



Chapitre 2 : Comment créer de la valeur et la mesurer ?

Corrigé de l'étude de cas sur Spotify

Analyser le modèle économique de Spotify



A l'aide de la vidéo et de vos connaissances répondez aux questions suivantes

1. Analysez le modèle économique de Spotify.

Le modèle économique de Spotify est appelé « *freemium* » et consiste à proposer aux clients une offre gratuite (offre *free*) d'écoute musicale dans un cadre restrictif et de les inciter à investir dans la version complète et payante du service (offre *premium*).

2. Repérez des indicateurs permettant de mesurer la création de valeur de ce modèle économique.

Les indicateurs permettant de mesurer la création de valeur de ce modèle économique sont :

- la valorisation boursière
- le nombre d'utilisateurs dans le monde
- le nombre d'abonnés premium.

3. Expliquez pourquoi le modèle économique de Spotify n'est pas encore rentable.

Le modèle économique de Spotify n'est pas encore rentable car les coûts techniques et les investissements engagés pour attirer de nouveaux abonnés ne sont pas couverts par les recettes de Spotify, reversées à 80 % aux maisons de disques rémunérant les artistes.

4. Quelles sont les solutions envisagées par Spotify pour proposer une nouvelle offre de valeur ?

Spotify envisage plusieurs solutions pour proposer une nouvelle offre de valeur :

- un espace aux stars en devenir afin d'animer leur communauté de fans et surveiller en direct leur succès
- de nouvelles playlists suggérées aux utilisateurs en fonction de leurs goûts afin de les fidéliser
- le lancement d'une enceinte connectée
- une adaptation de l'écoute en voiture ;
- une offre gratuite modifiée avec la suppression du mode de lecture aléatoire et un accès à 15 playlists par jour.