

SİYASİ KREATİF PR DANIŞMANLIĞI

Stratejik Brief Rehberi ve Kampanya Çalışma Modeli

Nehari Kadir Yeşil

Kreatif Direktör • Medya & PR Danışmanı • Prodüksiyon ve
Kampanya Stratejisti

PORTFOLYO

Nehari
Kadir Yeşil

PRODÜKSİYON

Hayat bir film

Kreatif Direktör - Sosyal Medya Danışmanı - Proje birimi Ar-Ge
Metin ve kurgu yazarı - Satış pazarlama - Yaşam Koçu

Konumlandırma

Bu çalışma, siyasi iletişim süreçlerini tek bir profesyonel sistem altında toplar.

Amaç; adayın yalnızca görünmesini değil, doğru anlaşılmasını sağlamaktır.

- Liderlik algısını güçlendirmek
- Medya ve sosyal medya dilini tek hikâyeye bağlamak
- Saha, kriz ve kreatif üretimi disipline etmek
- Güveni ve itibarı uzun vadeli bir varlığa dönüştürmek



Portfolyo geçmişi: prodüksiyon, siyasi PR, sosyal proje, kültür tanıtımı ve kurumsal kimlik.

Çalışmanın Temel Felsefesi

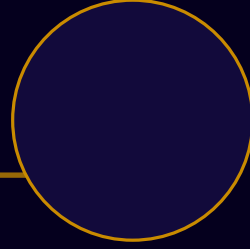
Siyasi başarı, güçlü fikrin doğru iletişim disipliniyle sahaya inmesidir.

STRATEJİK DÜŞÜNCE



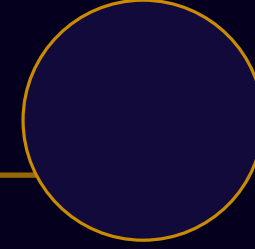
Veri, saha, medya ve rakip
okuması

KREATİF UYGULAMA



Görsel, metin, video ve hikâye
üretimi

TAKTİKSEL ESNEKLİK

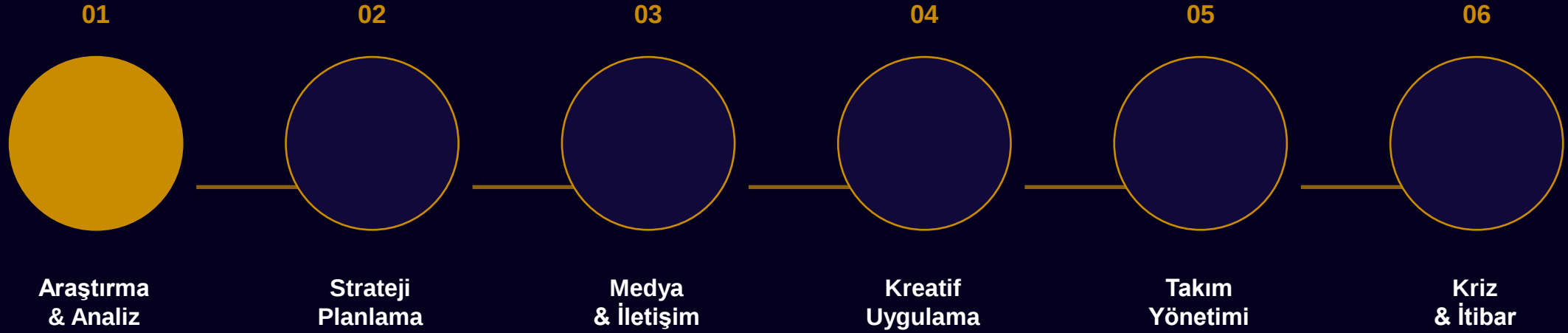


Kriz, gündem ve hızlı karar
refleksi

Bu üç direk birlikte çalıştığında kampanya yalnızca görünür olmaz; güven veren bir liderlik anlatısına dönüşür.

6 Modüllü Çalışma Sistemi

Araştırmadan krize kadar kampanyanın bütün kritik alanları tek akışta yönetilir.



Her modül kendi çıktısını üretir; tüm çıktılar adayın ana hikâyesine ve kampanya takvimine bağlanır.

Modül 1 — Araştırma & Analiz

Kampanyanın sağlam zemini: aday, seçmen, rakip ve medya ortamı.

Çalışma Alanları

Aday algısı, seçmen profili, yerel sorunlar, rakip söylemleri, medya atmosferi, saha beklentileri ve kriz ihtimalleri.

Temel Çıktılar

Aday algı raporu, seçmen profil haritası, rakip söylem analizi, medya ortamı raporu, risk ve fırsat haritası.



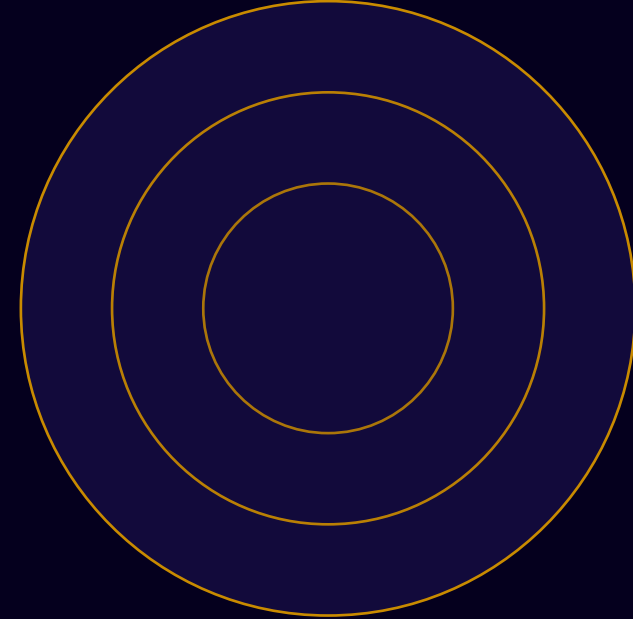
Ana soru: “Aday bugün nasıl görülüyor ve nasıl görülmesi gerekiyor?”

Modül 2 — Strateji Planlama

Kampanya hikâyesi, ana mesaj ve taktik akış bu modülde netleşir.

Strateji, adayın “kim” olduğunu değil; toplumun zihninde hangi anlamla yer edeceğini belirler.

- Adayın ana hikâyesi ve konumlandırması
- 3–5 temel mesaj ve alt mesaj setleri
- Kampanya takvimi ve medya çıkış planı
- Saha programı ve kriz hazırlık notları



ANA HİKÂYE

Ana soru: “Bu aday hangi hikâye ile toplumun zihninde yer edecek?”

Modül 3 — Medya & İletişim

Basın, sosyal medya ve kamuoyu görünürlüğü aynı mesaj disiplinine bağlanır.

BASIN

Bülten, röportaj, TV/radyo, yerel medya

SOSYAL MEDYA

Günlük içerik, kısa video, canlı yayın

SAHA

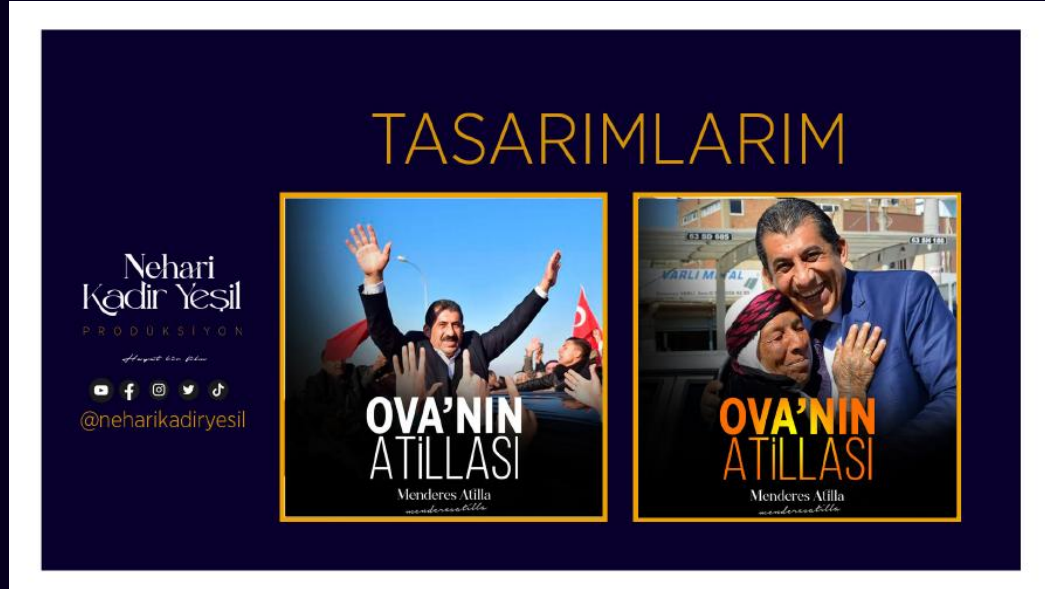
Ziyaret, toplantı, halkla temas görüntüleri



Ana soru: “Aday hangi mecrada, hangi mesajla ve hangi ritimle görünmeli?”

Modül 4 — Kreatif Uygulama

Fikir, görsel estetik ve duygu aynı kampanya diline dönüşür.



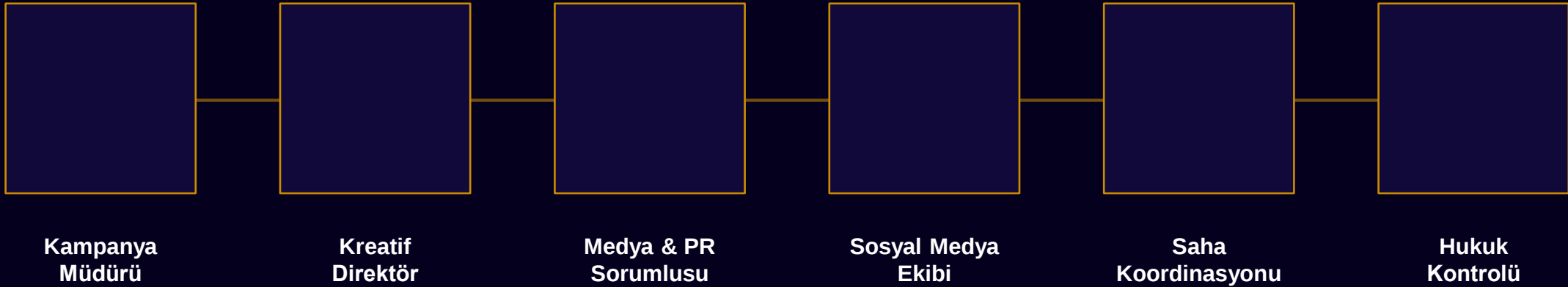
KREATİF ÜRETİM ALANLARI

- Kampanya görsel kimliği
- Afiş, billboard ve sosyal medya şablonları
- Kampanya filmi ve kısa video serileri
- Slogan, konuşma metni ve proje anlatımı
- Aday portre çekimi ve kamera dili

Ana soru: “Adayın hikâyesi nasıl akılda kalıcı hale gelecek?”

Modül 5 — Takım Yönetimi

Güçlü kampanya iyi fikir kadar, iyi organize olmuş ekip ister.



Standart çıktı: organizasyon şeması, görev tanımları, haftalık toplantı şablonu, onay süreci ve kriz anı iletişim zinciri.

Ana soru: “Ekip aynı hedefe, aynı dille ve aynı disiplinle çalışıyor mu?”

Modül 6 — Kriz & İtibar

Kriz çıktığında panik değil, güven veren liderlik görünmelidir.



Kriz protokolü; hukuki kontrol, tek merkezden açıklama, sosyal medya takibi ve kriz sonrası güven onarımını kapsar.

- Panik paylaşımı yok
- Doğrulanmamış bilgi yok
- Kişisel polemik yok
- Gecikmiş açıklama yok

Stratejik İletişim İlkeleri

Riskli görünen taktik dili, kurumsal ve etik PR prensibine dönüştürülür.

01 Liderlik Merkeziliği

Aday iletişimin merkezinde kalır.

02 Stratejik Zamanlama

Mesajlar doğru an ve dozla paylaşılır.

03 Etik Görünürlük

Gündem yapay skandalla değil değerle kurulur.

04 Açık Kaynak Analiz

Medya ve kamuoyu hukuka uygun izlenir.

05 Mesaj Disiplini

Her açıklama ana hikâyeye bağlanır.

06 Bağımsız İmaj

Aday gölge figürlere bağlı görünmez.

07 Profesyonel Temsil

Diksiyon, görsel imaj ve protokol uyumludur.

08 Sorumlu Kararlılık

Net karar dili hazırlıkla desteklenir.

Brief Sayfa Standardı

Her strateji, karar verilebilir ve uygulanabilir bir sayfa formatına indirilir.



01

Başlık

Kurumsal ve net ad



02

Amaç

Hangi iletişim ihtiyacı?



03

Uygulama

Saha / medya / dijital kullanım

Amaç: ham fikirleri operasyonel bir rehbera çevirmek.



06

Risk & Güvenli Kullanım

Hukuki ve etik sınırlar



05

İçerikler

Video, basın, sosyal medya, saha



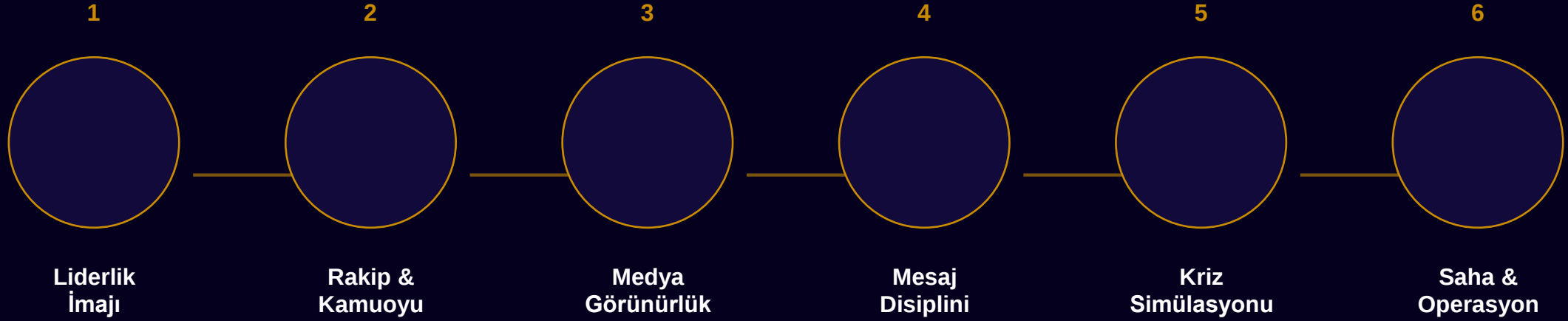
04

Adaya Katkısı

Güven, görünürlük, liderlik

Takım Tartışma Omurgası

Kampanya ekibi aynı dili üretmek için düzenli strateji oturumları yapar.



Her oturum; ön hazırlık, tartışma sorusu, grup aktivitesi ve karar çıktısı üretmelidir.

Haftalık Çalışma Ritmi

Kampanyanın temposu haftalık döngülerle kontrol edilir.



Ritim korunursa kampanya günlük refleksle değil, yönetilebilir bir akışla ilerler.

Başarı Ölçüm Kriterleri

Başarı sadece sonuçla değil; algı, güven ve disiplinle de ölçülür.

Medya
Görünürlüğü



Ana Mesaj
Hatırlanması



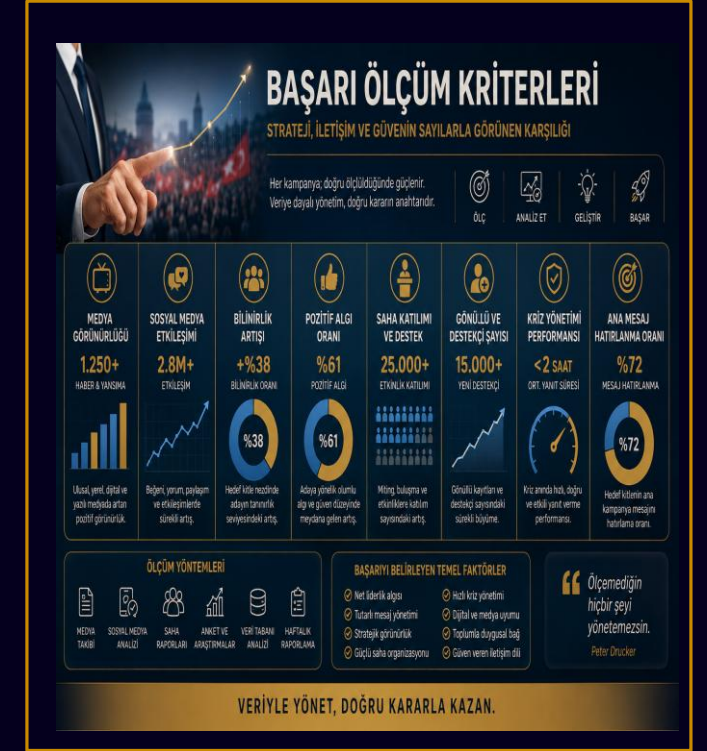
Sosyal Medya
Etkileşimi



Saha
Katılımı



Kriz Cevap
Hızı



Ölçüm; raporlama, içerik revizyonu ve strateji güncellemesi için kullanılır.

Portfolyo Güveni

Teori; prodüksiyon, siyasi PR, sosyal proje ve kurumsal kimlik deneyimiyle desteklenir.



Siyasi PR ve medya görseli



Sosyal seferberlik platformu



İnteraktif şehir uygulaması fikri

Bu bölüm, danışmanlık modelinin yalnızca teorik değil; geçmiş üretim, saha dili ve kreatif uygulama gücüyle beslendiğini gösterir.

Nihai Sunum Akışı

Kurumsal sunum dosyası için önerilen bölüm sırası.

- | | | | | | | | |
|----|------------------|----|------------------------|----|-----------------------|----|---------------------|
| 01 | Kapak | 02 | Profesyonel Profil | 03 | Çalışmanın Amacı | 04 | Siyasi PR Yaklaşımı |
| 05 | 6 Modüllü Sistem | 06 | Medya & Kreatif Üretim | 07 | Saha & Takım Yönetimi | 08 | Kriz & Etik Uyum |
| 09 | Başarı Ölçümü | 10 | Portfolyo | 11 | Kapanış Vaadi | | |

Bu akış, çalışmayı adaylara, kampanya ekiplerine veya kurum temsilcilerine sunulabilir hale getirir.

Danışmanlık Vaadi

Görünürlük değil; doğru anlaşılan liderlik algısı inşa etmek.

**Adayı yalnızca gündeme taşımak değil;
güven veren, tutarlı, sahici ve çözüm
üreten bir lider olarak konumlandırmak.**

- Doğru aday hikâyesi
- Tek merkezli mesaj disiplini
- Etik medya görünürlüğü
- Krizlere hazırlıklı yapı
- Kreatif ve sahaya inebilen kampanya dili



**Doğru aday.
Doğru hikâye.
Doğru iletişim.**

KAPANIŞ

Siyasette güçlü iletişim, doğru hatırlanmaktır.

Nehari Kadir Yeşil Siyasi Kreatif PR Danışmanlığı;
strateji, medya ve kreatif gücü tek merkezde buluşturur.

Nehari Kadir Yeşil

Kreatif Direktör • Medya & PR Danışmanı

