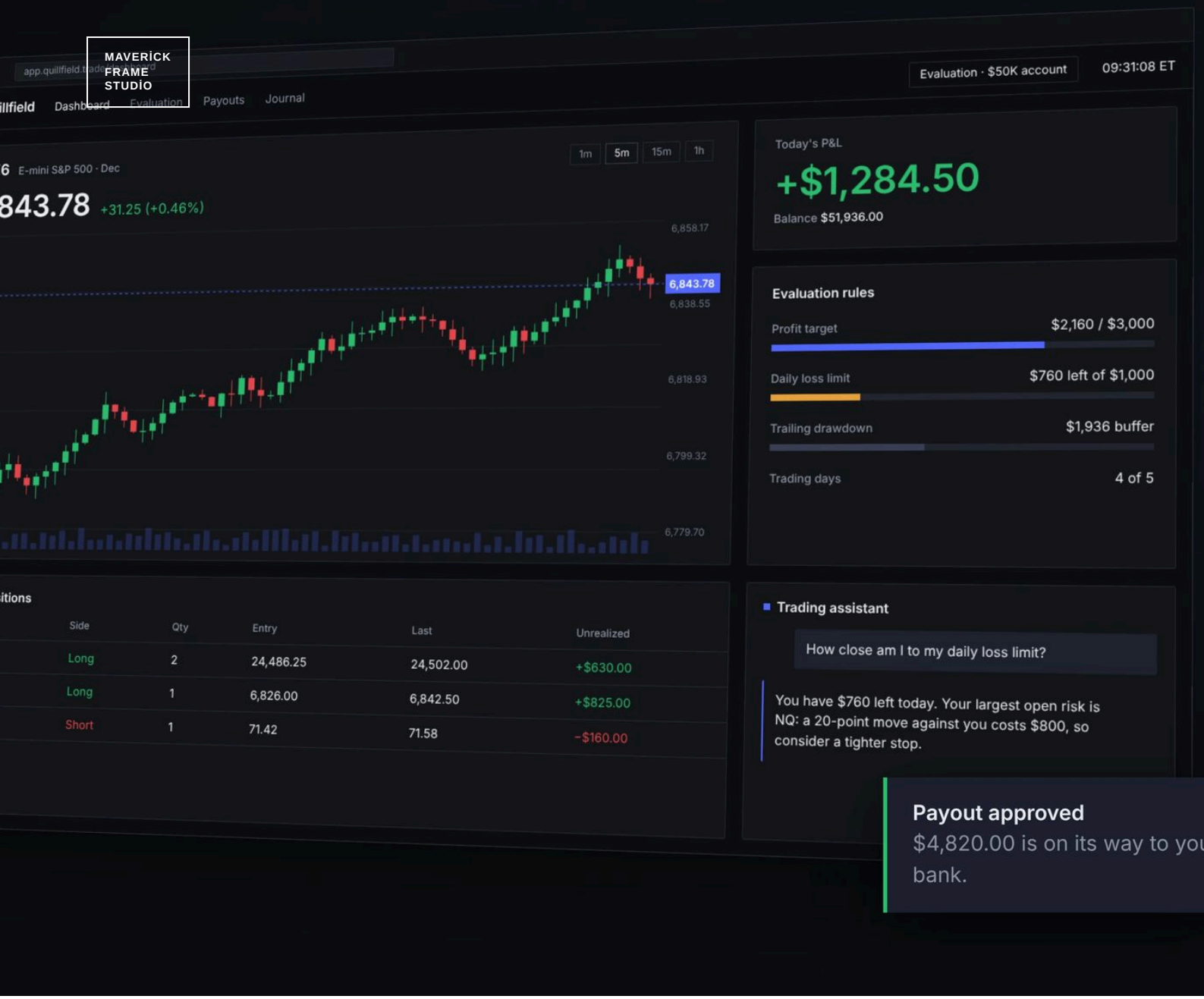


UYGULAMA REHBERİ / 2026 BASKISI

Platform Reklamı Brief'i: Sipariş Vermeden Önce Hazırlayın.

Ekran kayıtları, demo hesaplar, onaylı iddialar ve risk uyarısı: bir fintech YouTube reklamını hızla planlamayı sağlayan kontrol listesi, kurgu haritası ve 12 soru.

Dim Kuzmenko
Kurucu Ortak, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

BURADAN BAŞLAYIN

Görüntü sizin platformunuz. Onu hazırlayın.

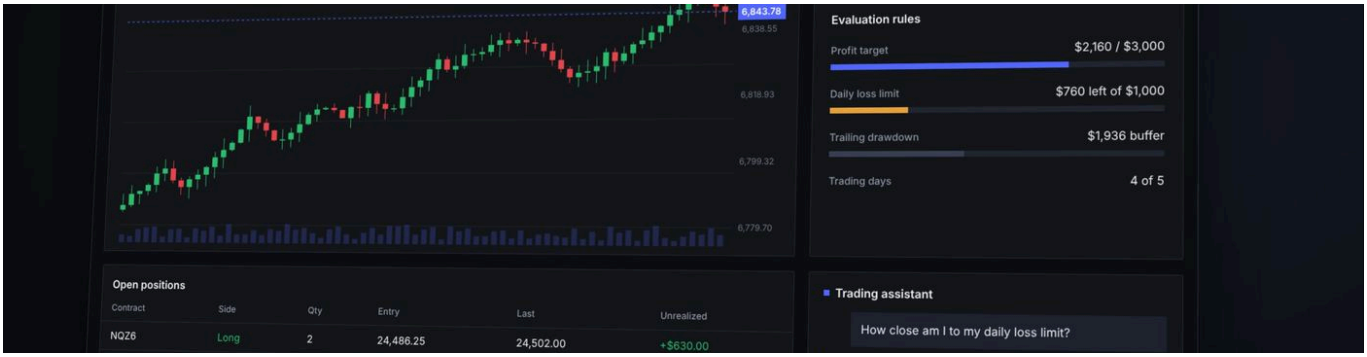
Bir alım satım platformu, aracı kurum veya fintech uygulaması için YouTube reklamı ürünün kendisinden kurulur. Senaryo yazılmadan önce stüdyonun ekranlara, bu ekranlarda görünebilecek verilere ve uyum ekibinizin onayladığı ifadelere ihtiyacı vardır. Platform reklamlarındaki gecikmelerin çoğu animasyonda değil, burada başlar.

İlk görüşmeden önce hazır olması gerekenler

- [ ] Göstermek istediğiniz akışların tam çözünürlükte **ekran kayıtları** ya da kaydı bizim yapabileceğimiz bir **test hesabı**
- [ ] Gerçekçi demo bakiyeleri, pozisyonları ve geçmişi olan **demo hesaplar**; böylece hiçbir müşteri verisi kayda girmez
- [ ] **Marka rehberi ve tasarım dosyaları**: Figma veya bir UI kit, fontlar, logo dosyaları ve renkler
- [ ] **Onaylı iddialar**: pazarlamanın kullanabileceği ifadeler ve rakamlar, her biri kaynağı ve tarihiyle
- [ ] Uyum veya hukuk ekibinizden, her pazar ve dil için **risk uyarısı metni**
- [ ] **Kanallar ve süreler**: reklamın nerede yayınlanacağı ve hangi versiyonlara ihtiyacınız olduğu
- [ ] **Onaylayanlar**: senaryoyu, stil karelerini ve final kurguyu kimin onaylayacağı

Canlı hesabı değil, ürünü kaydedin

Platformu en baştan bir demo veya test ortamında kaydedin. Canlı bir hesapta yapılan kayıt kare kare kontrol edilmek zorundadır ve gözden kaçan her şey tüm versiyonlara girer.



Maverick Frame Studio konsept reklamından bir alım satım platformu paneli. Tüm rakamlar demo veridir.

KURGU HARİTASI

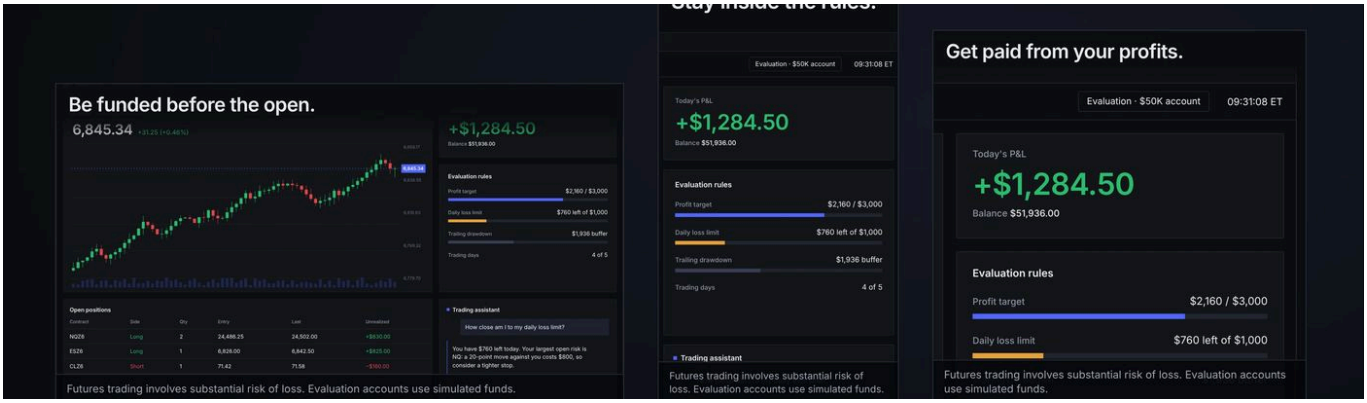
Tek ana kurgu, beş versiyon

Reklamı tek bir ana kurgu ve bir dizi kısa versiyon olarak planlayın. Her versiyonun tek bir görevi vardır ve her biri uzun versiyondan kırpılmak yerine kendi süresine göre kurgulanır; böylece kanca yine ilk saniyelerde etkisini gösterir.

VERSİYON	NEREDE YAYINLANIR	TEK GÖREVİ
6 sn, 16:9	YouTube bumper reklamları	Tek bir vaat ve marka. Özellik turu yok.
15 sn, 16:9 ve 9:16	YouTube in-stream, Shorts ve Reels	Bir kanca, bir özellik ve harekete geçirici mesaj.
30 sn, 16:9 ve 9:16	YouTube in-stream, TikTok, bağlı TV	Sorun, iki özellik, kanıt ve harekete geçirici mesaj.
60 sn, 16:9	YouTube, web sitesi, açılış sayfaları	Platformun tüm hikâyesi, risk uyarısı ekranda.
Her süre, 9:16	Shorts, Reels, TikTok ve Stories	Altyazılı, platform butonları için güvenli alanları olan dikey bir kurgu.

Risk uyarısının yerini planlayın

Storyboard'da her formatta risk uyarısı için bir bant veya kapanış kartı ayırın. Kurgudan sonra eklenirse ya arayüzü kapatır ya da sığdırmak için sıkıştırılır; ikisi de baştan planlamaktan kötüdür.



Tek reklam 16:9, 9:16 ve 1:1 formatlarında, her birinde bir risk uyarısı satırıyla. Maverick Frame Studio konsepti.

EKRANDA

Neyi göstermeli, neyi uyum ekibine sormalı

Bir platform reklamı iki kez değerlendirilir: izleyici ve uyum ekibiniz tarafından. Aşağıdaki listede storyboard'dan önce anlaşın; sondaki inceleme yeniden yazım değil, bir kontrol olur.

	GENELLİKLE GÖSTERİLEBİLİR	ÖNCE UYUM EKİBİNE ONAYLATIN
01	**Demo veriyle arayüzünüz**	Her gerçek isim, bakiye, hesap numarası veya pozisyon. Bunları demo veriyle değiştirin.
02	**Bir özelliğin adım adım nasıl çalıştığı**	Kâr, getiri veya ödeme rakamları ve her türlü sonuç örneği.
03	**Bir hesabın veya challenge'ın kuralları, yayımladığınız haliyle**	Garantili, risksiz, kolay para veya anında kâr gibi ifadeler.
04	**Kamuya açık bir kaynaktan, tarihiyle gösterilen piyasa verisi**	Gerçek bir hesabın veya gerçek bir yatırımcının performansı.
05	**Ürünün çevresindeki insanlar ve mekânlar**	Kullanıcı yorumları, influencer'lar ve tavsiye gibi okunabilecek her şey.

İfadelere kim karar verir

Biz bir video stüdyosuyuz. Uyum veya hukuk ekibinizin onayladığı ifadeleri her dilde ve her versiyonda yerleştiririz; hukuki veya düzenleyici tavsiye vermeyiz. Kurallar pazara göre değişir; bu listeyi bir hüküm değil, o konuşmanın başlangıcı olarak görün.

Etiketli demo veri

Demo veri olan bakiyeler, fiyatlar ve sonuçlar bunu karede belirtebilir. Bir satıra mal olur ve bir soruyu ortadan kaldırır.

Kaynaklar ve tarihler

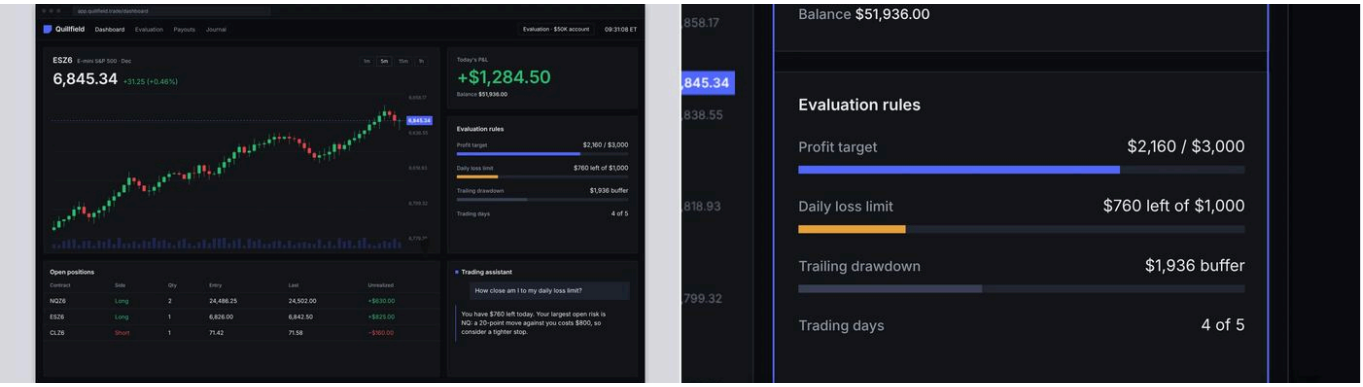
Ekrandaki bir piyasa rakamı kaynağını ve tarihini taşır; böylece izleyici de inceleyen de kontrol edebilir.

GÖRÜNTÜ SEÇİMİ

Kayıt, yeniden çizim ya da yapay zeka?

Çoğu platform reklamı üç tür görüntüyü karıştırır. Film bazında değil sahne bazında seçmek, ürünü önemli olduğu yerde birebir tutar ve önemli olmadığı yerde zaman kazandırır.

	EKRAN KAYDI	YENİDEN ÇİZİLMİŞ EKRAN	YAPAY ZEKA ÇEKİMİ
En uygun olduğu yer	Ürün demoları ve onboarding klipleri	Keskin kalması gereken ana anlar, grafikler ve rakamlar	Ürünün çevresindeki insanlar, mekânlar ve atmosfer
Neyden yapılır	Sizin veya bizim kaydımız, temizlenmiş	Tasarım dosyalarınız veya kayıt, katmanlar halinde yeniden çizilmiş	Bir brief ve referanslar; arayüz compositing aşamasında eklenir
Yeni sürümden sonra	Akışı yeniden kaydedin	Değişen katmanı düzenleyin	Genellikle olduğu gibi kalır
Dikkat edilecekler	Canlı veri, bildirimler, imleç gürültüsü	Canlı ürünle birebir eşleşme	Yapay zeka arayüzün kendisini asla üretmemeli



Ham bir ekran kaydı ve aynı ekranın reklam karesi olarak yeniden çizilmiş hali. Maverick Frame Studio konsepti.

Her zaman gerçek ekranlar

Karışım ne olursa olsun, ekrandaki arayüz sizin platformunuzdan gelir. Kaydolan bir izleyici, reklamda gördüğü ürünü bulmalıdır.

BRİEF

Brief için on iki soru

Bunları bir e-postada yanıtlayın ve bir ekran kaydı ya da birkaç ekran ekleyin. Reklamı planlamak, versiyonları listelemek ve teklif hazırlamak için yeterlidir.

	SORU	BİLMEMİZ GEREKEN
01	**Hedef**	İzleyici reklamdan sonra ne yapmalı: challenge'a başlamak, hesap açmak, demo randevusu almak?
02	**Hedef kitle**	Kimin için: vadeli işlem, forex veya kripto yatırımcıları, bireysel kullanıcılar, kurumlar, iş ortakları?
03	**Pazarlar**	Hangi ülkeler ve diller; her birine ayrı risk uyarısı gerekiyor mu?
04	**Kanallar**	YouTube in-stream, Shorts, Reels, TikTok, web sitesi, satış sunumu?
05	**Versiyonlar**	Hangi süreler ve formatlar: 6, 15, 30 veya 60 saniye; 16:9, 9:16 veya 1:1?
06	**Görüntü**	Ekran kayıtları, test hesabı ya da ikisi birden; demo veriyi kim hazırlıyor?
07	**Tek özellik**	Platformu en iyi hangi özellik veya an satıyor?
08	**İddialar**	Hangi ifadeler ve rakamlar onaylı, kaynakları ne?
09	**Risk uyarısı**	Risk uyarısını kim yazıyor ve ekranda ne kadar kalmalı?
10	**Marka**	Marka rehberi, Figma veya UI kit, fontlar, logo dosyaları ve marka dili?
11	**Ses**	Seslendirme olacak mı, hangi aksan, ne tür müzik?
12	**Onaylar ve tarihler**	Senaryoyu, stil karelerini ve final kurguyu kim onaylıyor, lansman ne zaman?

SONRAKİ ADIM

Yanıtları ve bir kaydı bize gönderin

On iki sorunun yanıtları, bir ekran kaydı veya test girişi ve marka dosyalarınız, hangi durumda olurlarsa olsunlar. Yapacağımız reklamı, gereken versiyonları ve teklifi satış görüşmesi olarak değil, yazılı yanıt olarak göndeririz.

İletişim formu	maverickframe.com/contacts/
Fintech video	maverickframe.com/tr/cozumler/fintech-video-produksiyonu/
Ya da kısaca	bu rehberin geldiği e-postayı yanıtlayın.

Bu reklamları yapan ekip tarafından yazıldı

Dim Kuzmenko, Maverick Frame Studio'nun kurucu ortağıdır. Bu rehberdeki kontrol listeleri, her platform videosundan önce sorduğumuz sorulardır. Burada fiyat yok: her platform reklamı tam kapsamına göre fiyatlandırılır.