

«Анализ конкурентов и принятие решения о модели монетизации»

**Выполнил: студент группы ББИ-31
Краснов А.Д.**

Анализ рынка и оценка уровня конкуренции

-Главной особенностью рынка музыкальных сервисов является частичная монополизированность, однако большинство представленных на рынке сервисов работают только с известной популярной музыкой, в то время как прослушивание песен малоизвестных исполнителей представлено лишь опосредовано

В целевой аудитории провайдеры не испытывают недостатка – доступ в сеть пользуется огромным спросом, который только набирает обороты. На сегодняшний день услугой должного качества охвачено лишь около 55% потенциальных клиентов.

Целевая аудитория

- Исключительно физические лица

Матрица SWOT-анализа предприятия

Сильные стороны :

- Неограниченные возможности в поиске
- Низкие цены на стандартные услуги

Слабые стороны:

- Их нет

Возможности:

- Сохранять музыку в кэше
- Закачка через сторонние сайты
- Сортировка найденной музыки

Угрозы:

- Насыщенность рынка
- Правовая угроза

Конкуренты

- Vkmusic
- Яндекс.музыка
- Itunes

Выбранная модель монетизации

- **Freemium** (от [англ. free](#) — бесплатный и [англ. premium](#) — улучшенный, отличающийся более высоким качеством ^[1]) — [бизнес-модель](#), которая заключается в предложении воспользоваться [компьютерной игрой](#), [программным продуктом](#), онлайн-сервисом или услугой бесплатно, в то время как расширенная (улучшенная, премиум) версия продукта, его дополнительная функциональность, или сервисы, другие продукты, связанные с основным, предлагаются за дополнительную плату, на основе популярности основного бесплатного продукта. Бесплатный в данном случае не подразумевает открытый, часто это проприетарные продукты распространяемые бесплатно