



Marka Yönetim Grubu

Bi Marka'nın ihtiyacı olan her şey burada.

Strateji, operasyon, içerik, medya, performans ve teknoloji —
bir markayı büyüten her disiplin tek çatı altında, tek sorumlulukta.



Bu doküman hakkında

Bu dosya, Bi Marka Yönetim Grubu'nun modelini, hizmetlerini, teknolojisini ve çalışma biçimini tanıtmak amacıyla hazırlanmıştır.

Bi Marka, markaların büyüme sorumluluğunu devralan bir marka yönetim grubudur. İzleyen sayfalarda önce neden var olduğumuzu, ardından marka ortaklığı modelimizi, dokuz hizmet disiplinemizi, Blesyum teknoloji katmanımızı ve global bakışımızı bulacaksınız.

İçerdiği yaklaşım, süreç ve iş modeli bilgileri Bi Marka'ya aittir; alıcının kendi değerlendirmesi dışında çoğaltılamaz, üçüncü taraflarla paylaşılamaz.

Doküman	Kurumsal Tanıtım Dosyası
Sürüm	v2.0 · Temmuz 2026
Hazırlayan	Bi Marka
Kapsam	Model, hizmetler, teknoloji, global bakış, çalışma biçimi
Dil	Türkçe — İngilizce ve Arapça sürümleri talep üzerine
İletişim	hello@bimarka.com · bimarka.com



Yedi bölümde Bi Marka

Dosya, markanızı bize emanet etmeden önce yanıtını arayacağınız her soruya göre düzenlendi.

01 Bi Marka'yı tanıyın 05

02 Sorun ve fırsat 13

03 Model: marka ortaklığı 17

04 Hizmetler 25

05 Blesyum: teknoloji katmanı 36

06 Global bakış 39

07 Neden Bi Marka ve sonraki adım 41

Manifesto

Sizin de **Bi Marka**'ya ihtiyacınız olabilir.

İyi ürün yetmiyor.

Büyüme; strateji, kanal ve operasyonun her gün yönetilmesini ister. Biz bu yönetimi devralırız.

Ajans değiliz.

Proje teslim etmeyiz; işletmeci gibi sonuç yönetiriz. Sözümüz sunum değil, kasadaki karşılıktır.

Tek çatı, tek sorumluluk.

Bir markayı büyüten her disiplin aynı masada. Biz buna marka ortaklığı diyoruz.

Bölüm 01 / 07

Bi Marka'yı tanıyın

Markaların büyüme sorumluluğunu devralan bir marka yönetim grubuyuz. Önce kim olduğumuzu, neden var olduğumuzu ve hangi ilkelerle çalıştığımızı anlatalım.

✓ Bir bakışta

✓ İsmi hikâyesi

✓ Kurucunun mesajı

✓ Neden varız

✓ Misyon ve vizyon

✓ Değerlerimiz

01



Markalar için tam kapsamlı yönetim ortağı

Bi Marka, markaların büyüme sorumluluğunu devralan bir marka yönetim grubudur. Ajans gibi proje teslim etmeyiz; işletmeci gibi sonuç yönetiriz.



Ne yapıyoruz

Marka stratejisinden mağaza operasyonuna, sosyal medyadan performans pazarlamaya — bir markanın gelirini etkileyen tüm işleri tek elden yönetiriz.



Kimin için

Cirosunu büyütmek isteyen üretici, perakendeci ve e-ticaret markaları; kurumsallaşmak isteyen aile şirketleri; yeni pazarlara açılan girişimler.



Nasıl

Her markaya adanmış bir marka lideri ve uzman ekip atarız. Hedefleri birlikte koyarız; işi biz yürütür, sonucu rakamla raporlarız.



Nerede

Merkez İstanbul. Çalışma sahası Türkiye, Körfez ve Avrupa. Operasyon üç dilde: Türkçe, İngilizce, Arapça.



Bir grup, iki motor

Bi Marka bir ajans değil, iki motorlu bir gruptur: markayı büyüten yönetim ekibi ve ona araçlarını üreten teknoloji ekibi.

Bi Marka

Marka yönetimi

Strateji, operasyon, içerik, medya ve performans. Markanın büyüme sorumluluğunu devralan, sonucu rakamla raporlayan yönetim ekibi.

Strateji

Operasyon

İçerik

Medya

Performans



Blesyum®

Teknoloji

Web platformları, mobil uygulamalar, yapay zekâ araçları ve altyapı. Grubun kendi yazılım evi; dış tedarikçi beklenmez.

Web

Mobil

Yapay Zekâ

Altyapı

Otomasyon

Neden önemli?

İnsan uzmanlığı ile kendi teknolojimiz aynı masada oturur. Rapor, entegrasyon ya da site için sıra beklemesiniz — marka ortaklığı modelinin hızı buradan gelir.



İki kelime, tek iddia

Adımız, günlük dilden alınmış bir sözün kurumsal imzaya dönüşmüş hâlidir.

bi marka
Bi Marka

Türkçede **“bi marka”**, günlük konuşmada herhangi bir markayı anlatır. Baş harfler büyüdüğünde ise aynı ifade bir özel isme dönüşür: **Bi Marka**. Sloganımız tam bu ikili anlamın üzerine kuruludur: **Bi Marka'nın ihtiyacı olan her şey burada.**

“Bi” konuşma dilinin samimiyetini, “Marka” işimizin merkezini taşır. Büyüyen baş harfler, gündelik bir söyleyişi kurumsal bir imzaya çevirir.

Yazım kuralı

Marka adı iki kelime hâlinde ve baş harfleri büyük yazılır: **Bi Marka**. Teknoloji şirketimiz için de aynı kural geçerlidir: **Blesyum**. Alan adı ve e-posta küçük harfle kalır: **bimarka.com**.

Kurucunun Mesajı

“Markanızı bir müşteri dosyası gibi değil, bir işletme gibi ele alacağız.”

Bi Marka'yı tek bir gözlemle kurdum: iyi ürünü olan pek çok marka, büyümenin yükünü tek başına taşıyamıyor. Sosyal medya bir ajansta, reklam başka bir ajansta, mağaza sahada, yazılımcı uzakta, raporlar dağınık tablolarda. Herkes kendi parçasından sorumlu; bütünden kimse sorumlu değil.

Biz bu tabloyu tersine çeviriyoruz. Bir markayla çalışmaya başladığımızda yönetimini fiilen üstleniriz: hedefleri koyar, ekibi kurar, kanalları çalıştırır ve her hafta rakamların karşısına geçeriz. İşin teknoloji tarafında Blesyum ekibimiz aynı masada oturur — süreç yavaşsa hızlandıran aracı kendimiz yazarız.

Bu dosya nasıl düşündüğümüzü ve nasıl çalıştığımızı anlatıyor. Zaman ayırıp değerlendirdiğiniz için teşekkür ederim.

**Enes**

Kurucu, Bi Marka

“Sözümüz sunum değil,
sonuçtur.”



İyi ürün yetmiyor; iyi yönetim gerekiyor

Neden varız sorusunun cevabı, son on yılda her markanın yaşadığı aynı tabloda saklı.

Tablo

Son on yılda bir markanın dokunmak zorunda olduğu kanal sayısı katlandı: pazaryerleri, kendi sitesi, sosyal platformlar, fiziksel mağaza, ihracat. Her kanal ayrı uzmanlık, ayrı tedarikçi, ayrı takvim demek. Kurucular kendilerini işlerini büyütmek yerine tedarikçi yönetirken buluyor.

Cevabımız

Bi Marka bu yükü devralmak için kuruldu. Markanın gelir hedefini kendi hedefimiz sayar, tüm disiplinleri tek planda birleştirir, sonucu tek raporda gösteririz. Marka sahibi ürününe ve vizyonuna döner; yönetimin gündelik ağırlığı bize kalır.



Tek Muhatap

Bütün işlerinizi için tek sorumlu: marka lideriniz. Sorularınızın adresi hiç değişmez.



Ciro Odağı

Başarıyı beğeni sayısıyla değil satışla ölçeriz; raporlarımız kasadaki karşılığı gösterir.



Marka İnşası

Kampanya değil marka inşa ederiz. Kısa vadeli parlaklık için markanın itibarını harcamayız.

Misyonomuz

Markaların büyüme sorumluluğunu devralmak.

Stratejiden operasyona uzanan tüm marka fonksiyonlarını tek çatı altında, ölçülebilir hedeflerle ve tam şeffaflıkla yönetmek; birlikte çalıştığımız her markanın cirosunu sürdürülebilir biçimde büyütmek.

**Tek çatı**

Bir markayı büyüten her disiplin aynı planda birleşir.

**Ölçülebilir hedef**

Her kararın bir metriği, her metriğin bir sahibi vardır.

**Tam şeffaflık**

Bütçe, sonuç ve hata dâhil her şey masadadır.

Vizyonumuz

Türkiye'den yükselen global bir marka yönetim grubu olmak.

İstanbul'dan başlayarak Körfez'de ve Avrupa'da markaların ilk aklına gelen büyüme ortağı olmak; insan uzmanlığını kendi teknolojimizle birleştiren modeli sektörün standardı hâline getirmek.

İstanbul



Körfez



Avrupa



Dört ilke, her kararda

Değerlerimiz duvar süsü değildir; işe alımdan raporlamaya her kararın süzgecidir.

01

Sahiplenme

Markanızı kendi işimiz gibi yönetiriz. “Bizim işimiz değil” cümlesi Bi Marka'da kurulmaz.

02

Şeffaflık

Bütçe, sonuç ve hata dâhil her şey masadadır. Raporlarımız süslenmez; gerçeği gösterir.

03

Ölçülebilirlik

Hisle değil veriyle yönetiriz. Her kararın bir metriği, her metriğin bir sahibi vardır.

04

Uzun Vade

Kampanya değil marka inşa ederiz. Kısa vadeli parlaklık için markanın itibarını harcamayız.

Bölüm 02 / 07

Sorun ve fırsat

Markaların büyüememe sebebi çoğu zaman ürün değil, dağınık yürütmedir. Bu bölümde sorunu adlandırıyor ve modelimizin neden buna cevap olduğunu gösteriyoruz.

✓ Markanın gerçek yükü

✓ Dağınık tedarikçi modeli

✓ Ajans modeli ile farkımız

02



Markanın gerçek yükü: kanal çokluğu

Bugün orta ölçekli bir marka bile aynı anda en az altı cephede savaşıyor. Her cephe ayrı uzmanlık, ayrı tedarikçi, ayrı takvim demek.



Pazaryerleri

Fiyat, stok, içerik ve puan her gün yönetim ister; ihmalin cezası sıralamadır.



Kendi sitesi

Dönüşüm, kampanya ve içerik sürekli bakım ister; duran site gerileyen sitedir.



Sosyal platformlar

Ses tutarlılığı ve süreklilik ister; bir hafta parlayan, üç hafta susan hesap güven vermez.



Fiziksel mağaza

Raf düzeninden karşılamaya kadar olan her detay ciroya yazılır.



Reklam yatırımı

Test ve ölçüm disiplini ister; disiplinsiz bütçe en hızlı buharlaşan bütçedir.



İhracat ve yeni pazarlar

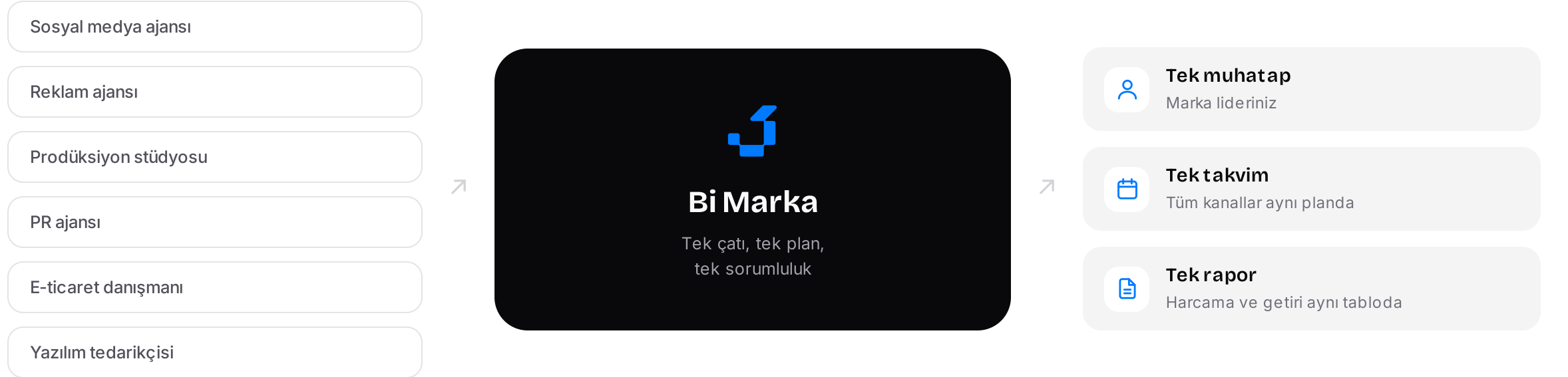
Dil, kültür ve operasyon uyumu ister; çeviriyle değil yönetimle açılır.

Bu altı cephenin her biri tek başına yönetilebilir. Yönetilemeyen şey, altısının **birbiriyle uyumu**dur — ve ciroyu belirleyen tam da o uyumdur.



Altı tedarikçi yerine tek ortak

Dağınık modelde koordinasyon yükü markanın üzerindedir. Marka ortaklığında bu yük bize geçer.



Altı ayrı tedarikçi yerine tek ortak: koordinasyon yükü sizin üzerinizden kalkar; tedarikçiler arasında kaybolan sorumluluk tek adreste toplanır.



Ajans modeli ile marka ortaklığının farkı

İkisi de meşru modellerdir; fark, sorumluluğun nerede bittiğidir. Ajans işi teslim eder. Biz sonucu yönetiriz.

	Klasik ajans modeli	Bi Marka marka ortaklığı
Sorumluluk	Teslim edilen işle sınırlıdır	✓ Markanın gelir hedefiyle ölçülür
Muhatap	Kanal başına ayrı ekip, ayrı yönetici	✓ Tek marka lideri, tüm kanallarda
Plan	Kampanya ve proje bazlı	✓ Çeyreklere bölünmüş yıllık büyüme planı
Rapor	Kanal metrikleri: erişim, tıklama, beğeni	✓ Yönetim dili: harcama, ciro, karlılık
Operasyon	Kapsam dışıdır	✓ Mağaza ve saha dâhil kapsama alınabilir
Teknoloji	Dış tedarikçiden satın alınır	✓ Blesyum ile grup içinde üretilir

Bölüm 03 / 07

Model: marka ortaklığı

Modelimizin merkezinde markanıza atanan bir marka lideri, onun arkasında uzman bir ekip ve hepsini aynı hedefe bağlayan bir ritim vardır.

✓ Marka lideri

✓ İlk 90 gün

✓ Çalışma ritmi

✓ Üç çalışma modeli

✓ Kapsam karşılaştırması

✓ Ücretlendirme yaklaşımı

03



Modelin merkezi: adanmış marka lideri

Markanızın hedeflerinden fiilen sorumlu tek kişi. Ekibi yönetir, kanalları çalıştırır; genel müdürünüz gibi çalışır.



Marka Lideri

Markanıza adanmış tek sorumlu

Strateji

Takvim

Bütçe

Ekip

Denetim

Rapor



Ritmi kurar

Haftalık toplantı ve onay akışını oturtur; kim, neyi, ne zaman yapar netleşir.



Ekibi çalıştırır

Uzman ekibi ve tedarikçileri yönetir; işlerin brief'e uygun teslimini izler.



Markayı korur

Çıkan her işi marka diline ve kimliğe göre denetler; tutarsızlığı yayına çıkmadan yakalar.



Rakamla konuşur

Her ay yönetim diliyle yazılmış tek bir rapor sunar: ne harcandı, ne üretildi, ne getirdi.



İlk 90 gün: teşhisten döngüye

Çalışmanın ilk çeyreği, modelin tamamının küçük ölçekli provasıdır. Dört adım, tek plan.

1

1 – 2. hafta

Teşhis

Marka, kanallar ve veriler incelenir; büyümeyi tutan gerçek darboğazlar adlandırılır.

2

3. hafta

İmza

Hedefler, bütçe ve 90 günlük yol haritası birlikte imzalanır.

3

4. hafta

Devir

Ekip atanır; kanallar Bi Marka yönetimine geçer. Yürütme bizde, yön sizde.

4

5 – 13. hafta

Döngü

Haftalık görüşme ve aylık raporla döngü işler; işleyen kaldıraçlara yatırım büyütülür.

Çeyrek sonunda

Plan her çeyrek tazelenir: işleyen kaldıraçlara yatırım büyütülür, işlemeyen kalemler gerekçesiyle birlikte kapatılır. Büyüme, tek seferlik bir kampanya değil tekrarlanan bir döngüdür.



Çalışma ritmi: az metrik, net sorumluluk

Sizi rapor yağmuruna tutmayız. Ritim üç parçadan oluşur; her parçanın dili yönetim dilidir.



Haftalık görüşme

Her hafta 30 dakikalık yönetim görüşmesi ve gerçek rakamlarla özet rapor. Gündem: geçen hafta ne oldu, bu hafta ne olacak.



Aylık yönetim raporu

Ay sonunda tek rapor: ne harcandı, ne üretildi, ne getirdi. Kanal metrikleri değil, kasadaki karşılık.



Çeyreklik strateji masası

Üç ayda bir hedefler ve bütçe yeniden masaya yatırılır; yeni dönemin planı birlikte imzalanır.

Şeffaflık kuralı

Reklam hesapları ve veriler size aittir; her an kendiniz de bakabilirsiniz. Raporlarımız süslenmez — kötü giden kalem, gerekçesi ve düzeltme planıyla birlikte raporlanır.

Onay sizde, yürütme bizde

Marka kimliğini ilgilendiren her iş onayınızdan geçer. Gündelik operasyonun ağırlığı ise tamamen bizim masamızdadır; siz karar verirsiniz, biz koşarız.

90

günlük ilk çeyrek planı

**“Strateji, tasarım ve teknik tek masada buluşur;
iş tek takvimden yürür.”**

 Bi Marka — Strateji · Tasarım · Teknik



Üç model, tek yaklaşım

Seçili kanallarla başlayıp zamanla fiilî genel yönetime kadar genişletebilirsiniz. Yaklaşım hepsinde aynıdır: tek plan, tek sorumluluk.

Yönetim

Seçili kanallar

Kapsam keşif görüşmesinde netleşir

- ✓ Odağı belli, kapsamı net başlangıç
- ✓ Seçili kanalların uçtan uca yönetimi
- ✓ Aylık pazarlama takvimi
- ✓ Aylık yönetim raporu
- ✓ Marka tutarlılık denetimi

Büyüme Ortaklığı

Yaygın Tercih

Tüm kanallar tek planda

Kapsam keşif görüşmesinde netleşir

- ✓ Tüm pazarlama ve satış kanalları
- ✓ Marka liderinin tam sorumluluğu
- ✓ Haftalık yönetim görüşmesi
- ✓ Performans bütçesi yönetimi
- ✓ İçerik, kreatif ve medya

Tam Kapsam

Operasyon Dâhil

Fiilî genel yönetim

Kapsam keşif görüşmesinde netleşir

- ✓ Mağaza ve operasyon dâhil
- ✓ Markaya adanmış ekip
- ✓ Yerinde çalışma seçeneği
- ✓ Saha denetimi ve gizli müşterileri
- ✓ Çeyreklik strateji masası



Modeller neyi kapsıyor?

Her modelde tam olarak neyin yer aldığını görün; ihtiyacınıza en uygun kapsamı birlikte seçelim.

Yönetim

- ✓ **Seçili kanallar**
Odağı belli, net başlangıç.
- ✓ **Aylık pazarlama takvimi**
Plan ve yürütme dâhil.
- ✓ **Marka tutarlılık denetimi**
Tek marka dili korunur.
- ⓘ **Tedarikçi koordinasyonu**
Seçili kanallar için.
- ✗ **Haftalık yönetim görüşmesi**
Büyüme Ortaklığı'ndan itibaren.
- ✗ **Mağaza ve saha**
Tam Kapsam modelinde.

Büyüme Ortaklığı

- ✓ **Tüm pazarlama ve satış kanalları**
Hepsi tek planda.
- ✓ **Marka lideri**
Tam sorumluluk tek kişide.
- ✓ **Performans bütçesi yönetimi**
Reklam yönetimi dâhil.
- ✓ **İçerik ve kreatif prodüksiyon**
Aylık içerik havuzu.
- ✓ **Haftalık yönetim görüşmesi**
30 dakika, özet raporla.
- ✗ **Mağaza ve saha**
Tam Kapsam modelinde.

Tam Kapsam

- ✓ **Filî genel yönetim**
Operasyon dâhil her başlık.
- ✓ **Mağaza ve operasyon**
Saha denetimi ve standartlar.
- ✓ **Yerinde çalışma seçeneği**
Ekip sahada bulunabilir.
- ✓ **Gizli müşteri ziyaretleri**
Düzenli saha ölçümü.
- ✓ **Çeyreklik strateji masası**
Yeni dönem hedefleri.
- ✓ **Çok pazarlı çalışma**
Türkiye, Körfez ve Avrupa.



Ücretlendirme yaklaşımımız

Sabit bir fiyat listemiz yok — çünkü her marka farklı bir kapsamla geliyor. Rakam, markaya özel teklifle netleşir.

1

Ücretsiz

Keşif görüşmesi

Markanızı, hedeflerinizi ve mevcut durumunuzu dinleriz; kapsam birlikte netleşir.



2

1 iş günü içinde dönüş

Markaya özel teklif

Kapsam, kanal sayısı ve hedeflere göre hazırlanır. İhtiyacınız olmayan şeye ödeme yapmazsınız.



3

Esnek başlangıç

Sözleşme ve başlangıç

Teklifin onayının ardından genellikle 1 hafta içinde çalışmaya başlarız.

Model geçişleri

Çoğu marka Yönetim ile başlayıp işler büyüdükçe Büyüme Ortaklığı'na veya Tam Kapsam'a geçer. Geçiş süreci birlikte planlanır; kazanılan birikim yeni modele taşınır.

Taahhüt değil, sonuç

Uzun süreli sözleşme zorunlu değildir. Aylık iş birliklerinde makul bir başlangıç dönemi öneririz ancak sizi uzun vadeli taahhüde kilitlemeyiz. Amacımız bağlamak değil, sonuç üretmektir.

Bölüm 04 / 07

Dokuz disiplin, tek plan

Bir markanın gelirini etkileyen her disiplin kadromuzdadır. Ayrı ajanslara bölündüğünde birbirini ezen bu işler, bizde tek planın parçalarıdır.

✓ Marka Stratejisi

✓ Marka Yönetimi

✓ Mağaza ve Operasyon

✓ E-ticaret ve Pazaryeri

✓ Sosyal Medya Yönetimi

✓ İçerik ve Prodüksiyon

✓ PR ve Medya İlişkileri

✓ Performans Pazarlama

✓ Influencer Yönetimi

04



Hizmet indeksi

Dokuz disiplinin her biri ayrı bir uzmanlık; hepsi tek planın parçası. Sonraki sayfalarda her birini kapsamı ve süreciyle bulacaksınız.

01	Marka Stratejisi ve Konumlandırma Markanın kime, neyi, hangi farkla söylediğini netleştiririz. Diğer her işin üzerine oturduğu zemin budur.	Strateji Dokümanı
02	Marka Yönetimi Stratejinin her ay yaşamasını sağlarız: plan, yürütme, denetim ve rapor tek elde toplanır.	Tek Elden Hesap
03	Mağaza ve Operasyon Yönetimi Sahadaki deneyimi, cirodan sorumlu bir yönetici gözüyle biz yönetiriz.	Ölçülen Mağaza Düzeni
04	E-ticaret ve Pazaryeri Yönetimi Kendi siteniz ve pazaryerlerinde satış operasyonunu uçtan uca üstleniriz.	Karlılığı İzlenen Hat
05	Sosyal Medya Yönetimi Markanın sesini her gün, her platformda aynı tutarlılıkla taşıyoruz.	Aksamayan Yayın Düzeni
06	İçerik ve Kreatif Prodüksiyon Satan içerik üretiriz: ürün çekimi, video, tasarım — hepsi marka diline bağlı.	Aylık İçerik Havuzu
07	PR ve Medya İlişkileri Markanın hikâyesini doğru mecralara, doğru zamanda taşıyoruz.	Planlı Görünürlük
08	Performans Pazarlama Reklam bütçesini ciroya çeviren disiplin: test et, ölç, ölçekle.	Getirisi Ölçülen Reklam
09	İş Birlikleri ve Influencer Yönetimi Doğru yüzlerle, sonucu ölçülebilir iş birlikleri kuruyoruz.	Kayıt Altında Program

01

Yeni kurulan ya da yönünü tazelemek isteyen markalar

Marka Stratejisi ve Konumlandırma

Markanın kime, neyi, hangi farkla söylediğini netleştiririz. Diğer her işin üzerine oturduğu zemin budur.

Bir markanın en pahalı hatası, yönü netleşmeden kanal kanal para harcamasıdır. Strateji çalışması bu savrukluğu bitirir: kime satıyoruz, ne vaat ediyoruz, rakipten hangi farkla ayırıyoruz — hepsi tek dokümanda netleşir.

Çıktı bir sunum dosyası olarak rafta kalmaz. Konumlandırma; içerik takvimini, medya bütçesini ve satış söylemini yönlendiren günlük bir çalışma aracına dönüşür ve çeyreklerle bölünmüş yıllık büyüme planına bağlanır.

✓ Teslim düzeni: **Strateji Dokümanı**

1

Keşif

Kurucularla ve ekiple oturur; satış verisini, mevcut algıyı ve hedefleri dinleriz.

2

Analiz

Pazar, rakip ve müşteri araştırmasını tamamlar, fırsat alanlarını çıkarırız.

3

Konumlandırma

İddiayı, değer önerisini ve mesaj hiyerarşisini yazar, sizinle birlikte test ederiz.

4

Yol Haritası

Yıllık büyüme planını ve kanal önceliklerini teslim eder, yürütmeye bağlarız.

Kapsam



Pazar ve rakip analizi

Pazarın dinamiklerini ve rakiplerin konumlarını haritalar, boş duran fırsat alanını buluruz.



Konumlandırma ve değer önerisi

Markanın tek cümlelik iddiasını ve bu iddiayı taşıyan değer önerisini yazarız.



Marka mimarisi ve mesaj hiyerarşisi

Ürün, alt marka ve kampanya mesajlarının birbirini ezmeden çalışacağı düzeni kurarız.



Sözel kimlik ve ton rehberi

Markanın her kanalda aynı sesle konuşmasını sağlayan dil ve ton kurallarını teslim ederiz.



Yıllık büyüme planı

Stratejiyi çeyrek hedeflerine ve kanal planına çeviririz; bütçe bu plana oturur.

Marka Yönetimi

Stratejinin her ay yaşamasını sağlarız: plan, yürütme, denetim ve rapor tek elde toplanır.

Çoğu markada plan vardır ama planı her ay yaşatan bir sorumlu yoktur. Marka yönetimi bu boşluğu doldurur: takvim, bütçe, tedarikçi ve raporlama tek elde toplanır; siz rakamın karşısına geçersiniz.

Markanıza atanan marka lideri genel müdürünüz gibi çalışır: haftalık ritmi kurar, çıkan her işin markaya uygunluğunu denetler ve her ay yönetim diliyle yazılmış tek bir rapor sunar.

✓ Teslim düzeni: **Tek Elden Hesap**

1

Devralma

Mevcut planı, kanalları ve tedarikçileri devralır, eksik yapıyı kurarız.

2

Ritim

Haftalık toplantı ve onay akışını oturturuz; kim, neyi, ne zaman yapar netleşir.

3

Yürütme

Takvimi işletir, bütçeyi yönetir, çıkan her işi marka gözüyle denetleriz.

4

Raporlama

Sonuçları her ay yönetim diliyle raporlar, sonraki ayın planını güncelleriz.

Kapsam



Aylık pazarlama takvimi

Kampanya, içerik ve lansmanları tek takvimde toplarız; her hafta ne çıkacağı bellidir.



Bütçe planlama ve takibi

Bütçeyi kanallara dağıtır, harcamayı hedefle karşılaştırır, saparsa müdahale ederiz.



Tedarikçi ve ekip koordinasyonu

Ajans, üretici ve iç ekip arasındaki akışı yönetir; işlerin brief'e uygun teslimini izleriz.



Marka tutarlılık denetimi

Çıkan her işi marka diline ve kimliğe göre denetler, tutarsızlığı yayına çıkmadan yakalarız.



Aylık yönetim raporu

Ay sonunda ne harcandı, ne üretildi, ne getirdi sorularını tek raporda yanıtlarız.

Mağaza ve Operasyon Yönetimi

Sahadaki deneyimi, cirodan sorumlu bir yönetici gözüyle biz yönetiriz.

Raf düzeninden personelin karşılamasına kadar mağazada olan her şey ciroya yazılır. Biz sahayı bir vitrin çalışması olarak değil, cirodan sorumlu bir yönetici gözüyle yönetiriz.

Standartları yazar, sahada denetler, ölçer ve düzeltiriz. Günlük koşuşturmanın içinde kaybolan detaylar; düzenli ziyaretler, gizli müşteri turları ve mağaza başına raporlarla görünür hale gelir.

✓ Teslim düzeni: **Ölçülen Mağaza Düzeni**

1

Saha Turu

Mevcut mağazaları gezer; deneyimi, düzeni ve süreçleri kayıt altına alırız.

2

Standart

Görsel düzen, yerleşim ve hizmet standartlarını yazılı hale getiririz.

3

Denetim

Düzenli ziyaret ve gizli müşteri turlarıyla standartların yaşadığını doğrularız.

4

Geliştirme

Bulguları mağaza başına aksiyon listesine çevirir, kapanışını takip ederiz.

Kapsam



Mağaza performans takibi

Mağaza başına ciro ve dönüşüm verisini izler; düşüşü sebebiyle birlikte raporlarız.



Görsel düzen ve ürün yerleşim standartları

Vitrin ve raf düzeninin standardını yazarız; müşteri her mağazada aynı deneyimi yaşar.



Personel süreçlerine destek ve eğitim koordinasyonu

Karşılama ve satış davranışları için eğitim akışını koordine eder, sürekliliği izleriz.



Kampanya uygulamalarının saha denetimi

Merkezde planlanan kampanyanın mağazada gerçekten uygulandığını yerinde doğrularız.



Gizli müşteri ve düzenli saha ziyaretleri

Deneyimi müşteri gözüyle test eder, bulguları mağaza başına aksiyon listesine çeviririz.

E-ticaret ve Pazaryeri Yönetimi

Kendi siteniz ve pazaryerlerinde satış operasyonunu uçtan uca üstleniriz.

Kendi siteniz ve pazaryerleri, her gün fiyat, stok ve içerik kararı isteyen canlı bir satış hattıdır. Bu hattı günlük operasyon disipliniyle biz işletiriz; siz ürüne ve tedarike odaklanırsınız.

Listelemeden kampanya takvimine, stok-satış uyumundan dönüşüm optimizasyonuna kadar zincirin her halkası tek sorumluda toplanır; karlılık ürün bazında raporla izlenir.

✓ Teslim düzeni: **Karlılığı İzlenen Hat**

1

Denetim

Mevcut mağazaların içerik, puan ve karlılık fotoğrafini çekeriz.

2

Standart

Listeleme ve operasyon standartlarını kurar, eksik içerikleri tamamlarız.

3

İşletme

Günlük operasyonu devralır, kampanya ve fiyat aksiyonlarını yönetiriz.

4

Optimizasyon

Dönüşümü ve karlılığı veriye göre sürekli iyileştiririz.

Kapsam



Ürün içeriği ve listeleme standartları

Başlık, görsel ve açıklama standardını kurar; her ürünü bulunabilir ve satılabilir yaparız.



Pazaryeri mağazalarının günlük yönetimi

Soru-cevap, iade, puan ve mağaza sağlığını her gün takip ederiz.



Kampanya ve fiyat aksiyonları

Dönem kampanyalarını planlar, fiyat aksiyonlarını karlılık sınırında yönetiriz.



Stok-satış uyumunun takibi

Satış hızına göre stok uyarıları kurarız; ne stok fazlası ne satış kaybı yaşanır.



Dönüşüm oranı optimizasyonu

Ziyaretçiyi alıcıya çeviren detayları — görsel, yorum, teslimat vaadi — sürekli test ederiz.

Sosyal Medya Yönetimi

Markanın sesini her gün, her platformda aynı tutarlılıkla taşıyoruz.

Sosyal medyada sorun çoğunlukla yetenek değil düzendir: içerik bir hafta parlar, üç hafta susar. Biz markanın sesini her gün aynı tutarlılıkla taşıyan bir yayın düzeni kuruyoruz.

Strateji, takvim, üretim koordinasyonu ve topluluk yönetimi tek elden yürür; ay sonunda neyin işlediğini gösteren analizle takvim her ay biraz daha akıllanır.

✓ Teslim düzeni: **Aksamayan Yayın Düzeni**

1

Ses ve Strateji

Markanın tonunu, kanal önceliklerini ve içerik ilkelerini netleştiririz.

2

Takvim

Aylık içerik takvimini kurar, onayınıza sunarız.

3

Yayın ve Topluluk

İçerikleri yayınlar, yorum ve mesajları markanın sesiyle yönetiriz.

4

Analiz

Ay sonunda performans raporları, takvimi verileri güncelleriz.

Kapsam



Kanal stratejisi ve içerik takvimi

Hangi kanalda, hangi formatta, hangi sıklıkta — hepsi tek takvimde planlanır.



Metin ve görsel üretiminin koordinasyonu

Üretimi marka diline bağlı olarak koordine eder, onay akışını işletiriz.



Topluluk yönetimi ve mesaj yanıtları

Yorum ve mesajlara markanın sesiyle, makul sürede yanıt veririz.



Trend ve rakip takibi

Gündemi ve rakip hamlelerini izler, takvime hızlı içerik fırsatları ekleriz.



Aylık performans analizi

Erişim, etkileşim ve dönüşümü raporları; işleyen içerik formatı tekrar kazanır.

06

İçerik ihtiyacı sürekli olan tüm markalar

İçerik ve Kreatif Prodüksiyon

Satan içerik üretiriz: ürün çekimi, video, tasarım — hepsi marka diline bağlı.

Güzel içerik ile satan içerik aynı şey değildir. Biz ikisini birleştiririz: çekimden tasarıma her üretim, marka diline bağlı ve bir satış hedefinin parçası olarak planlanır.

Aylık içerik havuzu modeliyle üretim sürekli akar: kampanya döneminde malzeme aramazsınız, hazır havuzdan yayına çıkarsınız.

Kapsam

- ✓ **Ürün ve yaşam tarzı çekimleri**
Ürünü hem katalog netliğinde hem yaşamın içinde gösteren çekimleri planlar, yönetiriz.
- ✓ **Kısa video prodüksiyonu**
Sosyal medya ve reklam için dikey, kısa ve amaca bağlı videolar üretiriz.
- ✓ **Reklam görselleri ve varyasyonları**
Performans testleri için aynı mesajın farklı kurgularını hazırlarız.
- ✓ **Katalog ve ambalaj destekleri**
Satış kanallarının ihtiyaç duyduğu katalog, broşür ve ambalaj işlerini destekleriz.
- ✓ **Marka görsel dilinin denetimi**
Nereden çıkarsa çıksın her işin marka kimliğine uygunluğunu denetleriz.

✓ Teslim düzeni: **Aylık İçerik Havuzu**

1

Brief

İhtiyacı, kanalı ve hedefi netleştiren kısa bir brief'le başlarız.

2

Plan

Çekim ve üretim takvimini kurar; senaryo ve kadrajı onaya sunarız.

3

Üretim

Çekim, tasarım ve montajı marka diline bağlı kalarak tamamlarız.

4

Teslim

İçerikleri kanal formatlarına göre hazırlar, aylık havuza ekleriz.

PR ve Medya İlişkileri

Markanın hikâyesini doğru mecralara, doğru zamanda taşırız.

İyi hikâye kendiliğinden haber olmaz; doğru mecraya, doğru zamanda, doğru açıyla sunulur. Biz markanın hikâyesini medya gündemine planlı biçimde taşırız.

Görünürlüğü tek seferlik bir patlama olarak değil, düzenli bir program olarak yönetiriz: bülten takvimi, röportaj fırsatları, ödül başvuruları ve yansıma takibi aynı planın parçalarıdır.

✓ Teslim düzeni: **Planlı Görünürlük**

1

Hikâye

Markanın anlatmaya değer hikâyelerini ve sözcülerini belirleriz.

2

Program

Bülten, röportaj ve başvuru takvimini kurarız.

3

İlişki

Medya ilişkilerini yürütür, fırsatları markaya bağlarız.

4

Yansıma

Çıkan her içeriği izler, etkisini raporlarız.

Kapsam



Basın bülteni ve medya listesi yönetimi

Haber değeri taşıyan gelişmeleri bültene çevirir, doğru editör listesine ulaştırırız.



Röportaj ve haber fırsatları

Kurucuları ve markayı, gündeme bağlı röportaj ve dosya haberlere yerleştiririz.



Kriz iletişimi hazırlığı

Olası kriz senaryolarına karşı mesajları ve akış planını önceden hazırlarız.



Ödül ve etkinlik başvuruları

Sektör ödülleri ve etkinlik takvimini izler, başvuruları uçtan uca yönetiriz.



İtibar ve yansıma takibi

Marka hakkındaki çıktıları izler, aylık yansıma raporu sunarız.

08

Reklam harcamasının karşılığını görmek isteyen markalar

Performans Pazarlama

Reklam bütçesini ciroya çeviren disiplin: test et, ölç, ölçekle.

Reklamda doğru soru "ne kadar harcadık" değil "ne kazandırdı"dır. Performans pazarlama disiplinimiz her lirayı test, ölçüm ve ölçekleme döngüsünden geçirir.

Meta, Google ve TikTok hesapları tek stratejiye bağlı çalışır; bütçe, getirisi kanıtlanan tarafa kayar ve sonuç şeffaf bir harcama–getiri tablosuyla önünüze gelir.

Kapsam

- ✓ **Meta, Google ve TikTok reklam yönetimi**
Kampanyaları tek stratejiye bağlı kurar, üç platformu birlikte yönetiriz.
- ✓ **Bütçe dağılımının sürekli optimizasyonu**
Bütçeyi sabitlemeyiz; getirisi kanıtlanan kampanyaya doğru sürekli kaydırırız.
- ✓ **Hedef kitle ve kreatif testleri**
Kitleleri ve kreatifleri sistemli testlerle yarıştıır, kazananı ölçekleriz.
- ✓ **Satış hunisi ve dönüşüm kurgusu**
Reklamdan satışa giden yolu uçtan uca kurgular, sızıntıları kapatırız.
- ✓ **Şeffaf ROAS raporlaması**
Harcama ve getiri aynı tabloda, açık hesap raporlarız.

✓ Teslim düzeni: **Getirisi Ölçülen Reklam**

1

Kurulum

Ölçümleme ve piksel altyapısını doğrular, hesapları tek stratejiye bağlarız.

2

Test

Kitle ve kreatif hipotezlerini kontrollü bütçelerle yarıştıırız.

3

Ölçekleme

Kanıtlanan kombinasyonlarda bütçeyi kademeli artırırız.

4

Rapor

Harcama–getiri tablosunu paylaşır, sonraki döngüyü planlarız.

İş Birlikleri ve Influencer Yönetimi

Doğru yüzlerle, sonucu ölçülebilir iş birlikleri kurarız.

İş birliği, isim listesinden ibaret değildir. Yanlış yüz markaya zarar verir; doğru yüz ölçülmezse bütçe savrulur. Biz iki riski de sistemle kapatırız.

Araştırma ve doğrulamadan sözleşmeye, brief'ten satış etkisi ölçümüne kadar program kayıt altında yürür; hangi iş birliğinin ne getirdiğini bilerek büyürsünüz.

Kapsam

- ✓ **İsim araştırması ve doğrulama**
Kitle gerçekliği ve marka uyumu veriyle doğrulanmış isimlerden kısa liste kurarız.
- ✓ **Sözleşme ve brief yönetimi**
Hak, teslim ve kullanım koşullarını sözleşmeye bağlar; brief'i net yazarız.
- ✓ **Kampanya kurgusu ve takvimi**
İş birliklerini kampanya hedefine bağlı bir takvimde kurgularız.
- ✓ **İçerik onay akışı**
Yayın öncesi onay akışını işletir, marka diline uygunluğu denetleriz.
- ✓ **Satış etkisinin ölçümü**
Kod ve bağlantı takibiyle her iş birliğinin satış etkisini ayrı raporlarız.

✓ Teslim düzeni: **Kayıt Altında Program**

1

Araştırma

Hedefe uyan isimleri veriyle doğrulayıp kısa liste çıkarırız.

2

Anlaşma

Sözleşme ve brief sürecini uçtan uca yönetiriz.

3

Yayın

İçerik onayını işletir, kampanya takvimini yürütürüz.

4

Ölçüm

Satış etkisini iş birliği bazında raporlarız.

Bölüm 05 / 07

Blesyum: teknoloji katmanı

Grubumuzun yazılım evi. Markalar için analiz, otomasyon ve dijital altyapıyı dış tedarikçiden satın almayız — aynı masada kendimiz üretiriz.

✓ Blesyum nedir

✓ Neler geliştiriyoruz

✓ Markanıza katkısı



05



Yazılımı dışarıdan almayan marka grubu

Blesyum, Bi Marka'nın teknoloji şirketidir: web platformları, mobil uygulamalar ve yapay zekâ destekli araçlar geliştirir.

Marka yönetiminde en pahalı gecikme, teknoloji gecikmesidir: rapor bekleyen yönetici, site bekleyen kampanya, entegrasyon bekleyen pazaryeri. Çoğu ajans bu noktada dış tedarikçi arar; biz aramayız. **Blesyum ekibi aynı masada oturur.**

Web platformlarından mobil uygulamalara, B2B sipariş panellerinden yapay zekâ destekli analiz araçlarına kadar geniş bir üretim alanı bu ekibin elinden çıkar. Markanız için gereken araç dışarıda aranmaz; aynı çatının altında yazılır, test edilir ve devreye alınır.

Vizyon cümlemizdeki iddia buradan gelir: **insan uzmanlığını kendi teknolojimizle birleştiren model.**



Web platformları

Kurumsal siteden pazaryerine, forumdan haber portalına.



Mobil uygulamalar

iOS ve Android; ürün mantığı ve arka uçla birlikte.



Yapay zekâ araçları

Belge analizi, içerik üretimi ve akıllı raporlama modülleri.



Altyapı ve güvenlik

Ödeme, üyelik, KYC ve emanet sistemleri; CDN ve önbellek katmanları.



Teknoloji, markanız için ne yapar?

Blesyum'un işi vitrin değildir; markanın günlük operasyonunu hızlandıran, ölçen ve otomatikleştiren araçlar üretir.



Veri ve raporlama

Kanallardan akan veriyi tek panelde toplar; aylık yönetim raporunun arkasındaki otomasyonu kurar.



E-ticaret altyapısı

Çok dilli site, taksit ve yurt dışı teslimat kurulumları; pazaryeri entegrasyonları.



Süreç otomasyonu

Stok-satış uyarılarından onay akışlarına, tekrar eden işleri yazılıma devreder.



Yapay zekâ analizi

Belgeden rapora, fotoğraftan tanıtım görseline uzanan yapay zekâ destekli üretim araçları.



Topluluk ve içerik

Forum, blog ve topluluk altyapıları; markanın en zor kopyalanan varlığını kurar.



B2B ve portallar

Bayi panelleri, üye portalları, veri odaları; canlı stok ve bayiye özel fiyat.

Bölüm 06 / 07

Global bakış

Bi Marka yalnız Türkiye için kurulmadı. Merkez İstanbul; çalışma sahası Türkiye, Körfez ve Avrupa. Operasyon üç dilde yürür.

✓ Üç pazar

✓ Üç dil

✓ Çok pazarlı işler

06



Üç pazar, üç dil, tek operasyon

Yeni pazar çeviriyle değil yönetimle açılır: fiyatlama, kültürel uyum, yerel kanallar ve operasyon aynı planın parçasıdır.



Türkiye

Merkez İstanbul. Perakende, e-ticaret ve pazaryeri operasyonunun ana sahası; saha denetimi ve mağaza yönetimi dâhil tam kapsam.



Körfez

Dubai ve Körfez pazarına açılan markalar için Arapça operasyon, kültürel uyum ve yerel kanal kurgusuyla giriş planı.



Avrupa

İhracat ve çok dilli e-ticaret; pazara uygun içerik, mevzuata uygun iletişim ve lojistik gerçekleriyle uyumlu kampanya takvimi.

Çok dilli operasyon pratiği

Çok dilli web siteleri, yurt dışı teslimat kurulumları ve pazara özel içerik üretimi günlük işimizin parçasıdır. Çok pazarlı çalışma bizim için plan değil, pratik.

Sitemiz de üç dilde

bimarka.com Türkçe, İngilizce ve Arapça yayındadır. Körfez'deki bir yatırımcıyla da İstanbul'daki bir üreticiyle de aynı netlikte konuşuruz.

Bölüm 07 / 07

Neden Bi Marka ve sonraki adım

Karar vermeden önce en çok sorulan soruların cevapları, modelin özeti ve tanışmak için tek yapmanız gereken.

✓ Sık sorulan sorular

✓ Neden Bi Marka

✓ İletişim

07



Sık sorulan sorular

Keşif görüşmelerinde en çok duyduğumuz sorular. Tamamı bimarka.com/sss adresinde.

Klasik bir ajanstan farkınız nedir?

Ajans modeli iş teslim eder; biz sonuç yönetiriz. Markanızın gelirini etkileyen disiplinler tek elde toplandığı için koordinasyon yükü size değil bize aittir.

Hangi sektörlerle çalışıyorsunuz?

Belirli bir sektörle sınırlı değiliz. Ürününe güvenen ve büyüme hedefi net olan markalarla çalışıyoruz; uyumu keşif görüşmesinde birlikte değerlendiririz.

Mevcut ajansımızla devam edebilir miyiz?

Evet. İyi çalışan ilişkiler sürer; biz koordinasyonu ve denetimi üstleniriz.

Ekibimizde pazarlamacı yok; sorun olur mu?

Olmaz. Model tam da bunun için kurgulandı: yürütmenin tamamı marka liderinde toplanır; sizin tarafınızda karar verici olması yeterlidir.

Süreci nasıl takip ederim?

Haftalık kısa durum akışı ve ay sonunda tek yönetim raporuyla. Neyin çıktığını, ne harcadığını ve ne getirdiğini tek bakışta görürsünüz.

Uzun süreli sözleşme zorunlu mu?

Hayır. Makul bir başlangıç dönemi öneririz ancak sizi uzun vadeli taahhüde kilitlemeyiz. Amacımız bağlamak değil, sonuç üretmektir.



Neden Bi Marka?

Bu dosyanın tek sayfalık özeti. Gerisi keşif görüşmesinde.



Tek muhatap

Altı tedarikçi yerine tek ortak; bütün işleriniz için tek sorumlu marka lideri.



Ciro odağı

Başarı beğeniyle değil satışla ölçülür; rapor kasadaki karşılığı gösterir.



Dokuz disiplin

Stratejiden operasyona, içerikten performansa her disiplin tek planda.



Kendi teknolojimiz

Blesyum ile analiz, otomasyon ve altyapı grup içinde üretilir.



Global operasyon

Türkiye, Körfez ve Avrupa'da; Türkçe, İngilizce ve Arapça.



Şeffaf çalışma

Aylık yönetim raporu ve net sözleşme kapsamı; ne yapıldığı her ay yazılı olarak önünüzdedir.

Sonraki adım

Tek yapmanız gereken bir tanışma görüşmesi planlamak. Teklif talebine 1 iş günü içinde döneriz; onayın ardından genellikle 1 hafta içinde çalışmaya başlarız.



Bi markanız varsa ve cirosunu artırmak istiyorsanız, bize ulaşın.



E-posta

hello@bimarka.com



Adres

Esenkent, Aksu Sk. No:2 D:6, 34848 Maltepe / İstanbul



Web

bimarka.com — TR · EN · AR



Telefon

+90 216 606 77 41



Çalışma saatleri

Hafta içi 09:00 – 18:00



Sosyal medya

@bimarkacom — Instagram, X, LinkedIn, YouTube, TikTok