

NETFLIX STAGES AMAZING TURNAROUND

Netflix has staged a remarkable comeback in India and despite stiff competition from Amazon Prime and Disney. Netflix had a bad phase in 2022 with subscribers dropping out.

Netflix strength stems from its content library.

They have stuck to providing premium content rather than going in the model of the studio businesses.

In the third quarter, Netflix recently added nearly 9 million new subscribers worldwide, exceeding the various forecasts. The OTT platform has projected a similar level of subscriber additions for the current quarter. Netflix's global subscriber count stood at approximately 247 million.

"Over 70% of our members are now outside the US and we offer more and more great, authentic, local stories to further satisfy them and grow engagement in these regions. We are now producing or co-producing in over 50 countries and languages with the goal of delighting local audiences. In Q3, we saw big hits in every region and across multiple genres," Netflix said in a regulatory filing.

It also went on to point out that given that the cancel reaction continues to be low, exceeding Netflix's expectations, and borrower households converting into full-paying memberships are demonstrating healthy retention, the OTT platform's revenue remains positive in every region when accounting for the additional spin-off accounts and extra members, churn and changes to its plan mix.

The OTT player's immediate priority is building its ad membership so that Netflix becomes an essential buy for advertisers, which is key for advertising to become material to its business. ■

अदभुत बदलाव आया है नेटफ्लिस्क में

अमेजन प्राइम और डिज्नी से कड़ी प्रतिस्पर्धा के बावजूद नेटफ्लिस्क ने भारत में उल्लेखनीय वापसी की है। 2022 में नेटफ्लिस्क का बुरा दौर रहा है और सब्सक्राइवर में काफी कमी आयी थी।

नेटफ्लिस्क की ताकत उसकी कंटेंट लाइब्रेरी से आती है।

वे स्टूडियो व्यवसाय के मॉडल में जाने के बजाय प्रीमियम सामग्री प्रदान करने पर अड़े हुए हैं।

तीसरी तिमाही में, नेटफ्लिस्क ने हालही में विभिन्न पूर्वानुमानों को पार करते हुए दुनिया भर में लगभग 9 मिलियन ग्राहक जोड़े हैं। ओटीटी प्लेटफॉर्म ने चालू तिमाही के लिए ग्राहकों की संख्या में वृद्धि का समानस्तर का अनुमान लगाया है। नेटफ्लिस्क की वैश्विक ग्राहक संख्या लगभग 247 मिलियन थी।

‘हमारे 70% से अधिक सदस्य अब अमेरिका से बाहर हैं और हम उन्हें संतुष्ट करने और इन क्षेत्रों में जुड़ाव बढ़ाने के लिए अधिक बेहतरीन, प्रामाणिक, स्थानीय कहानियां पेश करते हैं। हम स्थानीय दर्शकों को खुश करने के लक्ष्य के साथ 50 से अधिक देशों और भाषाओं में सह निर्माण या निर्माण कर रहे हैं। नेटफ्लिस्क ने एक नियामक फाइलिंग में कहा है कि तीसरी तिमाही में हमने हर क्षेत्र में और कई शैली में बड़ी हिट देखी है।

इसमें यह भी बताया गया है कि यह देखते हुए कि रद्द करने की प्रतिक्रिया कम बनी हुई है, नेटफ्लिस्क की अपेक्षाओं से अधिक है और पूर्ण भुगतान वाली सदस्यता में परिवर्तित होने वाले उधारकर्ता परिवार स्वस्थ प्रतिधारण का प्रदर्शन कर रहे हैं, अतिरिक्त स्पिन-ऑफ खातों और अतिरिक्त सदस्यों, मंथन और इसके योजना मिश्रण में बदलाव के लिए लेखांकन करते समय ओटीटी प्लेटफॉर्म का राजस्व हर क्षेत्र में सकारात्मक रहता है।

ओटीटी प्लेयर की तत्काल प्राथमिकता अपनी विज्ञापन सदस्यता का निर्माण करना है, ताकि नेटफ्लिस्क विज्ञापनदाताओं के लिए एक आवश्यक खरीद बन जाये, जो विज्ञापन को उसके व्यवसाय के लिए महत्वपूर्ण बनाता है। ■

