

K A A N G Ü L T E N

Oyunlaştırma Case Study İncelemesi

MAC



Oyunlaştırmanın
Atası Nedir?

Oyunlardır 😊

BARTLE'IN OYUNCU TİPOLOJİSİ

BARTLE'S PLAYER TYPES – 1996

Killers	Yok Ediciler	Rekabet ve üstünlük kurma arzusu, diğer oyunculara karşı galip gelme motivasyonu.
Achievers	Başaranlar	Hedef ve ödül odaklı oyuncular, başarıya ve ilerlemeye önem verirler.
Socialisers	Sosyalleşenler	Sosyal bağ kurmaya ve etkileşime öncelik veren oyuncular.
Explorers	Kaşifler	Oyun dünyasını keşfetmek, gizli sistemleri ve içerikleri ortaya çıkarmaktan keyif alırlar.

MARC LeBLANC'IN 8 EĞLENCE TİPİ

8 TYPES OF FUN – MDA FRAMEWORK, 2004

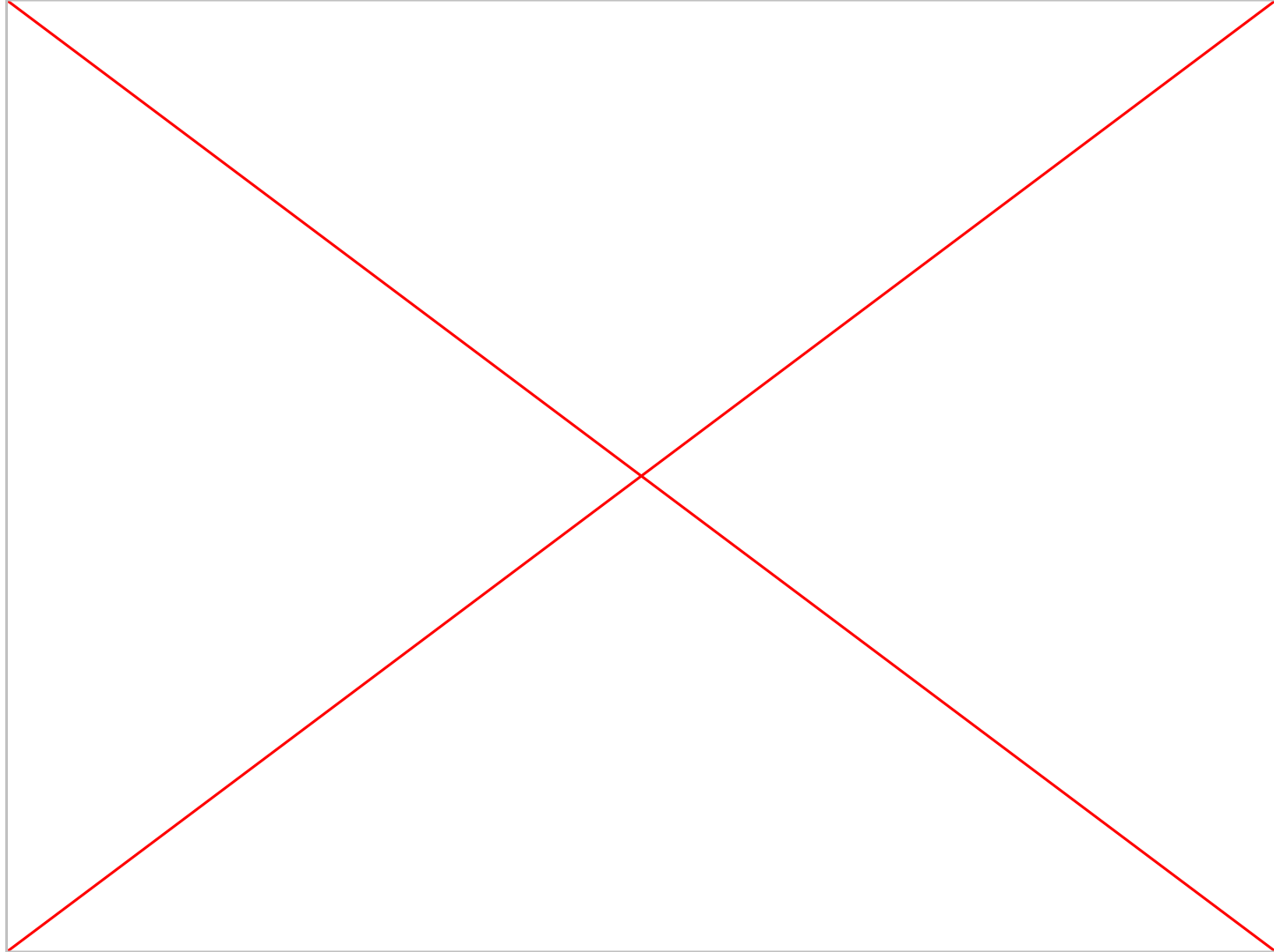
SUBMISSION	TESLİMİYET	Oyunla akış halinde bütünleşmek, ritüel gibi katılmak
NARRATIVE	ANLATI	Hikâye ve olay örgüsüyle duygusal bağ kurmak
FANTASY	FANTEZİ	Gerçek dünyadan kopup hayali bir evrende olmak
SENSATION	DUYUSAL DENEYİM	Ses, görsel ve fiziksel hissiyatlarla tatmin
CHALLENGE	ZORLUK	Engelleri aşmak, ustalaşmak
FELLOWSHIP	YOLDAŞLIK	Başkalarıyla birlikte hareket etmek, aidiyet duygusu
DISCOVERY	KEŞİF	Yeni yerler, bilgiler veya mekanikler bulmak
EXPRESSION	İFADE	Kendi kişiliğini, yaratıcılığını oyun içinde yansıtmak

OYUN MOTİVASYONLARI

JESSE SCHELL – 2008

SURPRISZ	Sürpriz	Beklenmedik olaylarla şaşıрма ve dikkat çekme.
POSSIBILITY	Olasılık	Oyuncuya seçenekler ve farklı yollar sunulması.
THRILL	Heyecan	Tehlike, risk ve adrenalin duygusunun oyunda yaşanması.
HUMOR	Mizah	Güldüren, hafifleten oyun anları.
ANTICIPATION	Beklenti	Heyecanla bir şeyin gerçekleşmesini beklemek.
COMPLETION	Tamamlama	Heyecanla bir şeyin gerçekleşmesini beklemek.

WONDER	Hayranlık	Göz alıcı veya etkileyici sahnelere karşı duyulan büyülenme.
GIFT GIVING	Hediye verme	Oyuncular arası armağanlaşma veya paylaşım.
TRIUMPH OVER ADVERSITY	Zorluğu yenmek	Zor durumları aşmanın getirdiği zafer duygusu.
DELIGHT IN MISFORTUNE	Talihsizliklerden keyif almak	başkasının talihsizliğinden keyif alma (Schadenfreude)
PRIDE IN ACCOMPLISHMENT	Başarıdan gurur duyma	Ulaşılan başarıdan içsel haz alma.



🏆 En Sık Kullanılan Motivatörler ve Anlamları:

Motivatör	Açıklama	Kullanım Örneği (E-ticaret)	
🏆 Achievement (Başarma)	Kullanıcının bir hedefe ulaşması, rozet veya seviye kazanması	Seviye sistemleri, rozetler, puanlama	
🏆 Pride in accomplishment	Tamamlanan görev sonrası duyulan gurur	Sipariş tamamlama sonrası rozet veya "elit üye" seviyesi	
🎁 Gift Giving (Hediyeleşme)	Karşılıklı ödül mekanikleri	Arkadaşını davet et, hediye kupon kazan	
🧩 Challenge (Meydan okuma)	Zorlayıcı ama ulaşılabilir görevlerle kullanıcıyı bağlı tutma	Günlük görevler, "Haftada 5 ürün incele, %10 kupon kazan"	
🔍 Discovery (Keşif)	Yeni ürünleri, kampanyaları veya gizli fırsatları bulma arzusu	"Gizli indirimler seni bekliyor!" gibi keşif teşvikleri	
👥 Fellowship / Socialisers	Sosyal etkileşim ve paylaşımından alınan haz	Ürün yorumları, topluluk sıralamaları, referans programları	
🌟 Surprise (Sürpriz)	Beklenmeyen ödüller veya şansa dayalı deneyim	Sürpriz kutu, "her 10. alışverişe sürpriz hediye"	
🧠 Anticipation (Beklenti)	Bir sonraki adımda ne olacağını merak ettirme	Geri sayım kampanyaları, kutu açılımı animasyonları	
🏁 Completion (Tamamlama)	Bir görev, koleksiyon veya süreci bitirme hazzı	"Profilini %100 tamamla, 50 puan kazan" tipi görevler	



Case Study: MAC+ Mobil Uygulama Oyunlaştırma

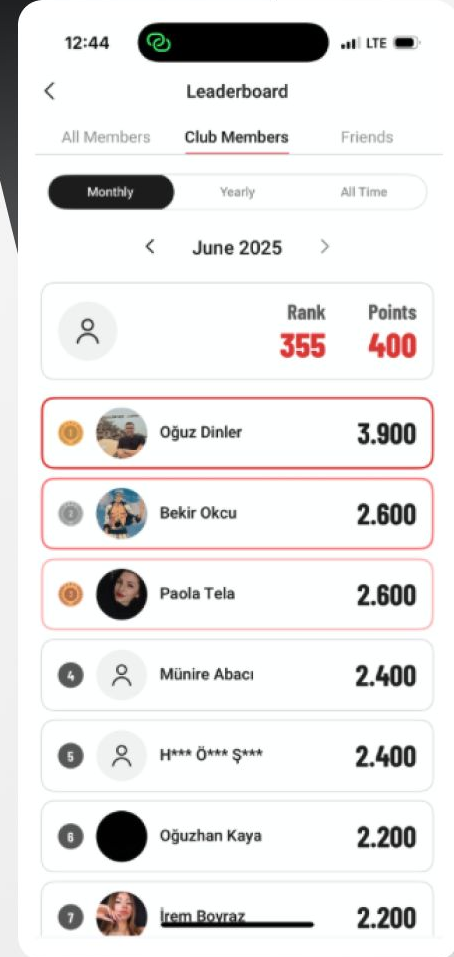
Ana oyun mekanikleri:

- Puanlama
- Rozet
- Seviye sistemi
- Haftalık Streak



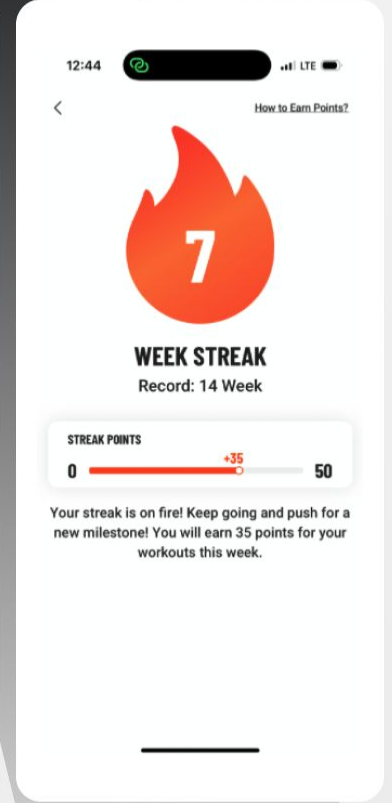
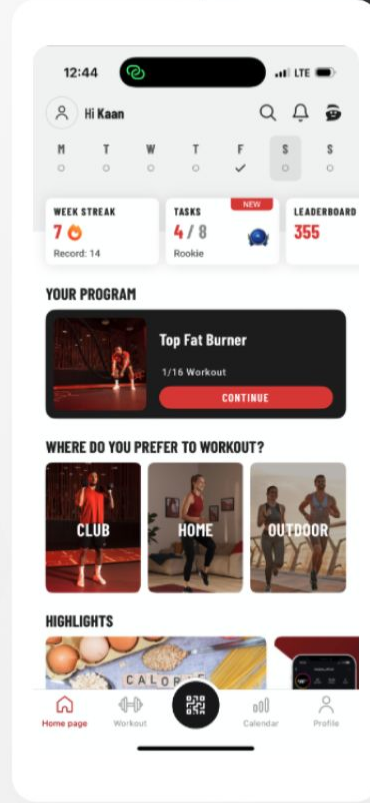
Liderlik Tablosu (Leaderboard)

- Kullanıcılar puana göre sıralanıyor
- Kulüp üyeleri arasında rekabet hissi
- Sadakat, bağlılık artıyor
- [Görsel: Liderlik tablosu ekranı – sıralama ve puanlar]



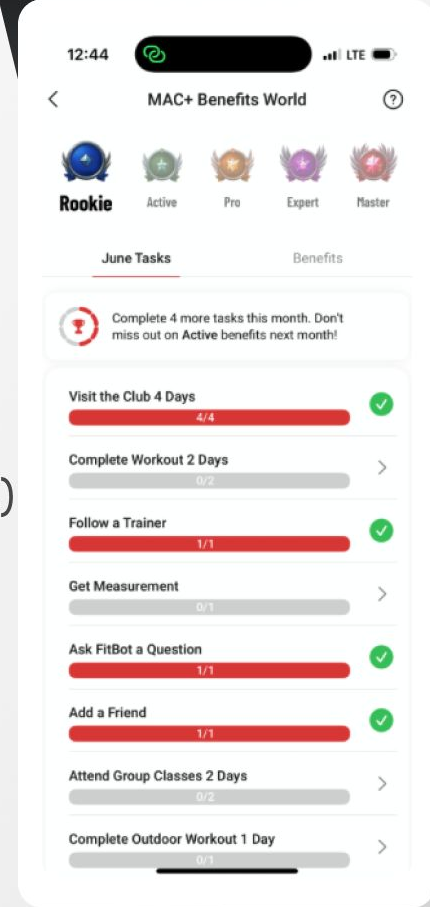
Haftalık Streak

- Haftadan haftaya spor yapma devamı
- "Kırmamak için" motivasyon
- Seriyi devam ettirenler puan kazanır



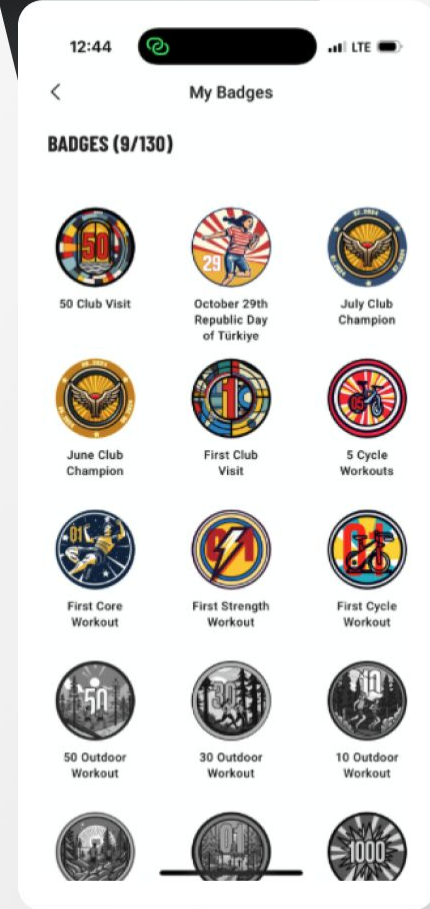
Aylık Görevler & Seviyeler

- Kullanıcıya 8 farklı görev sunulur
- Tamamlayana seviye atlama (Rookie > Active > Pro...)
- Davranış çeşitliliği sağlar
- [Görsel: Görev listesi ekranı]



Rozetler & Başarılar

- 130 rozet - koleksiyon hissi
- Milestone'ları tebrik etme
- Sosyal paylaşım ve vitrin etkisi
- [Görsel: Rozetler ekranı]



MacFit'ten Alınacak Dersler

- Kullanıcı tipine göre çoklu oyun mekaniği
- Erişilebilir ama hedefli sistem
- Sadakat programı gibi görev zinciri
- Düzenli, anlamlı ödüllemenin etkisi

$$\text{Envelope} + \text{Envelope} + \text{Envelope} = 45$$

$$\text{Banana} + \text{Banana} + \text{Envelope} = 23$$

$$\text{Banana} + \text{Clock} + \text{Clock} = 10$$

$$\text{Clock} + \text{Banana} + \text{Banana} \times \text{Envelope} = ?$$

YATIRIM HİKAYESİ

- Sıfırdan Türkiye'nin en büyük spor salonu ağı kuruldu: 127 lokasyon, 1,5 milyon üye.
- Marka pozisyonlamasıyla uyumlu, estetik ve ilham veren kulüpler tasarlandı.
- Yıllık taahhütlü üyelik modeli başlatıldı.
- Gold, Diamond ve Platinum üyeliklerle premium segment geliştirildi.
- MACMedia kurulup kulüp içi reklam satışlarıyla yeni gelir kaynağı yaratıldı.
- Operasyonel mükemmeliyet (temizlik, güvenlik) ile müşteri memnuniyeti ön planda tutuldu.
- Performans ve teşvik sistemleriyle personel verimliliği artırıldı.
- Spor salonu sektöründe örnek dijital dönüşüm gerçekleştirildi:
 - MAC mobil uygulaması geliştirildi.
 - Yapay zeka destekli lokasyon bazlı fiyatlandırma modeli uygulandı.
 - Üyelik yenileme tahmin modeli geliştirildi.
 - Gamification (oyunlaştırma) araçlarıyla bağlılık artırıldı.
 - Davranışsal veriler analiz edilerek kişiye özel dijital üyelik yolculuğu oluşturuldu.
- Aylık üye kaybı oranı %12'den %5,5'e düşürüldü.

ÇIKIŞ

Mayıs 2025'te Polonya merkezli Benefit Systems'e
430 milyon ABD doları üzerinde bir bedelle satıldı.

En Güçlü 5 Motivasyon Ögesi

1. Achievement (Başarma)

2. Challenge (Zorlukla Mücadele)

3. Completion (Tamamlama)

4. Pride in Accomplishment

5. Fellowship / Socialisers

Kendinizi Analiz Edin!

Mobile Oyun

Satın Alma Kararları

K A A N G Ü L T E N

TEŞEKKÜRLER