

محتوای ویدئویی از این هفته به اسپاتیفای می آید - دیجیاتو

Maryam Mousavi | دوشنبه، ۵ بهمن ۱۳۹۴

بنابر گزارش وال استریت ژورنال، اسپاتیفای از این هفته محتوای ویدئویی را هم از طریق اپلیکیشن اندرویدی خود در اختیار کاربرانش می گذارد و آنطور که در گزارشات آمده است، کاربران iOS نیز اواخر هفته آینده این آپدیت را دریافت خواهند کرد.

گفتنی است که این شرکت در ماه می سال قبل خبر داده بود که در نظر دارد محتوای ویدئویی را نیز به سرویس خود اضافه نماید اما ارائه آن زمان زیادی به طول انجامید.

از آن موقع، شرکت مورد بحث، سرویس جدیدش را که صرفاً برای کاربران موبایل ارائه می شد در 4 بازار اصلی خود یعنی ایالات متحده آمریکا، انگلستان، آلمان و سوئد مورد آزمایش قرار داد و Shiva Rajaraman معاونت محصول این شرکت در مصاحبه اخیرش با وال استریت ژورنال اعلام کرد که این شرکت حالا «به پایان مرحله تست» خود رسیده است.

مشخص نیست که در ابتدای فرایند راه اندازی این سرویس چه نوع محتوایی قرار است که در اختیار کاربران اسپاتیفای قرار بگیرد اما سال قبل، این شرکت نام برخی از شرکای خود در این حوزه را اعلام کرد که از آن جمله می توان به Comedy Central، MTV و ESPN اشاره نمود.

وال استریت ژورنال اعلام کرده است که این سرویس در حال حاضر بیشتر کلیپ های کوتاه و سریال معروف *Epic Rap Battles* را ارائه می کند که توسط استودیوی Maker تولید شده است.

Rajaraman اظهار داشت که اسپاتیفای از شرکایش انتظار دارد محتوای خود را برای این سرویس موسیقی بهینه سازی نمایند و در ادامه این محتواهای ویدئویی نیز در قالب گروه هایی نظیر «اخبار هفته» طبقه بندی خواهند شد و در اختیار کاربران قرار می گیرند.

اما یکی از موانع پیش روی این شرکت آن است که کاربران جهانی خود را (حدود 75 میلیون نفر در سرتاسر دنیا از سرویس اسپاتیفای استفاده می کنند که از این میزان 20 میلیون نفرشان مشترکان پولی آن هستند) به تماشای ویدئو روی این اپلیکیشن عادت دهد.

Rajaraman به وال استریت ژورنال اعلام کرد: کاربران اصلی ما طرفداران موسیقی هستند و این افراد لزوماً برای استفاده از سرویس اسپاتیفای به اپلیکیشن وابسته نیستند و به آن نگاه نمی کنند، به همین خاطر، هنوز راهکار مناسبی را برای کنار زدن این چالش در دست نداریم.

گفتنی است که اسپاتیفای برای دریافت امتیاز محتوای تولید شده توسط شرکای خود به آنها پول می پردازد، با این همه، محتوای ویدئویی آن فاقد تبلیغات خواهد بود.

Rajaraman در ادامه گفت: ما قصد داریم با ارائه محتوای ویدئویی، چیزی را در اختیار کاربران خود قرار دهیم که به آن نیاز دارند و با وجود آنکه این سرویس فعلا سودزایی برای ما ندارد، هیچگونه نگرانی از بابت درآمد زایی آن نداریم.

نایب رئیس محصولات اسپاتیفای در ادامه گفت: ما خوب می دانیم که چطور کسب درآمد کنیم و سرویس تازه ما در وهله نخست پاسخی است به نیاز کاربرانمان.

[دیجیاتو](#)