



## **MARKETING DIGITAL 1**

### **DEVOIR N° 2 :**

- 1- Faire l'audit marketing digitale de spotify en vue lui permettre d'améliorer sa position sur le marché.
- 2- Elaborer le marketing mix digital de spotify en vue de lui permettre d'améliorer sa position sur le marché.

**Présenté par le groupe 29.**

**GUE TOMA CHRISTELLE**

**GOGBE GOLOU AÏCHARINE**

**GOÏ JEAN CEBASTIEN**

**N'GOUAN MIDA MODESTE**

**OUATTARA BINDE ANGE**

**ENSEIGNANT**

**- M. KOUASSI ARTHUR EVARISTE**

**Année Académique : 2023-2024**

# **I- AUDIT MARKETING DE LA SITUATION DE SPOTIFY**

## **1- INTRODUCTION**

Spotify est un service de musique en streaming développé en 2006 en suède. Lancé en 2008, elle devient aujourd'hui un leader mondial du streaming musical à Londres grâce à son modèle freemium, ses stratégies Marketing innovantes et son intégration technologique. Depuis le début de l'année 2015, Spotify a un chiffre d'affaire évalué à plus de 5 milliards de dollars, aussi, les investissements de l'entreprise ont été de 1 à 2 milliard de dollars en sept cycles de financement auprès de 17 investisseurs.

## **2- POINTS FORTS OBSERVES**

- a) **Modèle freemium attractif** : le modèle freemium permet d'attirer une large base d'utilisateurs avec une option gratuite, tout en générant des revenus par les abonnements premium et la publicité.
- b) **Technologie et innovation** : Spotify offre une expérience utilisateur fluide et innovante avec des fonctionnalités comme l'écoute hors ligne et les recommandations personnalisées.
- c) **Partenariats stratégiques** : les partenariats avec des entreprises comme Facebook et PlayStation élargissent la portée de Spotify et améliorent l'intégration sociale.
- d) **Forte reconnaissance de la marque** : Spotify est largement reconnu comme le leader du streaming musical, grâce à son historique de campagne marketing efficaces et du Co-Marketing.

## **3- LES FAIBLESSES**

- a) **Dépendance aux abonnements premium** : une grande partie des revenus provient des abonnements premium, ce qui peut être risqué si les utilisateurs gratuits ne se convertissent pas en abonnés payants.
- b) **Marges bénéficiaires réduites** : les paiements de redevance élevés aux artistes et aux maisons de disque réduisent les marges bénéficiaires.
- c) **Retrait des artistes** : des artistes influents comme Taylor Swift ont retiré leur musique des plateformes, ce qui peut affecter l'offre musicale de Spotify.

## **4- LES OPPORTUNITES**

- a) **L'expansion du marché mobile** : avec une utilisation mobile en forte croissance, Spotify peut développer des fonctionnalités spécifiques pour l'utilisateur mobiles pour augmenter l'engagement et les abonnements.

- b) **Nouveaux partenariats** : la formation de nouveaux partenariats avec d'autres grandes marques et plateformes peuvent offrir des opportunités de croissance.
- c) **Diversification des offres** : en développant de nouvelles fonctionnalités ou en offrant des services supplémentaires, Spotify peut attirer un public plus large et augmenter ses revenus.

## **5- LES MENACES**

- a) **La concurrence croissante** : des concurrents comme Apple Music, Google Music et Amazon Prime Music représentent des menaces significatives avec leurs ressources financières et leur base d'utilisateur établie.
- b) **Règlementations** : les changements dans les réglementations de la musique numérique peuvent affecter la manière dont Spotify paie les redevances et exploite son service.
- c) **Évolutions des préférences des consommateurs** : les préférences des consommateurs en matière de musique et de consommation de médias peuvent évoluer rapidement, nécessitant une adaptation continue de la part de Spotify.

## **II- ELABORATION DU MARKETING DIGITAL MIX DE SPOTIFY (4P)**

### **• OPPORTUNITES ET AXES D'AMÉLIORATION :**

- **Produits** : Spotify propose un service de streaming musical avec deux niveaux : gratuit (avec publicités) et premium (sans publicités, avec écoute hors ligne). Les recommandations personnalisées et les playlists générées automatiquement ajoutent une valeur considérable au service.
- **Prix** : le modèle freemium permet d'attirer une large base d'utilisateurs, avec des options payantes à des prix compétitifs. Spotify premium offre des avantages supplémentaires pour un tarif mensuel fixe, créant une incitation à la conversion des utilisateurs gratuits en abonnés payants.
- **Promotion** : Spotify utilise une combinaison de Co-marketing, de partenariats stratégiques, et de campagnes publicitaires innovantes. L'utilisation de formats publicitaires variés tels que ; l'affichage, les vidéos sponsorisés et les playlists personnalisées, aide à augmenter la notoriété de la marque et engager les utilisateurs.
- **Place (Distribution)** : Spotify est accessible via des applications mobiles, des navigateurs web, et des applications de bureau. Les partenariats avec des entreprises technologiques comme PlayStation et Facebook permettent à Spotify de toucher un public plus large à travers différentes plateformes.