

UPCOMING STRATEGIES OF KEY PLAYERS IN THE STREAMING MARKET

The streaming industry is growing faster and faster, becoming the most popular way of enjoying entertainment. Well-known platforms, such as Netflix and Disney+, have added features like live sports, original shows, and advertisements, making 2022 an important year for streaming services. In order to stay competitive, they must keep improving their offers for user growth.

The current situation is pushing operators to build a more advanced infrastructure that can handle the steadily increasing demands of streaming. IP video streaming is not enough; the process has become more complex, with components that need to be adjusted precisely. This is why video is playing a major role in current digital transformation opportunities. Examples of this can be seen in the **HBO Max/Discovery+ combination**, **Netflix's password-sharing rules** and the rise of ad-supported platforms.

Now, these players must take a more aggressive approach. Let's take a look at some of the different companies that are competing for a greater share of the streaming market.

J.P. Morgan analyst Doug Anmuth has estimated that Netflix's "Basic with Ads" plan will attract 7.5 million subscribers this year alone. The company is looking into new initiatives for the upcoming months, such as the launch of the "Extra Members" feature, an investment in cloud gaming to expand their library, and potential live streaming for unscripted shows and stand-up specials. Mike Verdu, Vice President of Games at



स्ट्रीमिंग बाजार में प्रमुख खिलाड़ियों की आगामी रणनीतियां

स्ट्रीमिंग उद्योग तेजी से लगातार बढ़ता ही जा रहा है, और आज यह मनोरंजन का आनंद लेने का सबसे लोकप्रिय तरीका बनता जा रहा है। जाने-माने प्लेटफॉर्म, जैसे कि नेटफ्लिस्क और डिज्नी प्लस ने लाइव स्पोर्ट्स, ऑरिजनल शो और विज्ञापन जैसी सुविधाएं जोड़ी है, जिससे **2022** स्ट्रीमिंग सेवाओं के लिए एक महत्वपूर्ण वर्ष बन गया। प्रतिस्पर्धी बने रहने के लिए उन्हें उपयोगकर्ता वृद्धि के लिए अपने प्रस्तावों में सुधार करते रहना चाहिए।

वर्तमान स्थिति ऑपरेटरों को अधिक उन्नत बुनियादी ढांचा बनाने के लिए प्रेरित कर रहा है जो स्ट्रीमिंग की लगातार बढ़ती मांग को संभाल सके। आईपी वीडियो स्ट्रीमिंग पर्याप्त नहीं है, प्रक्रिया जटिल हो गयी है, ऐसे घटकों के साथ जिन्हें ठीक से समायोजित करने की आवश्यकता है। यही कारण है कि वीडियो

वर्तमान डिजिटल परिवर्तनों के अवसरों में प्रमुख भूमिका निभा रहा है। इसके उदाहरण **एचबीओ मैक्स/डिस्कवरी प्लस संयोजन**, **नेटफ्लिस्क के पासवर्ड साझा करने के नियमों** और विज्ञापन समर्थित प्लेटफॉर्मों के उदय में देखे जा सकते हैं।

अब इन खिलाड़ियों को और आक्रामक रूख अपनाना होगा। आइये उन कुछ अलग-अलग कंपनियों पर नजर डालें जो स्ट्रीमिंग बाजार में अधिक हिस्सेदारी के लिए प्रतिस्पर्धा कर रहे हैं।

जेपी मॉर्गन के विश्लेषक डैग अनमुथ ने अनुमान लगाया है कि नेटफ्लिस्क की 'बेसिक विथ एड्स' योजना अकेले इस साल 7.5 मिलियन ग्राहकों को आकर्षित करेगी। कंपनी आने वाले महीने के लिए नयी पहलों पर विचार कर रही है, जैसे कि 'अतिरिक्त सदस्य' सुविधा का शुभारंभ, क्लाउड गेमिंग में उनकी लाइवरी के विस्तार करने के लिए निवेश, और अनक्रिप्टेड शो और स्टैंडअप स्पेशल के लिए संभावित लाइव

Netflix, is exploring different options for members to have access on TVs and PCs.

Disney+ initiative in pursuit of reaching 230/260 million subscribers by 2024 involves soon-to-come price hikes on its plans together with the weaving of a wider international coverage that will bring the total to **around 160 countries** by 2023.

In 2023, HBO Max and Discovery+ will join forces to create an all-in-one streaming service called "Max". This upcoming streaming platform has the potential to be a major player in the industry, as the combined subscriber count of the two services associated with it has already surpassed 94.9 million by the end of the third quarter of 2022.

Among the ideas to be developed, WBD (Warner Bros. Discovery) is expected to dedicate its time to planning a **free ad-supported streaming (FAST)** service and pulling over HBO originals as its streaming strategy.

Hulu's ownership is currently under discussion. A potential Disney/Comcast negotiation plan could begin earlier than originally planned in 2024. Bob Chapek, Disney's CEO, has expressed an eagerness to combine the two companies sooner rather than later.

It appears Amazon is again focusing its attention on expanding its content and live sporting events, and reaching a potential agreement with Warner Bros. to offer DC-based animated shows on Prime Video. Rumors also suggest the platform could be taking a risk by launching theatrical films, requiring a significant amount of financial input.

As the market continues to expand, with a projected growth rate of **USD 1,690.35 billion by 2029**, businesses must remain creative and adaptive in order to stay ahead of the competition and secure user base growth. Engaging in innovative strategies and responding to customer needs are essential elements of long term success in the market. Companies should be constantly researching and developing new ways to meet customer demands, or risk being left behind in the race for customer acquisition. ■

स्ट्रीमिंग | नेटफ्लिक्स में खेलों के उपाध्यक्ष माइक वेरडू सदस्यों के लिए टीवी और पीसी पर पहुंच के लिए विभिन्न विकल्पों की खोज कर रहे हैं।

2024 तक 230/260 मिलियन ग्राहकों तक पहुंचने की कोशिश में डिज्नी प्लस पहल में व्यापक अंतरराष्ट्रीय कवरेज की बुनाई के साथ-साथ अपनी योजनाओं पर जल्द ही आने वाली कीमतों में बढ़ोतरी शामिल है जो **2023 तक कुल लगभग 160 देशों** तक पहुंच जायेगी।

2023 में एचबीओ मैक्स और डिस्कवरी प्लस 'मैक्स' नामक एक ऑल इन वन स्ट्रीमिंग सेवा बनाने के लिए साथ आयेगे। इस आगामी स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म में उद्योग में एक प्रमुख खिलाड़ी बनने की क्षमता है, क्योंकि इससे जुड़ी दो सेवाओं की संयुक्त ग्राहक संख्या **2022** की तीसरी तिमाही के अंत तक पहले ही **49.9** मिलियन को पार कर चुकी है।

विकसित किये जाने वाले विचारों में डब्ल्यूबीडी (वॉर्नर ब्रदर्स डिस्कवरी) से उम्मीद की जाती है कि वह अपना समय **मुफ्त विज्ञापन समर्थित स्ट्रीमिंग (एफएएसटी)** सेवा की योजना बनाने और एचबीओ मूल को अपनी स्ट्रीमिंग रणनीति के रूप में खींचने के लिए समर्पित करेगा।

हूलू का स्वामित्व इस समय चर्चा में है। एक संभावित डिज्नी/कॉमकास्ट वार्ता योजना मूल रूप से **2024** में नियोजित की तुलना में पहले शुरू हो सकती है। डिज्नी के सीईओ बॉब चैपेक ने दोनों कंपनियों को जल्द से जल्द गठबंधन करने की उत्सुकता व्यक्त की है।

ऐसा प्रतीत होता है कि अमेज़ॉन फिर से अपना ध्यान अपनी सामग्री और लाइव खेल आयोजनों के विस्तार पर केंद्रित कर रहा है और प्राइम वीडियो पर डीसी आधारित एनिमेटेड शो की पेशकश करने के लिए वॉर्नर ब्रदर्स के साथ एक संभावित समझौते पर पहुंच रहा है। अफवाहें यह भी बताती हैं कि नाटकीय फिल्मों को लॉन्च करके प्लेटफॉर्म जोखिम उठा सकता है जिसके लिए महत्वपूर्ण मात्रा में वित्तीय इनपुट की आवश्यकता होती है।

जिस तरह बाजार का विस्तार जारी है, उससे यह **2029 तक 1690.35 बिलियन अमेरिकी डॉलर** की अनुमानित विकास दर के साथ प्रतिस्पर्धा में आगे रहने और उपयोगकर्ता आधार वृद्धि को सुरक्षित करने के लिए व्यावसायों को रचनात्मक और अनुकूल रहना चाहिए। नवीन रणनीतियों में संलग्न होना और ग्राहकों की जरूरतों का जवाब देना बाजार में दीर्घकालिक सफलता के आवश्यक तत्व हैं। ग्राहकों की मांग को पूरा करने के लिए कंपनियों को लगातार शोध और नये तरीके विकसित करना चाहिए, या ग्राहक अधिग्रहण की दौड़ में पीछे रह जाने का जोखिम उठाना चाहिए। ■



WARNER BROS. DISCOVERY