

Bundle - Additionals

[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.

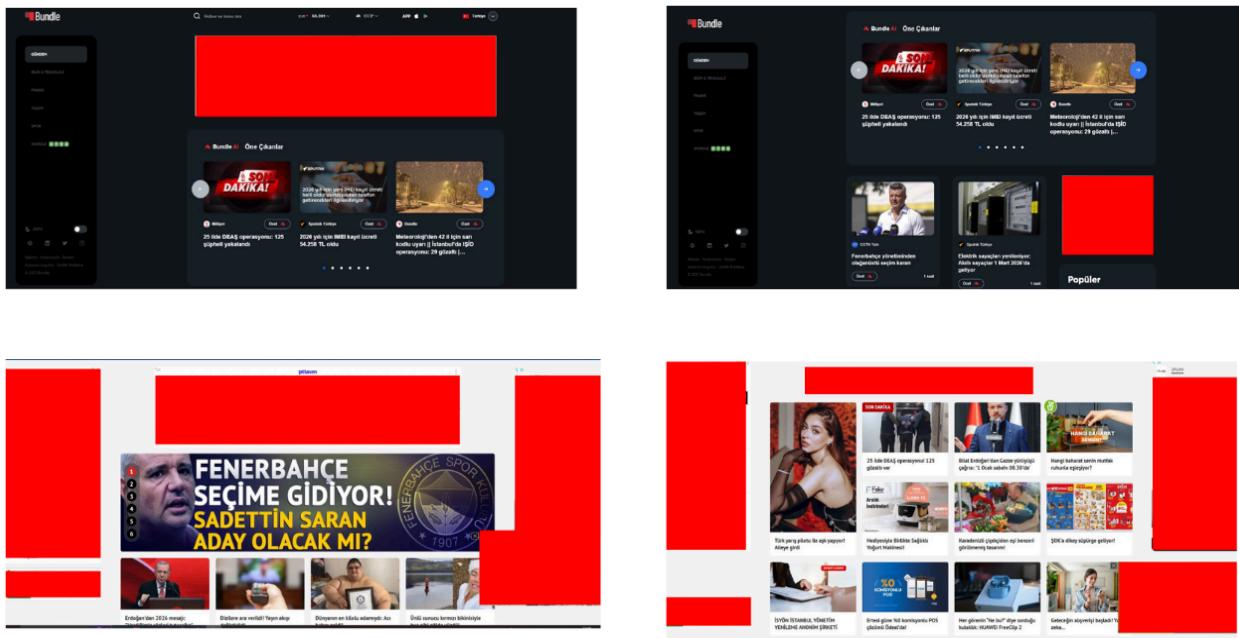
‘Baharatın içinden çığ et çıktı!‘ [Rahatsız edici görsel](#)

Mini Öneri

Spotify Wrapped'e benzer şekilde, kullanıcının belirli bir zaman aralığında okuma alışkanlıklarını özetleyen kartlar sunulabilir (1 ay, 3 ay, 1 yıl vb.) Kullanıcı neyi, ne zaman ve ne kadar okuduğunu tek bakışta görebilir ve bununla birlikte okuma motivasyonu olabilir. Bu da okuduklarını birikim olarak algılamasını sağlar.

Zamanla bu özetler, uygulamaya geri dönmek için bir sebep hâline gelir. Kartların paylaşılabilir olması ise Bundle'ın sosyal medyada doğal bir şekilde yayılmasını sağlayabilir ve Bu özellik, kullanıcılarla dönemsel olarak geri dönme motivasyonu sağlayarak retention'i destekler. Böylece Bundle, sadece haber okunan bir uygulama değil, kullanıcının kendi okuma yolculuğunu takip ettiği kişisel bir deneyime dönüşür.

Mini Reklam Yerleşim Analizi



Bu ekranlar iki uygulamanın reklam yaklaşımını net biçimde ayıriyor. Üstte Bundle, altta Mynet olacak şekilde, ana sayfa ve alt sayfa üzerinden bakıldığından reklam konusu daha net anlaşılıyor. (Yaklaşık Yüzdeler 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 sınırlı kalan bir kullanım. "Tamam, burası monetizasyon alanı" dedirtiyor ama bir yandan kullanıcıyı da kaçırıyor denilebilir.

Mynet:

- **Ana sayfası** (%50): İçerik/reklam dengesi ciddi şekilde kayıyor. Kullanıcı ne okuyacağini 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.