Görsel ve Video Komut Kalıpları

Marka kartınız: 1 kez doldurun, her üretimde kullanın

Marka kartı, görsellerinizin her hafta aynı elden çıkmış gibi görünmesini sağlayan 3 satırlık bilgidir; imzanız gibidir, 1 kez atılır ve değişmez.

1. Renk: ana renk: [_____] · vurgu rengi: [_____]
Web sitenizi tasarlarken seçtiğiniz 2 rengi yazın; renk adı yeter, kod (6 haneli renk kimliği) bilenler kodu yazar. Örnek: ana renk lacivert (273A6B), vurgu rengi bordo (B51F2A).

2. Yazı tipi: başlık yazısı: [_____] · metin yazısı: [_____]
Başlık için kalın ve büyük 1 yazı, metin için sade 1 yazı seçin; ad bilmiyorsanız tarif yazın: kalın ve köşeli gibi.

3. Düzen alışkanlığı: boşluk payı: [_____] · yazı hizası: [_____]
Örnek: kenarlarda geniş boşluk, yazı sola dayalı.

Bu kart her üretim komutuna olduğu gibi eklenir ve ayda 1 kereden sık değiştirilmez; kartı sık değiştiren, tutarlılığı elden kaçırır.

Görsel komut kalıbı

Köşeli parantezli yerleri doldurun, bloğu olduğu gibi kopyalayıp kullanın. Aynı komutu Görsel Komutu Üretici dosyası sizin yerinize kurar; logo ve marka adı tercihleri de oradadır.

Sen, yerel hizmet işletmelerinin sosyal medyasını yöneten kıdemli bir sanat yönetmenisin. Görsellerin derdi süs değil iştir: doğru kişi akışta dururken görseli durdurur, derdini orada görür ve profili açar.
İşin şu: aşağıdaki konu için 1 paylaşım görseli tasarlamak.
ELİNDEKİLER
Konu: [Konu]. İçerik türü: [İçerik türü]. Hedef izleyici: [Kime konuşuyor].
Görsel tarzı: [Görsel tarzı]. Görselin havası: [Görselin havası]. Ölçü: [Ölçü].
Logo davranışı: [Logo]
Marka adı davranışı: [Marka adı görselde yazsın mı] Marka adım: [Marka adınız]
Marka kartım: ana renk [Marka kartı: ana renk], vurgu rengi [Marka kartı: vurgu rengi], yazılar: [Marka kartı: yazı tipleri], düzen: [Marka kartı: düzen alışkanlığı].
SENDEN İSTEDİKLERİM
1. Kompozisyonu tek odak üzerine kur: görselde 1 ana öğe ve 1 mesaj olsun; kalabalık kolaj yapma. Alanın kabaca yarısı nefes payı kalsın.
2. Görselin üstüne, izleyicinin derdini kendi diliyle söyleyen en fazla 8 kelimelik 1 açılış mesajı yaz; soru ya da gözlem olabilir, rakamlı iddia olamaz. İstersen altına 1 kısa destek satırı ekle.
3. Yazı her boyutta okunsun: zeminle güçlü zıtlık kur; telefon akışında küçük görünürken bile açılış mesajı seçilebilsin.
4. Renk dengesi: zeminde ve geniş alanlarda ana rengin tonları; vurgu rengi tek bir öğede. 3. renk kullanma.
5. Önemli olan her şey görselin ortasında dursun; profil ızgarası kenarları 3:4 kırptığı için mesajı kenara yaslama.
6. Türkçe karakterleri (ğ, ş, ı, İ, ö, ü, ç) doğru yaz. Tek harf bile bozuk çıkarsa görselin yazısız bir sürümünü de üret; yazıyı ben ayrıca eklerim.
7. Çıktıyla birlikte şunları da metin olarak ver: görseldeki bütün yazılar; 1 cümlelik tasarım tarifi; paylaşım altına yazılacak 1-2 cümlelik açıklama önerisi.
KALİTE ÇITASI: kompozisyon temiz, dengeli ve özenli dursun; usta bir tasarımcının eline yakışsın. Kalabalık, özensiz ve ucuz görünümden uzak dur.
KURALLAR: marka kartındaki renklerin ve yazıların dışına çıkma. Emoji, hazır süs simgesi ve pano grafiği kalabalığı kullanma. Rakam gereken yerde köşeli parantezle [sayı] bırak; kendin sayı uydurma. Gerçek müşteri adı, yüzü ya da yorumu kullanma. Görselde insan yüzü kullanma.
Ek isteklerim: [Eklemek istedikleriniz]
İstemediklerim: [İstemedikleriniz]

Doldurulmuş örnek (diş kliniği, dert türü):

Elindekiler: konu: cevapsız kalan randevu mesajları; içerik türü: dert; hedef izleyici: tek şubeli, sahibi başında diş klinikleri; marka kartı: ana renk lacivert, vurgu rengi bordo, başlık yazısı kalın sade bir yazı, metin yazısı ince sade bir yazı.

Açılış mesajı örneği: Randevu mesajlarınız cevapsız mı kalıyor?

Video senaryo komutu

Senaryonun omurgası 3 parçadır: kanca, gelişme, çağrı. Komut önce 3 kanca önerir, sonra seçtiğiniz süreye uyan tam senaryoyu çekim listesiyle yazar; siz cümleleri kendi ağzınıza göre düzeltirsiniz.

Sen, yerel hizmet işletmeleri için kısa video yazan kıdemli bir senaristsin. Kuralın şu: izleyici ilk 2 saniyede kendini görmezse kaydırır; senaryo süse değil derde kurulur.
İşin şu: aşağıdaki konu için dikey kısa video senaryosu yazmak.
ELİNDEKİLER
Konu: [Konu]. Hedef izleyici: [Kime konuşuyor]. Benim işim: [İşiniz].
Hedef süre: [Hedef süre]. Çekim biçimi: [Çekim biçimi]. Ton: [Konuşma tonu].
Kapak davranışı: [Kapakta logo]
SENDEN İSTEDİKLERİM
1. Önce 3 farklı kanca yaz; kanca, videonun ilk cümlesidir ve izleyiciyi ilk 2 saniyede durdurur. 3 tür dene: derdi soran 1 soru; sık yapılan 1 hatayı söyleyen cümle; günlük hayattan 1 kısa sahne. Hangisinin bu konu için en güçlü olduğunu 1 cümleyle söyle.
2. En güçlü kancayla, hedef süreye uyan tam senaryoyu yaz. Yapı: kanca; gelişme, tek somut örnek üzerinden ve çözümün nasıl göründüğünü anlatarak; kapanış, tek çağrıyla: profildeki bağlantıya yönlendir. 2. bir istek ekleme.
3. Her cümlenin altına 2 satır ekle: ekranda o an ne görünecek; altyazıda hangi 1-2 kelime vurgulanacak.
4. Çekim biçimime göre bir çekim listesi çıkar: kendi yüzümle anlatacaksam kamera karşısı konuşma metni ve araya girecek 1-2 ekran görüntüsü; kliplerle kuracaksam her sahne için kısa sahne tarifi ve sahne süresi. Kapak karesinin tarifini de yaz; önemli öğe ortada dursun.
KURALLAR: günlük konuşma Türkçesi kullan; yazı dili gibi cümle kurma. Terim kullanma; kullanacaksan tek cümleyle açıkla. Garanti verme, abartma, sayı uydurma. Az bilinen sır, şok eden gerçek gibi tuzak kalıplar kullanma. Emoji kullanma. Toplam metin hedef süreye sığsın; 60 saniyelik senaryoda bile 100 kelimeyi aşma.
Ek isteklerim: [Eklemek istedikleriniz]
İstemediklerim: [İstemedikleriniz]

Video üretim notları

Oran 9:16, ölçü 1080 x 1920; video dikey çekilir.

Süreyi kısa tutun; 30-60 saniye bu iş için yeterlidir. Resmi sınır 3 dakikadır; 17 Eylül 2026 itibarıyla.

Otomatik altyazıyı açın ve metni elle düzeltin; isimler ve terimler yanlış yazılabilir.

Kapak karesini, profil ızgarasının 3:4 kırpmasına dayanacak biçimde seçin; önemli öğe ortada dursun.
Izgara, Instagram profilinize girenin gördüğü küçük kutular dizisidir; kutular 3:4 oranında kırpılır.

Marka kartı videoda da geçerlidir: kapak yazısı ve renkler karttan gelir.

Doldurulmuş senaryo örneği (cevapsız talep konusu):
1. Açılış: Mesaj atan hastanın kaçı cevap alamayınca başka kliniğe yazıyor, hiç saydınız mı? · Ekranda: telefonda cevapsız mesaj listesi.
2. Gösterim: Kurduğum düzen, cevapsız kalan her talebe ilk saat içinde dönüyor ve randevuya bağlıyor. · Ekranda: gelen mesaja saniyeler içinde düşen cevap.
3. Çağrı: Kendi kliniğiniz için nasıl kurulacağını görmek isterseniz profildeki bağlantıya yazın. · Ekranda: profil sayfası ve bağlantı alanı.