

PRIME VIDEO'S EXPANDING PLAYBOOK: KELLY DAY AND GAURAV GANDHI OUTLINE GLOBAL AND INDIA STRATEGIES

India is one of the largest original content hubs outside the U.S. 25% of Prime Video India's content consumption comes from outside India. India was the first to launch mobile-only and multi-tier Prime plans and content available in 10 Indian languages

Prime Video's top leadership Kelly Day, Head of International & Vice President, and Gaurav Gandhi, Vice President, Asia Pacific & MENA—offered a compelling look into the platform's evolving global strategy and India-first innovations. The two executives share their perspectives on how Prime Video is not only shaping the future of streaming but also redefining what it means to be an all-encompassing entertainment destination.

BALANCING THEATRICAL MAGIC WITH STREAMING CONVENIENCE

Kelly Day underscored Prime Video's belief in a hybrid content ecosystem that balances theatrical releases with on-demand streaming. "We understand that people are selective about what they choose to watch in the theatre, but we think the opportunity to bring audiences together for a theatrical experience is still pretty magical," she said. Affirming the company's commitment to the big screen, she revealed that Prime Video aims to produce 14–15 titles annually for global theatrical distribution.

Day emphasized that experimentation is key: "We're going to continue to experiment to make sure that we not

प्राइम वीडियो की विस्तारित प्लेबुक: केली डे और गौरव गांधी ने वैश्विक और भारतीय रणनीतियों की रूपरेखा तैयार की

भारत अमेरिका के बाहर सबसे बड़े ऑरिजनल कंटेंट हब में से एक है। प्राइम वीडियो इंडिया की 25% कंटेंट खपत भारत से बाहर से आती है। भारत ने मोबाइल ओनली और मल्टी टियर प्राइम प्लान और 10 भारतीय भाषाओं में उपलब्ध कंटेंट लॉन्च करने वाला पहल देश बना।



KELLY DAY
HEAD OF INTERNATIONAL &
VICE PRESIDENT, PRIME VIDEO

प्राइम वीडियो के शीर्ष नेतृत्व-केली डे, हेड ऑफ इंटरनेशनल व वाइस प्रेसिडेंट, और गौरव गांधी, वाइस प्रेसिडेंट, एशिया पैसिफिक और एमईएनए- ने प्लेटफॉर्म की विकसित होती वैश्विक रणनीति और भारत प्रथम नवाचारों पर एक आकर्षक नजर डाली। दोनों अधिकारियों ने अपने दृष्टिकोण साझा किये कि कैसे प्राइम वीडियो न केवल स्ट्रीमिंग के भविष्य को आकार दे रहा है, बल्कि एक सर्व व्यापी मनोरंजन गंतव्य होने का क्या मतलब है, इसे भी फिर से परिभाषित किया जा रहा है।

स्ट्रीमिंग सुविधा के साथ थियेटर के जादू को संतुलित करना

केली डे ने प्राइम वीडियो के हाइब्रिड कंटेंट इकोसिस्टम में विश्वास को रेखांकित किया जो थियेटर रिलीज को ऑन डिमांड स्ट्रीमिंग के साथ संतुलित करता है। उन्होंने कहा, 'हम समझते हैं कि लोग थियेटर में क्या देखना पसंद करते हैं, इस बारे में वे चयनात्मक होते हैं, लेकिन हमें लगता है कि दर्शकों को थियेटर अनुभव के लिए एकसाथ लाने का अवसर अभी भी काफी जादुई है।' बड़े पर्दे के लिए कंपनी की प्रतिबद्धता की पुष्टि करते हुए उन्होंने खुलासा किया कि प्राइम वीडियो का लक्ष्य वैश्विक थियेटर वितरण के लिए सालाना 14–15 टाइटिल बनाना है।

डे ने इस बात पर जोर दिया कि प्रयोग करना महत्वपूर्ण है: 'हम यह सुनिश्चित करने के लिए प्रयोग करना जारी रखेंगे कि हम न केवल

only maximize the opportunity around the films but also deliver them to customers wherever they want to watch them.”

BUILDING A ONE-STOP ENTERTAINMENT HUB

The conversation quickly pivoted to Prime Video’s broader goal of becoming a comprehensive entertainment hub. “We want to be the first place people think of when they want to watch something,” Day explained. “It’s about making sure customers can find anything they want—whether it’s through our own content or through a robust network of partner channels.”

Gaurav Gandhi elaborated on how this vision is taking shape in India: “We already have 25+ channel partners in India and are expanding. Globally, this number runs into the hundreds. India is an important testbed for innovation in this model.”

INNOVATING FOR THE INDIAN VIEWER

India’s strategic importance was a recurring theme throughout the discussion. Gandhi described it as a dual engine of growth—both in terms of customer acquisition and content creation. “India has one of the largest original content slates outside the U.S. Nearly 25% of viewing for this content comes from outside India,” he shared.

India is also leading in product innovation. “It was among the first countries where we launched a mobile-only plan. Today, it’s the only country with multiple tiers—Prime, Prime Lite, and others—allowing us to segment offerings for different customer needs.”

Language diversity, Gandhi noted, is another core advantage: “We program in 10 Indian languages, encouraging customers to consume content in their language of choice while also nudging them to explore others. This unique approach is helping us build a replicable global playbook.”

GLOBAL FOOTPRINT, LOCAL ROOTS

Touching on Prime Video’s distinctive global footprint, Day noted, “We operate in over 200 countries and territories. In around 25 of those, Prime Video is part of the broader Prime bundle that includes shipping, music, and gaming benefits. In the rest, it’s a standalone service.” This dual model allows for flexibility in how the platform scales and adapts across different markets. ■

फिल्मों के संबंध में अवसरों का अधिकतम लाभ उठा सकें, बल्कि उनकों ग्राहकों तक भी पहुंचा सकें, जहां भी वे उन्हें देखना चाहते हैं।

वन स्टॉप इंटरटेनमेंट हब का निर्माण

वातचीत जल्दी ही प्राइम वीडियो के व्यापक मनोरंजन हब बनाने के व्यापक लक्ष्य पर केंद्रित हो गयी। डे ने बताया ‘हम वह पहली जगह बनाना चाहते हैं जिसके बारे में लोग तब सोचते हैं जब वे कुछ देखना चाहते हैं।’ यह सुनिश्चित करने के बारे में कि ग्राहक जो चाहें पा सकें—चाहे वह हमारी अपनी सामग्री के माध्यम से हो या भागीदार चैनलों के एक मजबूत नेटवर्क के माध्यम से हो।’

गौरव गांधी ने विस्तार से बताया कि भारत में यह विजन किस तरह आकार ले रहा है ‘हमारे पास भारत में पहले से ही 25 प्लस चैनल पार्टनर हैं और हम विस्तार कर रहे हैं। वैश्विकस्तर पर यह संख्या सैकड़ों में है। इस मॉडल में नवाचार के लिए भारत एक महत्वपूर्ण परीक्षणस्थल है।’

भारतीय दर्शकों के लिए नवाचार

भारत का रणनीतिक महत्व चर्चा के दौरान एक आवर्ती विषय

था। गांधी ने इसे विकास के दोहरे इंजन के रूप में वर्णित किया—ग्राहक अधिग्रहण और सामग्री निर्माण दोनों के संदर्भ में। उन्होंने साझा किया ‘भारत में यूएस के बाहर सबसे बड़ी मूल सामग्री स्लैट है। इस सामग्री का देखने का लगभग 25% हिस्सा भारत के बाहर से आता है।’

भारत उत्पाद नवाचार में अग्रणी है। ‘यह उन पहले देशों में से था जहां हमने मोबाइल ओनली प्लान लॉन्च किया था। आज, यह एकमात्र ऐसा देश है जहां कई टियर हैं—प्राइम, प्राइम लाइट और अन्य—जो हमें अलग-अलग ग्राहकों की जरूरतों के हिसाब से ऑफरिंग को सेगमेंट करने की अनुमति देते हैं।’

गांधी ने कहा ‘भाषा विविधता एक और मुख्य लाभ है, हम 10 भारतीय भाषाओं में कार्यक्रम करते हैं, ग्राहकों को उनकी पसंद के भाषा में सामग्री का उपभोग करने के लिए प्रोत्साहित करते हैं, साथ ही उन्हें अन्य भाषाओं को भी तलाशने के लिए प्रेरित करते हैं। यह अनूठा दृष्टिकोण हमें एक अनुकरणीय वैश्विक प्लेबुक बनाने में मदद कर रहा है।’

वैश्विक पदचिह्न, स्थानीय जड़ें

प्राइम वीडियो के विशिष्ट वैश्विक पदचिह्न पर बात करते हुए डे ने कहा कि ‘हम 200 से अधिक देशों और क्षेत्रों में काम करते हैं। उनमें से लगभग 25 में, प्राइम वीडियो व्यापक प्राइम बंडल का हिस्सा है जिसमें शिपिंग, संगीत और गेमिंग लाभ शामिल हैं। बाकी में, यह एक स्टैंडअलोन सेवा है।’ यह दोहरा मॉडल प्लेटफॉर्म को अलग-अलग बाजारों में स्केल और अनुकूलित करने के तरीके में लचीलापन देता है। ■



GAURAV GANDHI
VICE PRESIDENT, ASIA PACIFIC
& MENA, PRIME VIDEO