



TATA PLAY NEW COLLABORATION

Tata Play Binge's collaboration with DistroTV expands the streaming options available to subscribers, with over 200 live channels covering a wide range of genres. This partnership aligns with Tata Play's commitment to offering diverse content to its audience, enhancing the viewing experience across different devices. The addition of DistroTV's multicultural channels, including Indian content, further enriches the platform's content library, catering to varied tastes and preferences.

Tata Play's Chief Commercial and Content Officer, Pallavi Puri, said, "We are thrilled to embark on this content partnership journey with DistroTV. Now with just 1 Tata Play Binge subscription, our customers can access DistroTV's impressive and diverse range of 200+ Indian and International channels and over 30 OTT apps, across languages and genres, across smartphones, CTVs, and online."

JIOCINEMA'S NEW STRATEGY

JioCinema's launch of ad-free subscription services, including a family plan, provides users with enhanced viewing experiences at competitive pricing. The focus on delivering premium entertainment content in high quality, coupled with offline viewing options, reflects JioCinema's efforts to cater to the evolving preferences of Indian households. The continuation of free sports content, such as the IPL, alongside subscription offerings, ensures a balanced entertainment offering for users.

Kiran Mani, CEO, Viacom18 Digital said, "Creating and building an entertainment ecosystem with a product that is made for every Indian household, is not just a business strategy, but a vision to empower our country and users with an unmatched entertainment experience. JioCinema Premium aims to redefine the narrative of premium entertainment for every Indian while building a daily viewing habit."



JioCinema

टाटा प्ले का नया सहयोग

डिस्ट्रोटीवी के साथ टाटा प्ले बिंज का सहयोग ग्राहकों के लिए उपलब्ध स्ट्रीमिंग विकल्पों का विस्तार करता है, जिसमें 200 से अधिक लाइव चैनल विभिन्न शैलियों को कवर करते हैं। यह साझेदारी अपने दर्शकों के विविध सामग्री की पेशकश करने, विभिन्न उपकरणों पर देखने के अनुभव को बढ़ाने की टाटा प्ले की प्रतिबद्धता के अनुरूप है। भारतीय सामग्री सहित डिस्ट्रोटीवी के बहुसांस्कृतिक चैनलों का जुड़ाव, विभिन्न स्वादों और प्राथमिकताओं को पूरा करते हुए प्लेटफॉर्म की सामग्री लाइब्रेरी को और समृद्ध करता है।

टाटा प्ले की मुख्य वाणिज्यिक और सामग्री अधिकारी पल्लवी पुरी ने कहा 'हम डिस्ट्रोटीवी के साथ इस सामग्री साझेदारी यात्रा शुरू करने के लिए रोमांचित हैं। अब सिर्फ 1 टाटा प्ले बिंज सब्सक्रिप्शन के साथ हमारे ग्राहक, स्मार्टफोन, सीटीवी और ऑनलाइन विभिन्न भाषाओं और शैलियों में 200 से अधिक भारतीय और अंतरराष्ट्रीय चैनलों और 30 से अधिक ओटीटी ऐप्स की डिस्ट्रोटीवी की प्रभावशाली और विविध रेंज तक पहुंच सकते हैं।

जियो सिनेमा की नयी रणनीति

जियो सिनेमा द्वारा पारिवारिक योजना सहित विज्ञापन मुक्त सदस्यता सेवाओं का लॉन्च, उपयोगकर्ताओं को प्रतिस्पर्धा मूल्य पर बेहतर देखने का अनुभव प्रदान करता है। ऑफलाइन देखने के विकल्पों के साथ उच्च गुणवत्ता में प्रीमियम मनोरंजन सामग्री प्रदान करने पर ध्यान, भारतीय घरों की बढ़ती प्राथमिकताओं को पूरा करने के लिए जियो सिनेमा के प्रयास को दर्शाता है। सदस्यता पेशकशों के साथ-साथ आई पीएल जैसी मुफ्त खेल सामग्री की निरंतरता उपयोगकर्ताओं के लिए एक संतुलित मनोरंजन पेशकश सुनिश्चित करती है। वायाकॉम 18 डिजिटल की सीईओ किरण मीणा ने कहा 'प्रत्येक भारतीय घर के लिए बने उत्पाद के साथ एक मनोरंजन पारिस्थितिकी तंत्र का निर्माण और बनाना, केवल एक व्यावसायिक रणनीति नहीं है, बल्कि एक बेजोड़ मनोरंजन अनुभव के साथ हमारे देश और उपयोगकर्ताओं को सशक्त बनाने का एक दृष्टिकोण है। जियो सिनेमा प्रीमियम का लक्ष्य दैनिक देखने की आदत बनाते हुए प्रत्येक भारतीय के लिए प्रीमियम मनोरंजन की कहानी को फिर से परिभाषित करना है।



NETFLIX GROWTH CONTINUES

Netflix's significant subscriber growth in the first quarter underscores its continued dominance in the streaming industry. The decision to shift away from quarterly subscriber reporting reflects a strategic shift towards focusing on key business metrics. Netflix's success with ad-supported plans and its plans for future growth, including content expansion and advertising initiatives, demonstrate its commitment to innovation and adaptation in a competitive market.

According to Co-Chief Executive Greg Peters, "This change is really motivated by wanting to focus on what we see are the key metrics that we think matter most to the business."

ELON MUSK'S TV ENTRY

Elon Musk's X entering the television space with a dedicated TV app marks a significant move in the media landscape. With plans to launch on smart TVs soon, X aims to compete with established players like YouTube, leveraging its existing user base and growing demand for video content. Musk's vision of transforming X into an "everything app" underscores ambitious plans for diversification and expansion beyond traditional social media platforms.



AMAZON'S REGIONAL THRUST

Amazon miniTV's expansion of dubbed shows in Tamil and Telugu languages enhances accessibility and engagement for viewers in South India. The diverse lineup, including originals, Hollywood movies, and international shows, reflects Amazon miniTV's commitment to catering to the linguistic and cultural preferences of its audience. This move is likely to strengthen Amazon miniTV's position in the competitive OTT market, driving user engagement and retention. ■

नेटफ्लिस्क का विकास जारी

पहली तिमाही में नेटफ्लिस्क की महत्वपूर्ण ग्राहक वृद्धि स्ट्रीमिंग उद्योग में इसके निरंतर प्रभुत्व को रेखांकित करता है। त्रैमासिक ग्राहक रिपोर्टिंग से दूर हटने का निर्णय प्रमुख व्यावसायिक मैट्रिक्स पर ध्यान केंद्रित करने की दिशा में एक रणनीतिक बदलाव को दर्शाता है। विज्ञापन समर्थित योजनाओं और सामग्री विस्तार और विज्ञापन पहल सहित भविष्य के विकास के लिए इसकी योजनाओं के साथ नेटफ्लिस्क की सफलता, प्रतिस्पर्धी बाजार में नवाचार और अनुकूलन के प्रति इसकी प्रतिबद्धता को प्रदर्शित करती है।

सह-मुख्य कार्यकारी ग्रेग पीटर्स के अनुसार 'यह परिवर्तन वास्तव में उन प्रमुख मैट्रिक्स पर ध्यान केंद्रित करने की इच्छा से प्रेरित है जो हम देखते हैं कि हम व्यवसाय के लिए सबसे अधिक मायने रखते हैं।

एलोन मास्क की टीवी क्षेत्र में प्रवेश

एलोन मास्क के एक्स का एक समर्पित टीवी ऐप के साथ टेलीविजन क्षेत्र में प्रवेश करना मीडिया परिदृश्य में एक महत्वपूर्ण घटना है। जल्द ही स्मार्ट टीवी लॉन्च करने की योजना के साथ एक्स का लक्ष्य यूट्यूब जैसे स्थापित खिलाड़ियों के साथ प्रतिस्पर्धा करना है, अपने मौजूदा उपयोगकर्ता आधार और वीडियो सामग्री की बढ़ती मांग का लाभ उठाना है। एक्स को एवरीथिंग ऐप में बदलने का मास्क का दृष्टिकोण पारंपरिक सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों से परे विविधीकरण और विस्तार की महत्वाकांक्षी योजनाओं को रेखांकित करता है।

अमेज़न का क्षेत्रीय जोर

अमेज़न मिनी टीवी के तमिल और तेलुगू भाषाओं में डब शो के विस्तार से दक्षिण भारत में दर्शकों के लिए पहुंच और जुड़ाव बढ़ता है। मूल, हॉलीवुड फिल्मों और अंतरराष्ट्रीय शो सहित विविध लाइनअप, अपने दर्शकों की भाषाई और सांस्कृतिक प्राथमिकताओं को पूरा करने के लिए अमेज़न मिनी टीवी की प्रतिबद्धता को दर्शाता है। इस कदम से प्रतिस्पर्धी ओटीटी बाजार में अमेज़न मिनी टीवी की स्थिति मजबूत होने की संभावना है जिससे उपयोगकर्ता जुड़ाव और प्रतिधारण बढ़ेगा। ■

