

DISCOVERY'S NEW MARKETING STRATEGY

Discovery has unveiled a new marketing strategy where it plans to bring together creative solutions from sport and the Olympic Games to the broadest range of real life entertainment categories including Home, Adventure, Travel, Food, Nature, Environment and Science

As part of the new strategy all brand partners across its international markets will unite the company's sports offering with its real life entertainment portfolio into a single proposition.

This is a smart strategy and gives brand partners the access to all of Discovery's rich content, on all of its platforms, across every global market, through one central buying point. Clients can now connect with Discovery's entire audience through any of its offerings, and its multi-sport brand Eurosport and passion verticals such as the Global Cycling Network (GCN).

Mike Rich, Head of Sports Marketing Solutions at Eurosport, said, "Today is a monumental step for our sports offer as we fully unify our international marketing solutions and advertising-sales within the broader offering of the Discovery family. We believe this will further strengthen our market-leading proposition and help brands tell their stories at scale, supporting them to deliver against communications goals which positively impacts their business objectives."

"As we head towards back-to-back Olympic Games and deliver the international rollout of discovery+, our partners can now fully take advantage of an enhanced marketing solutions offer which connects sport to the most comprehensive range of real life categories, including home, adventure, travel, food, nature, environment and science. This not only offers more ways to inform, fascinate and inspire, but allows brands to call on us to engage both the most passionate and broadest audiences they want to target." ■



MIKE RICH,

डिस्कवरी की नयी मार्केटिंग रणनीति

डिस्कवरी ने एक नयी मार्केटिंग नीति का खुलासा किया है जहां यह खेल और ओलंपिक खेलों से रचनात्मक समाधानों को एक साथ लाने की योजना बना रही है जिसमें होम एडवेंचर, यात्रा, खाद्य, प्रकृति, पर्यावरण और विज्ञान सहित वास्तविक जीवन मनोरंजन श्रेणियों की व्यापक रेंज शामिल है।

नयी रणनीति के हिस्से के रूप में अंतरराष्ट्रीय बाजारों में सभी ब्रांड भागीदार अपने वास्तविक जीवन मनोरंजन पोर्टफोलियो के साथ कंपनी के खेल पेशकश को एक प्रस्ताव में एकजुट करेगी। यह एक स्मार्ट रणनीति है और ब्रॉन्ड भागीदारों को डिस्कवरी की समृद्ध सामग्री उसके सभी प्लेटफॉर्मों पर हर वैश्विक

बाजारों में एक केंद्रीय खरीद बिंदु के माध्यम से पहुंच प्रदान करता है। ग्राहक अब डिस्कवरी के पूरे उपभोक्ताओं के साथ उसके किसी भी ऑफरिंग और उसके किसी भी खेल ब्रांड यूरो स्पोर्ट और पैशन वर्टिकल जैसे ग्लोबल साइकलिंग नेटवर्क (जीसीएन) के माध्यम से जुड़ सकेंगे।

यूरोस्पोर्ट्स के खेल मार्केटिंग उपाय के प्रमुख माइक रिच ने कहा कि 'आज हमारे खेल ऑफर के लिए शानदार कदम है क्योंकि हम डिस्कवरी परिवार की व्यापक पेशकश के भीतर अपने अंतरराष्ट्रीय मार्केटिंग समाधान और विज्ञापन विक्री को पूरी तरह एकीकृत करते हैं। हमें विश्वास है कि यह हमारे बाजार की अग्रणी प्रवृत्ति को और मजबूत करेगा और ब्रांडों को अपनी कहानियों को बताने में मदद करेगा, जिससे उन्हें संचार लक्ष्यों के खिलाफ वितरित करने में मदद मिलेगी जो उनके व्यवसायिक उद्देश्यों को सकारात्मक रूप से प्रभावित करते हैं। 'जैसा कि हम बैक टू बैक ओलंपिक खेलों की ओर बढ़ रहे हैं और डिस्कवरी प्लस के अंतरराष्ट्रीय प्रस्तुतिकरण को डिलिवर कर रहे हैं, हमारे साथी

अब पूरी तरह से एक बड़े विपणन समाधान प्रस्ताव का लाभ उठा सकते हैं जो खेल को वास्तविक जीवन श्रेणियों की सबसे व्यापक श्रेणी में जोड़ता है, जिसमें घर, साहसिक काम, यात्रा, भोजन, प्रकृति, पर्यावरण और विज्ञान शामिल है। यह न केवल सूचना देने, मोहित करने और प्रेरित करने के लिए और अधिक तरीका प्रदान करता है बल्कि ब्रांडों को हम उन सबसे आवेश पूर्ण और व्यापक दर्शकों को शामिल करने के लिए कॉल करने की अनुमति देता है जिन्हें वे लक्षित करना चाहते हैं। ■