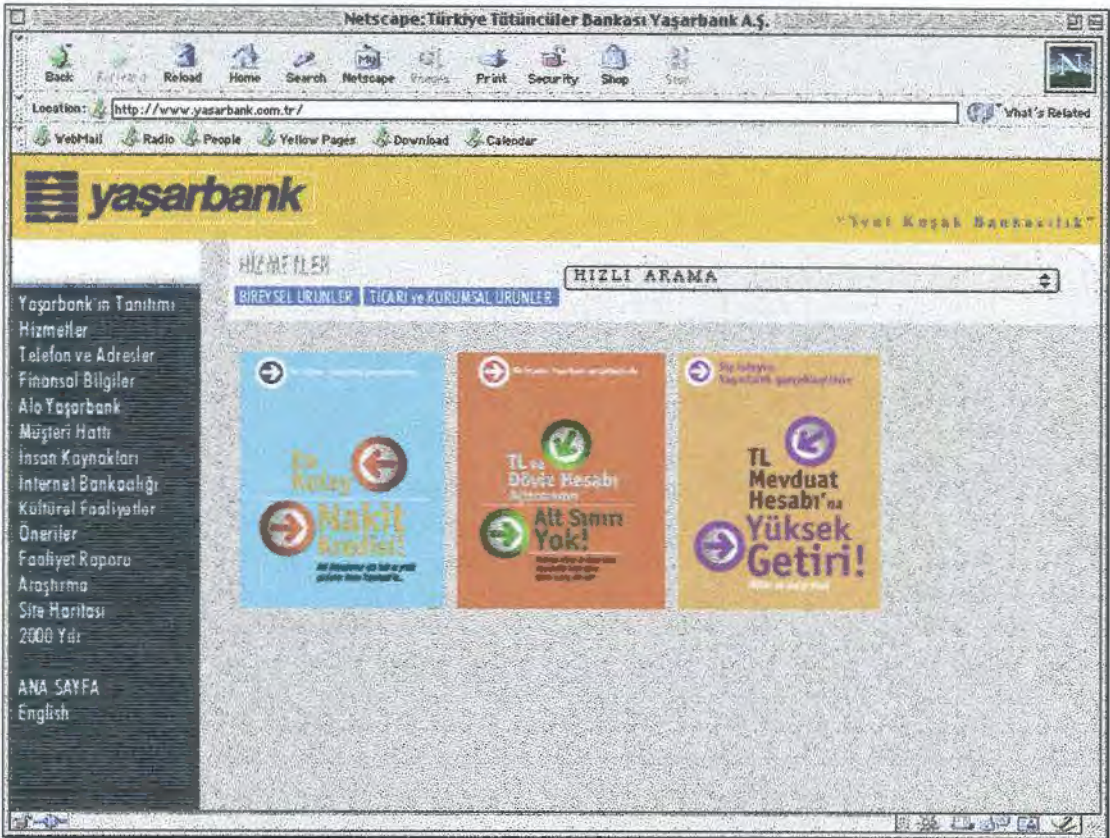
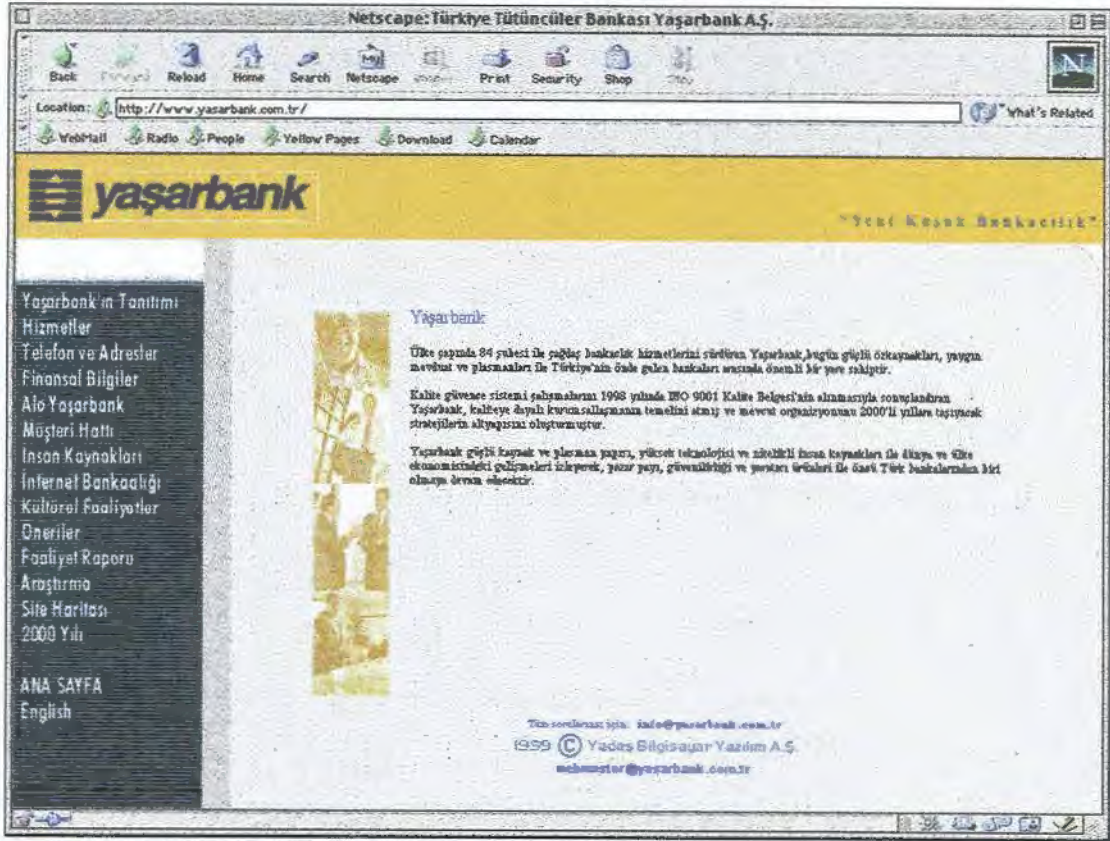
Bireysel Krediler

Bankamızdan otomobilden, konutla eşitlendiren, tatile kadar size çok değişik türde bireysel krediyi son derece elverişli faiz oranlarıyla kullanabilirsiniz. Kredi geri ödemelerinizi VakıfBank'ta size sunduğu ödeme seçeneklerinin yanı sıra, sizin belirleyebileceğiniz aylık taksit miktarında da gerçekleştirebilirsiniz. Bankamız VakıfBank kulluğun ödeme gücünü ile de-tilen gelir düzeylerinizi dikkate alarak konut kredisi haricindeki bireysel krediler için "De-tiliken Takvime Aylık Ödemeli" bireysel kredi uygulamasını kullanılmı-til olup, taleplerinizi beklemekteyiz.

[Faiz Oranları](#)

Bireysel Krediler		
Önemli ve Anımsan Kredisiz	Etilim ve Kültür Kredisiz	Üniversite Önemli ve Anımsan Bankomat 724 Kredisiz
Konut Kredisiz	Önemli Kredisiz	Küçük Etilim ve Sanat Bankomat 724 Kredisiz
Ev Harımlarına Kredisiz	Özel Okul Destek Kredisiz	Yabancı Dil Etilim Kredisiz
Evli-til Kredisiz	Ailet Kredisiz	Önemli Kredisiz
İletime Donanım Kredisiz	Sera Kredisiz	Donatı-til Dönütilim Kredisiz
Tatil Kredisiz	Kooperatif Tamamlama Kredisiz	İletim Tamamlama ve Önemli Kredisiz
Yurtı-til Etilim Kredisiz	Er ve Etilim İletime Donanım Kredisiz	Temel İletim ve Yatırım Kredisiz







Netscape: TCZB Home Page

Back Forward Reload Home Search Netscape Groups Print Security Shop Stop

Location: <http://www.ziraatbank.com.tr/> What's Related

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar



T.C. ZIRAAT BANKASI

Ziraat'ın Kuruluşu ve İşlevleri
Banka Yönetimi
Organizasyon yapısı
Paraşel Göstergeler
Ekonomik Gelişmeler
Bankacılık
Genel Müdürlük ve Birim Adresleri
Şube Adresleri
Başın Bülteni
Kültür - Sanat
Elektronik Bankacılık
Bankacılık Okulumuz ile İlgili Bilgiler
Otomatik Geçir Sistemi - OGS
ENGLISH




Mevduat Faiz Oranlarımız
Bireysel Kredi Faiz Oranımız
Tasit Kredis Faiz Oranımız
Kredili Mevduat ve Faiz Oranımız
Döviz Kurlarımız
Fon Fiyatlarımız
Altın Fiyatlarımız
Kredi Kartı Müracaat Formumuz
Mart 2000 YIK Hava Durumları

[E-mail Adresimiz : \[ziraat@ziraatbank.com.tr\]\(mailto:ziraat@ziraatbank.com.tr\)](#)

[Kuruluş] [İşlevler] [Banka Yönetimi] [Organizasyon Yapısı] [Paraşel Göstergeler]
 [Bankacılık] [Ekonomik Gelişmeler] [Şubelerimizi] [Öden Açık Şubelerimiz]
 [Faiz] [Döviz] [Fon] [Altın] [Adresler]

T.C. Ziraat Bankası İnternet Sitesi Kurum 1997'den itibaren kurulmaktadır.

29 Ocak 1999'dan itibaren ziyaretçi sayısı: **00489**

Netscape: Tüketici kredisi

Back Forward Reload Home Search Netscape Groups Print Security Shop Stop

Location: <http://www.ziraatbank.com.tr/tuketiciLkredisi.htm> What's Related

WebMail Radio People Yellow Pages Download Calendar



T.C. ZIRAAT BANKASI

Tüketici Kredisi

KİMLER YARARLANIR?

- Memur,
- İşçi,
- Emekli,
- Serbest Meslek Mensubu,
- Özel Sektör Çalışanı,

gibi yeterli ve düzenli gelire sahip Gerçek kişiler Ziraat Bankasının yurt sathına yaygın Tüm Şube, Özel İşlem Merkezleri ve Bürolarımızda bu hizmetten yararlanabilmektedir.

KULLANIM AMACI?

- Müşterilerin her türlü bireysel ihtiyaçları için kullanılabilmektedir.

HANGİ VADELER İLE KULLANDIRILIR?

3, 6, 9 ve 12 ay vade ile kullanılabilmektedir.

KREDİNİN GERİ DÖNÜŞÜ NASIL OLUR?

Emeklilerde;

- Aylık veya üçer aylık bir eşit taksitlerle,