

Mynet'te en büyük problem reklamlar. Reklam yoğunluğu artık kullanıcı deneyimini bozacak seviyeye gelmiş durumda ve bu durum sadece yeni kullanıcıyı değil, yıllardır uygulamayı kullanan sadık kitleyi bile uygulamayı silmeye itiyor. Bu çok kritik bir kırılma. Reklam tamamen kaldırılсын demiyorum, kullanıcıyı bölmeyen, okuma akışını bozmayan iç reklamlar (**Bundle'daki gibi**) tercih edilebilir ve reklam sayısı ciddi şekilde azaltılabilir. Bu yönde atılacak adımlar ve doğru bir PR çalışmasıyla, kopan eski kullanıcı kitlesinin bir kısmı geri kazanılabilir.

Sosyal medya tarafında ise Mynet daha ürün odaklı bir dil kurabilir. Sadece haber paylaşan bir mecra gibi değil, yeni özellikleri anlatan, ortaklıklarını gösteren, eğlenceli ve paylaşılabılır içerikler üreten bir yapı kurulabilir. Topluluk hissi yaratacak küçük etkinlikler ve etkileşimli çalışmalar da markaya olan mesafeyi azaltır.

Hassas içerik konusu çok önemli ve şu an ciddi bir boşluk var. İnsanlar gördükleri içeriklerden kolayca etkilenebiliyor. Bu yüzden kullanıcıların açıp kapatabileceği bir hassas içerik ayarı mutlaka olmalı. Sadece görseller değil, başlıklar bile tetikleyici olabiliyor. Travması olan, ruhsal olarak hassas bir dönemden geçen kullanıcılar için bu başlıklar uygulamayı güvensiz bir alana dönüştürüyor. Kullanıcının neyi görmek isteyip istemediğine kendisinin karar verebilmesi gerekiyor.

Birkaç örnek betimleme:

'kulağını 5 ay ayağında taşıdı' **Ayağa dikilmiş kulak görseli, rahatsız edici**

'Baharatın içinden çiğ et çıktı!' **Rahatsız edici görsel**

'10 santim tümör çıkardılar: Kas ağrısı sandı kemik kanseri çıktı!' **Tetikleyici ve rahatsız edici görsel**

‘Korkunç ölüm! 2 yaşındaki çocuğu piranalar parçaladı!’ [Rahatsız edici başlık/tetikleyici](#)

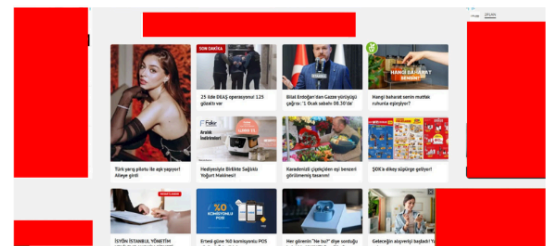
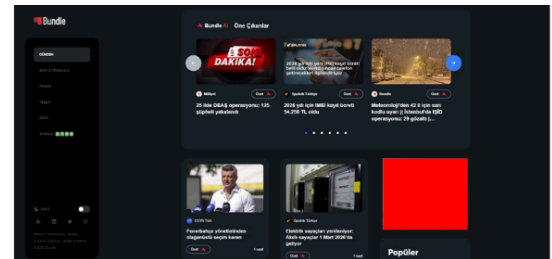
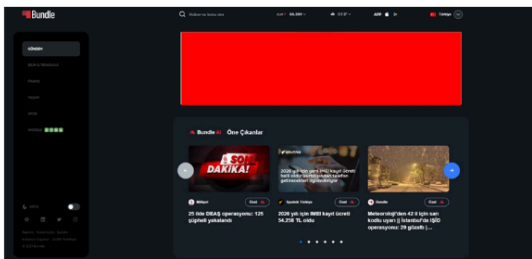
Öldü sandılar ceset torbasında canlandı! [Rahatsız edici başlık.](#)

Gibi örnekler, kullanıcıyı rahat hissettirmez ve tetikleyebilir. Özel ayarlara ihtiyaç var

UI/UX tarafında da uygulama karışık bulunabilir. Kullanıcıyı yönlendirmek yerine çoğu zaman kaybolmasına sebep oluyor. Sürekli çıkan pop-up’lar, kalabalık ekranlar ve göz yoran tasarım kullanıcıyı yoruyor. Daha sade, gözü yormayan ve kesintisiz bir okuma deneyimi sunan bir yapı çok daha rahatlatıcı olabilir. Bu da doğrudan uygulamanın silinme oranını etkileyebilir.

Özetle sorun tek bir yerde değil; ama merkezinde kullanıcıyı ikinci plana atan bir yaklaşım var. Bu yaklaşım değişmeden metrikler de, sadakat de uzun vadede toparlanmaz.

Reklam Anasayfa Yerleşimi Mini Analiz:



Bu ekranlar iki uygulamanın reklam yaklaşımını net biçimde ayırıyor.

Üstte Bundle, altta Mynet olacak şekilde, ana sayfa ve alt sayfa üzerinden bakıldığında reklam konusu daha net anlaşılıyor. (Yaklaşık Yüzdelere belirtilmiştir)

Bundle:

- **Ana sayfası** (%15): Reklam var ama fark edilmeyecek kadar kontrollü. Akış bozulmuyor, içerik hâlâ ana odak.
- **Alt sayfası** (%25): Kullanıcıyı rahatsız etmeye başlamadan sınırda kalan bir kullanım. "Tamam, burası monetizasyon alanı" dedirtiyor ama bir yandan kullanıcıyı da kaçırmıyor denilebilir.

Mynet:

- **Ana sayfası** (%50): İçerik/reklam dengesi ciddi şekilde kayıyor. Kullanıcı ne okuyacağını değil, neyi kapatacağını düşünüyor ve bu haber uygulaması için verimsiz bir durum.
- **Alt sayfası** (%70): Sağ alttaki ekstra reklam alanıyla birlikte deneyim neredeyse tamamen reklam merkezli. İçeriğe ulaşmak ekstra efor istiyor.

Ortalama reklam oranı farkı

- **Bundle ortalaması yaklaşık %20.**
- **Mynet ortalaması yaklaşık %60.**

Yani Mynet, Bundle'a kıyasla ortalama %40 daha fazla reklam alanı kullanıyor. Bu fark büyük sayabileceğimiz bir fark.

Feature set bakış açısından kritik ayrım Bundle'da reklam, feature'ların bir parçası gibi konumlanıyor, akış, kart yapısı ve boşluk kullanımı sayesinde doğru yerleştirilmiş bir his veriyor. Reklam, deneyimi kesmiyor, deneyime entegre oluyor

Mynet'te ise reklam, kendi başına bir feature gibi davranıyor. Sticky alanlar, sık tekrar ve yüksek oran nedeniyle kullanıcı davranışını yöneten ana unsur haline geliyor. Bu da içerik keşfini değil, reklama maruz kalmayı beraberinde getiriyor.