

Perencanaan Pemasaran untuk Spotify Australia = Marketing Plan for Spotify Australia

Amirah Ramadhani, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20525753&lokasi=lokal>

Abstrak

Spotify memasuki pasar Australia pada tahun 2012 dan menjadi platform streaming musik terkemuka dengan lebih dari 8 juta pengguna. Terbukti bahwa Spotify memperoleh beberapa keuntungan dari menjadi pemimpin pasar di industri streaming musik. Namun, di era yang bergerak cepat saat ini, Spotify harus mewaspadai situasi menantang yang mungkin terjadi dari lingkungan internal dan eksternal. Karena tujuan utama Spotify Australia adalah untuk fokus pada pemasaran dan dukungan operasional di dalam negeri, kami telah mengidentifikasi beberapa masalah utama yang dapat mengancam posisi perusahaan dalam industri yang kompetitif ini. Laporan ini juga akan memberikan saran melalui dua strategi pemasaran untuk Spotify, yang mencakup mendukung artis lokal melalui produksi musik mereka di bawah label musik Spotify, dan membuat Spotify Fitness, fitur lain yang dibuat khusus untuk pelanggan Spotify Premium saja.Spotify entered the Australian market in 2012 and became the leading music streaming platform with over 8 million users. It is evident that Spotify gained several advantages from being the market leader in the music-streaming industry. However, in today's fast-moving era, Spotify must be aware of the challenging situations that may occur from internal and external environments. Since the main purpose of Spotify Australia is to focus on marketing and operational supports within the country, we have identified some key issues that may threaten the company's position in this competitive industry. This report will also provide suggestions through two marketing strategies for Spotify, which includes supporting local artists through producing their music under the Spotify music label, and creating Spotify Fitness, another feature made exclusively for Spotify Premium subscribers only.