

Otel/B2B İçin AR Filtre Konsept & Storyboard Checklist'i — Creative / AR Campaign (v1.0)

Asset Amaç: Bu checklist, AR filtre kampanyasını “efekt” değil, paylaşım ve CTA'ya bağlanan bir kampanya mekaniği olarak tasarlamanız için hazırlandı. Konsept seçimi, storyboard, marka öğesi yerleşimi, guardrail'ler ve yayın öncesi QA adımlarını tek çerçevede toplar. Otel ve B2B ekiplerinin AR'yi hızlı ama kontrollü şekilde denemesini sağlar.

Kim Kullanır?: Kreatif Stratejist + Art Director + Motion / AR Tasarımcısı + Medya / Sosyal Ekip Lideri.

Nasıl Kullanılır?

- Hedef & Mekaniği Belirleyin:** Kampanyanın ana hedefini (paylaşım, profil ziyareti veya web yönlendirmesi) seçip uygun mekaniği netleştirin.
- Storyboard & Marka Alanlarını Kurgulayın:** 3–5 sahnelik storyboard'u oluşturun; marka öğelerini ve CTA'yı safe zone kurallarına göre yerleştirin.
- Guardrail Testleri ile Yayınlayın:** Performans ve etik kontrollerini yapıp v1.0 filtreyi canlıya alın; gelen verilerle sürekli iyileştirin.

CHECKLIST & SPRINT PLAN — AR Campaign & Storyboard Seti

A) Ölçüm & Önceliklendirme Checklist'i

1. Konsept & Amaç Netliği

- ☐ **Tek Amaç:** Filtrenin ana amacı (eğlence, paylaşım, CTA yönlendirme) net bir şekilde belirlendi mi?
- ☐ **Tek Mesaj:** İçeriğin iletmek istediği ana mesaj sadeleştirildi mi?
- ☐ **Sektörel Kanıt Türü:** Otel veya B2B hedeflerine uygun kanıt/deneyim türü seçildi mi?

2. Storyboard Kurgusu (3–5 Sahne)

- ☐ **Hook Sahnesi:** Kullanıcıyı ilk 1–2 saniyede yakalayan bir giriş kurgulandı mı?
- ☐ **Etkileşim Mekaniği:** Yüz takibi (*face tracking*) veya ekran kaplaması (*overlay*) netleştirildi mi?
- ☐ **Paylaşılabilir Sonuç Ekranı:** Filtre sonunda kullanıcının paylaşmak isteyeceği bir sonuç ekranı tasarlandı mı?
- ☐ **Sonuç Sonrası CTA:** Tek aksiyon odaklı CTA, sonuç ekranından hemen sonra belirecek şekilde kurgulandı mı?

3. Marka Öğeleri & Denge

- ☐ **İmza Marka Dozu:** Logo, renk ve maskot kullanımı dengeli tutuldu mu?
- ☐ **Brandbook Uyumlu Tipografi:** İkon ve tipografi stili marka kimliği standartlarıyla örtüşüyor mu?
- ☐ **Yüz Alanı Koruması:** Tasarım öğeleri kullanıcının yüzünü veya ana odak alanını kapatmayacak şekilde konumlandırıldı mı?

4. Guardrail (Teknik & Etik Kontroller)

- [] **Akıcı Performans:** Filtrenin düşük segment mobil cihazlarda dahi kasılmadan akıcı çalışması test edildi mi?
- [] **3D / Efekt Optimizasyonu:** Dosya boyutunu yükseltecek aşırı ağır 3D modeller ve efektler optimize edildi mi?
- [] **Etik & Güvenlik:** Yanıltıcı iddia veya uygunsuz içerik risklerine karşı güvenlik kontrolleri sağlandı mı?

5. Yayın & Ölçüm Planı

- [] **Lansman İçerik Seti:** 7 günlük Story/Reels tanıtım ve lansman içerik takvimi hazırlandı mı?
- [] **Ölçüm Metrikleri:** Filtre kullanımı, paylaşım oranı, profil ziyareti ve CTA tıklamaları için takip kurgusu yapıldı mı?
- [] **Revizyon Döngüsü:** Kullanıcı geri bildirimlerine göre yapılacak güncelleme ve iyileştirme takvimi planlandı mı?

B) Problem → Kök Neden → Çözüm Tablosu

Problem	Kök Neden	Çözüm
Filtre "eğlence" kaldı	Mekanik yok	Sonuç ekranı + paylaşım tetikleyici
Marka görünmüyor	Öğeler zayıf	İmza stinger + renk sistemi
Kullanıcı rahatsız	Yüzü kapatan overlay	Yerleşim guardrail'i
CTA çalışmıyor	Akışa bağlanmadı	Sonuç sonrası tek CTA
Performans kötü	Ağır 3D	Hafif overlay + optimize

C) 14 Günlük Sprint Planı (Gün 1–14 / AR Filtre Kampanya Kurulumu)

[Gün 1–4: Hedef, Konsept & Storyboard] → [Gün 5–8: MVP, Test & CTA Safe Area] → [Gün 9–11: Guardrail, İçerik Seti & Pilot] → [Gün 12–14: İyileştirme & Lansman]

- **Gün 1:** Kampanya hedefinin, mecranın ve ölçüm planının belirlenmesi.
- **Gün 2:** 3 farklı konsept alternatifinin çıkarılması ve seçim yapılması.
- **Gün 3:** 3–5 sahnelik storyboard kurgusunun çizilmesi.

- **Gün 4:** Marka öğelerinin (logo, renk, maskot) tasarım üstündeki yerleşiminin netleştirilmesi.
- **Gün 5:** MVP tasarımın (hafif overlay) geliştirilmesi.
- **Gün 6:** Yüz takibi ve etkileşim mekaniği testlerinin yapılması.
- **Gün 7:** Sonuç ekranının ve paylaşım tetikleyicilerinin kurgulanması.
- **Gün 8:** Safe area uyumlu CTA buton/yönlendirme tasarımlarının eklenmesi.
- **Gün 9:** Guardrail QA (performans, kasma ve etik risk) denetiminin yapılması.
- **Gün 10:** 7 günlük lansman içerik planının ve tanıtım görsellerinin hazırlanması.
- **Gün 11:** Kısıtlı kitle ile pilot yayının gerçekleştirilmesi.
- **Gün 12:** Pilot verilerinin ölçümlenmesi ve öğrenimlerin çıkarılması.
- **Gün 13:** Filtrenin v1.1 sürümüne iyileştirilmesi ve hataların giderilmesi.
- **Gün 14:** Tam lansmanın yapılması ve periyodik raporlama rutininin devreye alınması.

D) Öncesi / Sonrası KPI Tablosu

KPI	Önce	Sonra (Hedef)
Filtre kullanım	belirsiz	daha yüksek
Paylaşım oranı	düşük	daha yüksek
Profil ziyareti	değişken	daha tutarlı
Web/CTA yönlendirme	düşük	daha yüksek

Deliverables (Teslim Edilecek Çıktılar)

- Konsept Dokümanı (3 Seçenekli)
- 3–5 Sahne Storyboard Akış Şeması
- Marka Öğesi Yerleşim Kılavuzu
- Guardrail + QA Checklist Dokümanı
- Lansman İçerik Seti Planı
- Ölçüm Raporu Şablonu



[Checklist / Framework Card]

1200x1200px (1:1) kare formatında, AR filtre ve yüz efekti kampanya adımlarını özetleyen AR Filtre Checklist Kartı. Koyu karbon gri zemin üzerine yerleştirilmiş; 3D yüz ağlama/takip şeması, AR katman rozeti, safe area CTA yönlendirme ikonu ve yeşil onay işaretleri. Kartın üzerinde; "Define 3–5 Scene Storyboard with Hook & Shareable Outcome", "Position Brand Elements Without Obstructing Face Area", "Execute Guardrail QA for Smooth Performance & Ethics", ve "Deploy 7-Day Launch Content Plan Linked to Conversion CTA" teslimat başlıkları scannable ve kurumsal bir checklist-card formatında sergileniyor.