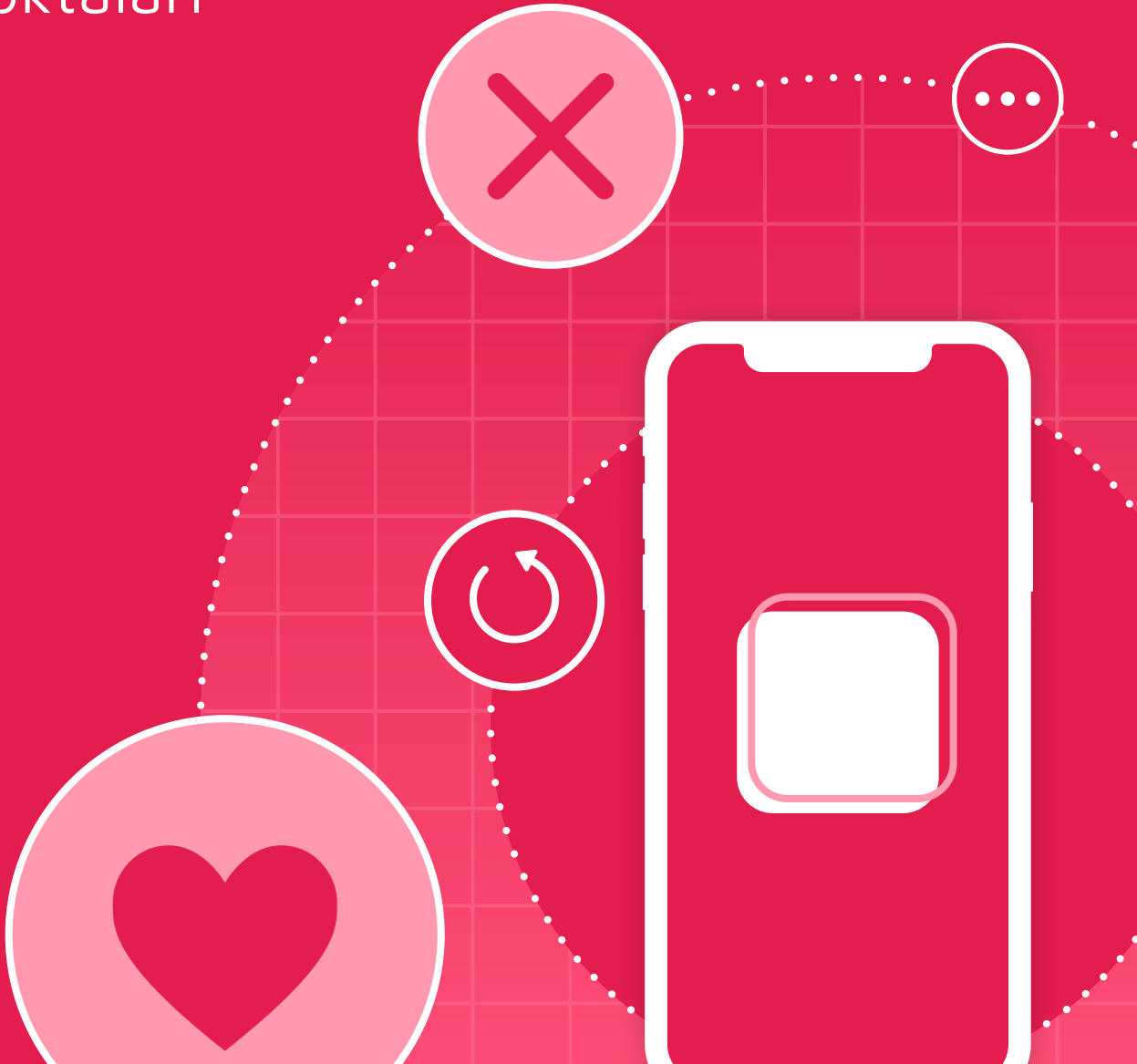


Dating uygulaması pazarlama rehberi 2021

Dating uygulamaları için
karşılaştırmalar, ipuçları ve
püf noktaları



İçindekiler

Giriş.....	3
Mesajlaşmak: ne zaman ve nasıl	4
Hedef kitlenizle ve kullanıcılarınızla ne zaman etkileşim kurmalısınız?	4
Mesajlarınızı erken ve sık gönderin	5
Arkadaşlık uygulaması sektöründeki tehlikeler:	8
kullanıcılarınızı korumak	
Sektör liderlerinden dersler	9
Happn	9
Taimi	10
QuackQuack	11
Conclusion.....	12

Giriş

Arkadaşlık uygulamaları dünyası

Dünya çapında 270 milyondan fazla yetişkin, 2020'de arkadaşlık uygulamalarını kullandı ve bu sayı beş yıl öncesinin iki katı. ABD'deki çiftlerin %39'u, 2019'da internette tanıştıklarını söylüyor ve bu sayı önümüzdeki yıllarda daha da artacak. Bu sayı genç yetişkinler arasında daha da yüksek: 18-29 yaş aralığındaki gençlerin %48'i, insanlarla tanışmak için bir arkadaşlık uygulaması ya da sitesi kullandıklarını belirtiyorlar. Küresel arkadaşlık uygulamalarının 2024'e kadar 8.4 milyar doları aşacak bir pazar büyüklüğüne erişeceği öngörüldüğü düşünüldüğünde, bu sayılar uygulamalar için önemli fırsatlar yaratıyor.

Ancak arkadaşlık uygulaması pazarı oldukça kalabalık ve başarıyı yakalamak kolay olmayabilir. Sadece bu alanın şifrelerini iyi okuyabilenler büyük getiriler bekleyebilirler. Bu rehberi sağlam bir arkadaşlık uygulaması stratejisi kurmanız için ve uygulamanızın benzersiz, eğlenceli ve kullanıcılarınızın ihtiyaçlarına cevap verebilmesi için doğru seçimleri yapmanıza yardımcı olmak için hazırladık.

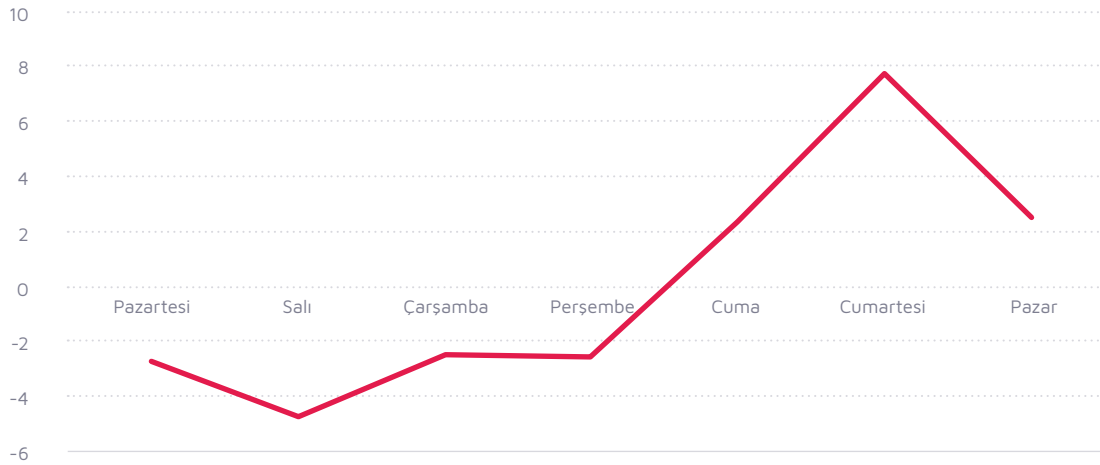


Mesajlaşmak: ne zaman ve nasıl

Hedef kitlenizle ve kullanıcılarınızla ne zaman etkileşim kurmalısınız?

Adjust'ın 2020'de takip ettiği en iyi arkadaşlık uygulamalarından alınan anonimleştirilmiş kullanıcı verilerini analiz ettiğimizde, kurulumların ve oturumların en yüksek seviyelerine hafta sonlarında çıktığını görüyoruz. Özellikle Cumartesi, arkadaşlık uygulamaları için önemli bir gün.

Kurulumlar, ortalamaya göre büyüme



Kurulumlar

CUMA

%2.36

CUMARTESİ

%7.73

PAZAR

%2.54

Oturumlar

CUMARTESİ

%3.94

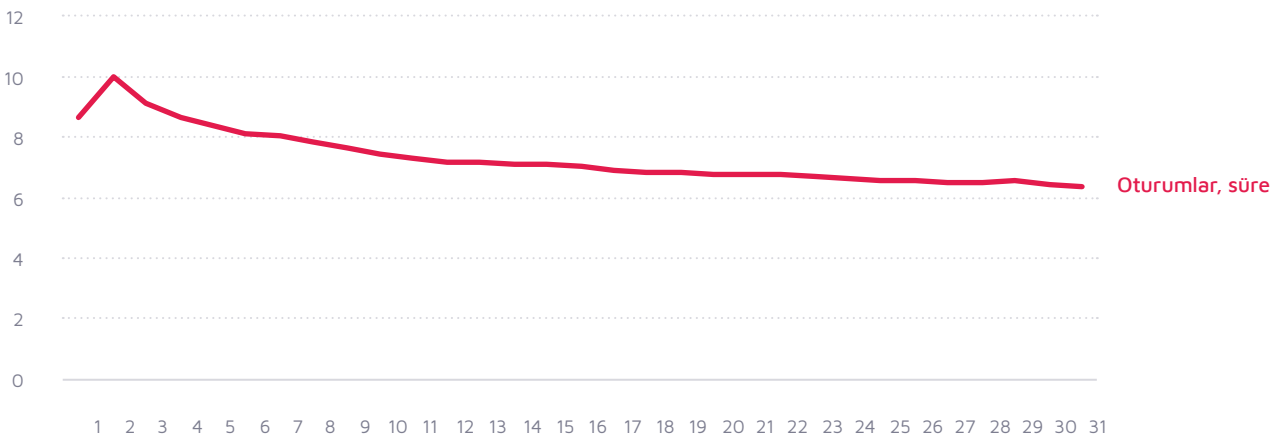
PAZAR

%1.73

Küresel pandemi ve sosyal mesafe kuralları sırasında bile, Cumartesi gecelerinde bir hareketlilik olduğunu görüyoruz.

Mesajlarınızı erken ve sık gönderin

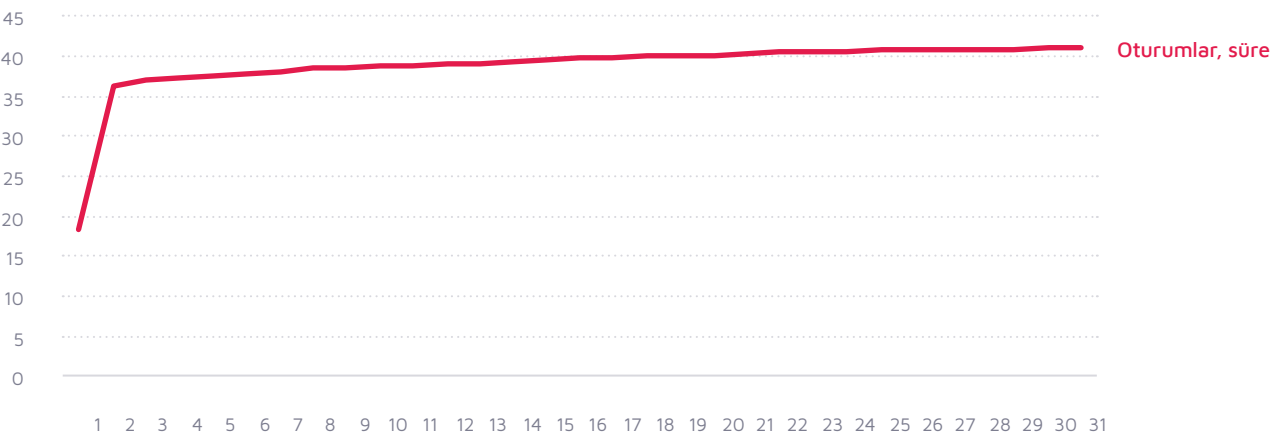
Arkadaşlık uygulamaları - 30 günlük oturum süresi



Arkadaşlık uygulamalarının oturum süreleri erkenden yükseliyor, bu da kullanıcıların uygulamayı indirdikten sonra potansiyel partnerlerle eşleşmeye başladığını ama bu hızın 30. güne doğru hızlıca düştüğünü gösteriyor. Bu erken yükseliş, uygulamanın kurulduğu anda oyunlarda olduğu gibi bir eğlence isteği yerine bir "ihtiyacın" olduğunu gösteriyor.

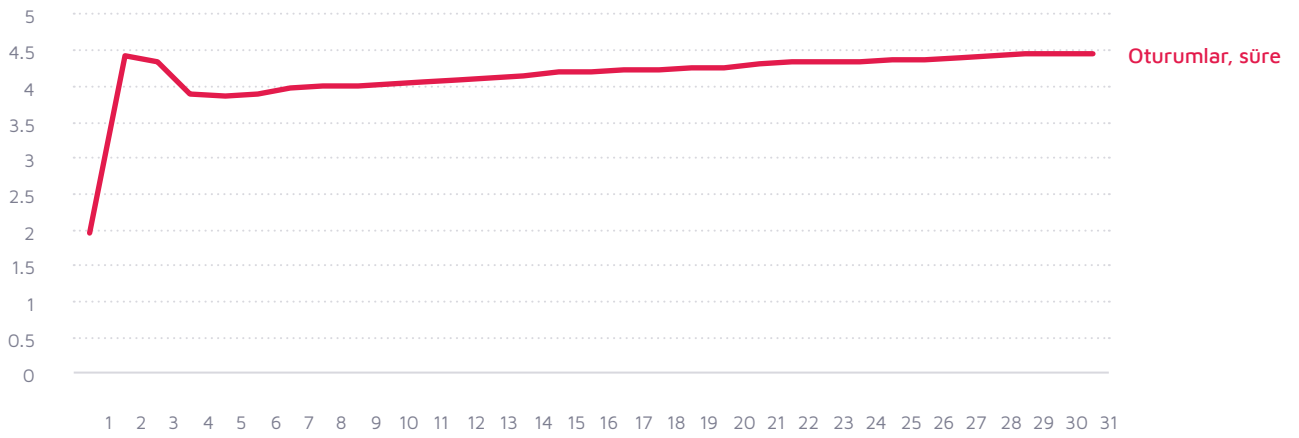
Mid-core oyun uygulamalarıyla karşılaştırdığımızda, ilk katılımdan sonra kullanıcılar oyunu daha iyi tanıdıkça, ödüller aldıkça ve oyunda güçlendikçe, oturum sürelerinin arttığını görebiliriz.

Mid-core Oyunlar - 30 günlük oturum süresi



Haber uygulamalarında da benzer bir eğri görüyoruz. Bu örnekte, kullanıcı uygulamayı indirir, uzun bir oturum gerçekleştirir, uygulamadan alacağı faydayı daha iyi anlar ve her gün daha fazla kullanmaya başlar.

Haber uygulamaları - 30 günlük oturum süresi



Ayrıca, kullanıcıların arkadaşlık uygulamalarının içinde geçirdiği sürelerde büyük coğrafi farklılıklar bulunuyor. Avrupa'daki kullanıcılar, Kuzey Amerika ve Asya'daki kullanıcılara göre uygulama içinde önemli ölçüde daha fazla zaman geçiriyorlar.

Uygulamada geçirilen günlük süre, kurulumdan 30 gün sonra (dakika bazında)

EMEA

Sosyal Arkadaşlık
6.77

KUZEY AMERIKA

Sosyal Arkadaşlık
5.82

APAC

Sosyal Arkadaşlık
5.34



Arkadaşlık uygulamaları genellikle abonelikler ve uygulama-içi satın almalar ile monetize ediliyor. Kullanıcılara neden uygulama içinde daha fazla zaman geçirmek isteyebileceklerini anlatmak, ilk katılım sürecine yatırım yaparak tüm özelliklerin tam olarak kullanılmasını sağlamak, event takibi ile kullanıcıları ilk katılımdan itibaren uygulamada kalmaları için teşvik etmek, arkadaşlık uygulamalarının her kullanıcıdan en yüksek faydayı sağlamaları için kullanılabilecek yöntemlerden birkaçı.

Kullanım düzenlerindeki bu farklılıklar, monetizasyon stratejisinde de farklılıklara yol açıyor. Örneğin, oyunlar genelde ücretsizdir. Önce ilginizi çekerler ve sonrasında uygulama içinde satın alma seçeneklerine yönlendirirler. Ancak arkadaşlık uygulamaları, aboneliklerin en iyi monetizasyon yolu olduğu görüşünde. Arkadaşlık uygulamalarını kullananların amacı genellikle bir partner bulmak olduğundan, bu amaca ulaşip uygulamadan ayrılıyorlar.

Abonelik bazlı hizmetler gittikçe artıyor ve bir kullanıcı ayda ortalama 20\$ harcıyor. Adjust'ın Abonelik Takibi çözümü ile abonelik funnel'ının tamamını ölçümleyebilirsiniz ve bu verileri ROI'ı artıran Hayat Boyu Değer modelleri oluşturmak için kullanabilirsiniz.

Müşteri yaşam döngüsünü analiz etmek çok önemli. Onları sizin uygulamanıza neyin getirdiğinden, deneme süresini ne zaman başlattıklarından ve her abonenin detaylı yolculuğunu aboneliği iptal edişinden ne zaman yeniden aktifleştirdiğine kadar her şeyi takip etmeniz gerek.

Push bildirimleri, kullanıcıları uygulamaya geri dönmeye motive eden en sağlam kullanıcı tutma stratejisidir. Kullanıcıların motivasyona ne zaman ihtiyaçları olduğunu bildiğinizde, onlarla etkileşim kurmak için mükemmel bir push bildirimi oluşturabilirsiniz.

PUSH BİLDİRİMLERİ 101

Başarılı bir push bildiriminin kritik bileşenleri:

- Bildirimleri kişiselleştirin
- Kullanıcı profillerini segmentlere ayırın
- Bildirimlerin olabilecek en etkili anlarda okunmasını sağlayın
- Farklı cohort'ları test ederek sık sık deneyler yapın
- İyi bir kullanıcı deneyimi için her zaman derin linkler kullanın

Arkadaşlık uygulaması sektöründeki tehlikeler: kullanıcılarınızı korumak

Bir arkadaşlık uygulamasının itibarı için en büyük risk, bot kullanımıdır. Forumlarda, sosyal medyada ve Reddit'teki kullanıcılar, sahte hesapların deneyimlerini çok kötü etkilediklerinden şikayet ediyorlar.

Sahte hesaplar, otomatik olarak büyük bir ölçekte oluşturulurlar ve aşağıdakiler için kullanılırlar:

- Kullanıcıları diğer uygulamalara, yasa dışı veya yetişkin sitelerine ve diğer hoş olmayan sitelere yönlendirmek için spam linkler yaymak.
- Masum insanları dolandırmak.
- Belirli profilleri güçlendirmek için sahte beğeni, izleme ve yorum yapmak.

Adjust's anti-bot solution, Unbotify, has discovered that bots can be one of the most significant factors in ruining an app's reputation. Because their actions are automatic, bots are active for more extended periods and cause substantial damage as they interact with many more users. Unbotify data shows that bots can interact with up to 4,000 profiles within one session.

Siber güvenlik firması Imperva'nın yaptığı araştırmalara göre, [modern web trafiğinin %28.9'unun](#) "kötü niyetli botlara" ya da yanlış bilgi yayan, reklamlara spam yapan ve dolandırıcılık amaçlı hesaplara atfedilebileceğini ortaya çıkardı.

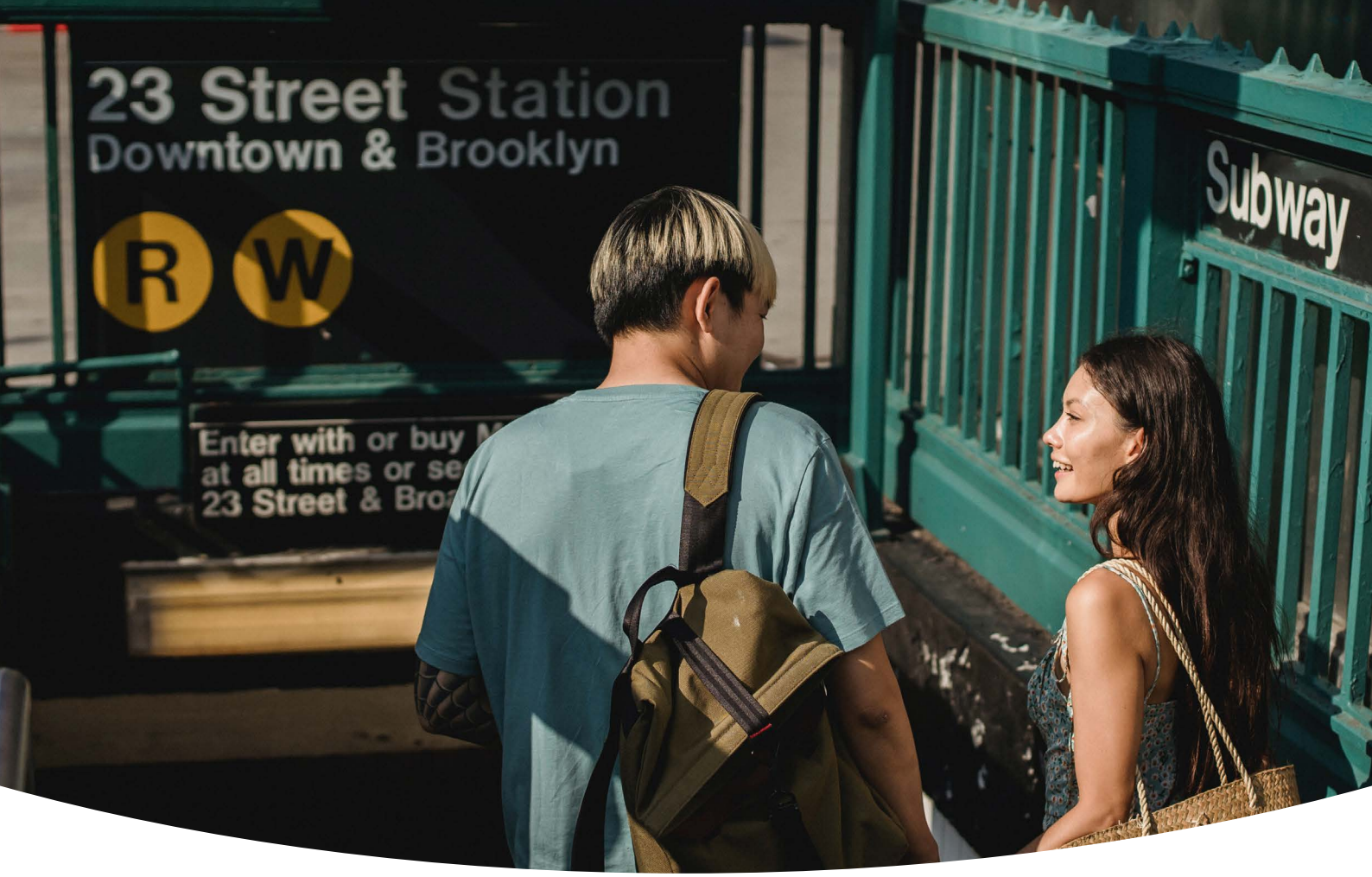
Geniş bot ekonomisinin bir parçası olarak, özellikle arkadaşlık sitelerini hedefleyen botlar sunan ve çok az teknik bilgiye sahip kişilerin bot kullanmasını sağlayan çok sayıda "bot hizmeti" satıcısı var.

Arkadaşlık siteleri kaynaklı siber suçlar da arttı: FBI'ın 2019 Internet Suçları Raporu'na göre, FBI 2019'da toplam 3.5 milyar dolardan fazla kayba neden olan 467.000'den fazla siber suç ihbarı aldı. Bunların yaklaşık 19.473'ü, insanların güvenliğini suistimal eden ve romantik dolandırıcılığın kurbanıydı.

Peki, uygulamanızdaki bot sorunuyla nasıl mücadele edebilirsiniz? İlk adım, kullanıcıların bir bot gördüklerinde bunu size bildirebilecekleri bir raporlama düğmesinin olmasıdır. Bu, kullanıcılarınıza botlarla mücadele gücü verir ve kullanıcı tabanınızı temizlemenize yardımcı olur.

Ancak bot tespiti için altın standart, davranışsal biyometridir. Sensör verilerinden oluşan bir kombinasyon kullanan Unbotify'in machine learning modelleri, sahtecilerin taklit etmesinin neredeyse imkansız olduğu biyometrik göstergelerin bir kombinasyonunu analiz eder. Gerçek kullanıcıların kullanım düzenlerini ve davranışlarını botlardan ayırarak, kullanıcılarınızın botlardan korunduğundan emin olabilirsiniz.





Sektör liderlerinden dersler

Happn

Girişimci Didier Rappaport tarafından 2014 yılında kurulan Happn, potansiyel eşleşmeleri birbirine bağlamak için konum verilerini kullanarak rakiplerinden sıyrılıyor. Uygulama bugün tüm dünyada 80 milyondan fazla kullanıcıya sahip.

Etkili reklamcılık, uygulamanın başarıya yönelik algoritmasında bir faktör olsa da Didier, aynı zamanda arkadaşlık uygulaması sektöründeki büyük ivmelenmenin de başarısında etkili olduğunu düşünüyor. Didier'e göre, "Arkadaşlık uygulamaları, dünyanın her yerinde büyüyen bir sektör."

Happn'ı arkadaşlık sektöründe diğerlerinden ayıran başka bir unsur da, kendinden emin bir genişleme stratejisidir. Happn, Şubat 2014'te Paris'te piyasaya girdi ve bunu sonraki yedi ay içinde Londra, Berlin ve New York izledi. Bu başarılı bir stratejiydi: happn şu anda Hindistan'da en çok indirilen ilk arkadaşlık uygulaması ve Brezilya'da ikinci sırada. Avrupa genelinde ise ilk üçte olmasa bile ilk beşte yer alıyor.

Bu yoğunluk happn için çok önemli çünkü kullanıcıların gerçek hayatta birbirleriyle karşılaşmaları için kullanıcı tabanının kritik bir yoğunluğa ulaşması gerekiyor. [Happn, bu yoğunluğa ulaşmak için hassas pazarlama yapıyor:](#) "Pazarlama hamlelerimiz, uygulamanın ve içerdiği mesajların her zaman her ülkeye ve kültüre hitap etmesini sağlamak için yerleştiriliyor."

Taimi

Taimi, uzun süreli ilişkiler kurmaya ve bir topluluk oluşturmaya odaklanan bir LGBTIQ+ sosyal ağı ve arkadaşlık uygulamasıdır. Piyasaya 2017'de giren Taimi, kısa sürede pazardaki en popüler LGBTIQ+ arkadaşlık uygulamalarından biri haline geldi.

Taimi, video reklamlarına ağırlık veriyor. Bu da, video kampanyalarının etkisini doğru bir şekilde ölçümlemek için doğru ve güvenilir bir görüntüleme attribution'ı gerektiriyor.

- Taimi, kendi verilerinden ve Adjust'ın teknolojilerinden yararlanarak, daha önce organik olarak görünen kuruluşların %12'sinin aslında diğer ücretli kaynaklardan geldiğini belirledi ve kampanyalarından aldıkları değeri yeniden ölçümleyen gelecekteki bütçelerini değerlendirmeleri için önemli veriler edindiler.
- Adjust'ın verileri ayrıca Taimi'nin şirket içi sahtecilik önleme çözümlerini geliştirerek, sahte kuruluşları belirlemek ve ters ibraz sürecini kolaylaştırmak için kurulum zamanlarını ve coğrafi verileri de sağlıyor. Adjust ile entegre olduğundan beri Taimi, sahteciliği %30 azalttı.
- Ücretli kampanyalarının performanslarını daha net gözlemleyerek ve şirket içi sahtecilik önleme çözümlerini güçlendiren Taimi, Adjust ile birlikte çalışmaya başladıktan sonra ROI'ı %5 artırdı.





QuackQuack

QuackQuack, Hindistan bazlı bir arkadaşlık ve çöpçatanlık uygulamasıdır. 2010'daki kuruluşundan bu yana, ülkenin en önde gelen arkadaşlık platformlarından biri haline geldi. COVID-19 karantinaları sırasında günlük yeni kullanıcı sayısında %80 artış gördüler.

Online arkadaşlık platformlarının doğası gereği, bu servislere kadınlardan daha çok erkekler ilgi gösteriyor. Bu yüzden QuackQuack, iki türlü bir kullanıcı kazanma stratejisi uyguluyor: Hem erkekler hem de kadınlar için iki ayrı kampanya yürütüyorlar ve başarılarını ölçümlemek için farklı performans metrikleri kullanıyorlar.

Erkek/kadın oranını dengelemek için ise QuackQuack, erkek kullanıcılar yerine kadın kullanıcıları kazanmaya çalışıyor. Bu nedenle kadınlara yönelik kullanıcı kazanma kampanyaları için funnel metriklerinin en üstünde yer alan kayıt olma oranları gibi metrikleri de ölçümlüyorlar. Aynı zamanda erkeklere yönelik kampanyalar için ROAS gibi funnel'in alt kısmında kalan metriklere de bakıyorlar.



"Yüksek değer sağlayan müşterilere daha anlamlı ve ilgi çekici reklamlar gösterme fırsatını gördük ve bu konuda biraz daha fazla araştırma yapmaya karar verdik. Adjust verileri sayesinde bir sonraki adımımızı daha net belirleyebiliyoruz ve bu yeni ve heyecanlı kanalı keşfediyoruz."

Anil Naik, Dijital Pazarlama Müdürü

Adjust'ın kullanıcı seviyesi maliyet ve ciro raporlamasını kullanmaya başladıktan sonra QuackQuack, yeni bir kanaldan çok sayıda kadın kullanıcı kaydı geldiğini belirledi ve kampanyalarını bu reklam ağında ölçeklendirmek için bütçelerini diğer partnerlerinden bu ağa kaydırarak en iyi sonuçları aldılar.

- Aynı bütçe ile yeni kadın kullanıcı sayısında %45 artış elde ettiler.
- Diğer platformlara göre yeni bir kanalda %20 düşük kullanıcı edinme maliyeti
- Partner-seviyesinde maliyet ve ciro verilerine erişim sayesinde ROAS tabanlı kampanyaların bütçelerini daha akılcı yönetmek

Sonuç

When and how to reach your users is a crucial difference-maker for dating apps. By creating a diversified user acquisition strategy to ensure the right mix of users on your platform, you can ensure that your users get what they most want — dates.

Kullanıcılara push bildirimleri ya da diğer mesajlarla ulaşmak, kullanıcı tutma oranlarını artırmaya yardımcı olabilir ve her kullanıcının LTV'sini maksimum seviyeye çıkarmanızı sağlayabilir. Push bildirimleri derin linklerle birlikte kullanıldığında, kullanıcılarınızla yeniden etkileşim kurmanın çok iyi bir yolu olabilir. İhtiyacınıza göre özel event takibi ve derin linklerin tamamı doğrudan Adjust kontrol panelinizden kurulabilir.

Sektörün büyük oyuncularıyla rekabet eden arkadaşlık uygulamaları için iyi bir üne sahip olmak önemlidir. Kullanıcılarınızın sürekli botlarla karşılaşmasını önlemek, kullanıcı tabanınızla olumlu bir etkileşim sürdürmenizin mükemmel bir yoludur ve sizi diğer uygulamalardan ayırt edici bir faktördür.





YAZARLAR

David Hartery
Kıdemli İçerik Pazarlama Editörü
Adjust
david.hartery@adjust.com

TASARIMCILAR

Nadia Salam
Grafik Tasarımcı, Adjust

MEDYA İLETİŞİM BİLGİLERİ

Joshua Grandy
Adjust PR & İletişim Müdürü, ABD
joshua.grandy@adjust.com

ADJUST HAKKINDA

Adjust, önde gelen bir global uygulama pazarlama platformudur. Mobil uygulama ekonomisinin kalbinde doğan ve teknoloji tutkusuyla büyüyen bu global şirketin dünya genelinde 16 ofisi bulunuyor.

Adjust'ın platformu ölçüm, sahtecilik önleme, siber güvenlik ve pazarlama otomasyonu ürünlerini içeriyor. Bu ürünler, Adjust ile çalışan 50,000'i aşkın uygulama için pazarlamayı daha akıllı ve daha güvenli hale getiriyor. Procter & Gamble, Rocket Internet ve Tencent Games gibi dünya lideri markalar, bütçelerini korumak ve sonuçlarını iyileştirmek için ürünlerine Adjust'ın çözümlerini entegre ettiler.

Adjust, geçen yıl Avrupa'da 2019'un en büyük fonlama turlarından birini gerçekleştirerek yaklaşık 230 milyon dolar yatırım aldı.

Size nasıl yardımcı olabileceğimizi öğrenmek ister misiniz? Şimdi bize ulaşın ve özel durumunuza nasıl uyabileceğimiz ile ilgili bilgi alın

www.adjust.com



[adjust.com](http://www.adjust.com)



[@adjustcom](https://twitter.com/adjustcom)