«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 музыуи	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