

STREAMING SET FOR NEW SURGE & GROWTH

Sushant Sreeram, Country Director, Prime Video India shares exclusive insights on the burgeoning OTT market and the strategy of Amazon Prime.

Sushant Sreeram, Country Director, Prime Video India in a chat delved into the dynamic landscape of the streaming industry in India, exploring growth trends while highlighting Prime Video's business and content commissioning strategy.

SVOD & AVOD TRENDS

SVOD, TVOD and AVOD business models, Sushant said, "Streaming is seeing phenomenal growth in India. It has, in fact, become a dominant use-case for internet in the country, and a large part of that growth is coming from outside the metros. We have about as many people streaming content in India, as those watching linear TV. This is a very significant inflection point for the video streaming industry in India."

He went on to share, "Another key point to note is that there is no one single customer for streaming, our customers sit across the spectrum of accessibility, affordability, and the languages in which they prefer to consume entertainment. Therefore, our strategy for building solutions for India has always been to focus on "AND" solutions, rather than making choices between "this" or "that". That is exactly why Prime Video's entertainment hub – where all the different VODs come into play, continues to do incredibly well. In fact, India is one of the



नये उछाल और विकास के लिए स्ट्रीमिंग सेट

प्राइम वीडियो इंडिया के कंट्री डायरेक्टर, सुशांत श्रीराम ने बढ़ते ओटीटी बाजार और अमेजन प्राइम की रणनीति पर विशेष जानकारी साझा की।

प्राइम वीडियो इंडिया के कंट्री डायरेक्टर सुशांत श्रीराम एक बातचीत में भारत में स्ट्रीमिंग उद्योग के गतिशील परिदृश्य पर प्रकाश डाला, प्राइम वीडियो के व्यवसाय और सामग्री कमीशनिंग रणनीति पर प्रकाश डालते हुए विकास के रुझानों पर खोज की।

एसवीओडी और एवीओडी रुझान

एसवीओडी, टीवीओडी और एवीओडी बिजनेस मॉडल, सुशांत ने कहा, 'भारत में स्ट्रीमिंग में अभूतपूर्व वृद्धि देखी जा रही है। वास्तव में, यह देश के इंटरनेट के लिए एक प्रमुख उपयोग मामला बन गया है और उस वृद्धि का एक बड़ा हिस्सा महानगरों के बाहर से आ रहा है। हमारे पास भारत में कंटेंट स्ट्रीमिंग करने वाले लगभग उतने ही लोग हैं जितने लीनियर टीवी देखने वाले लोग हैं। यह भारत में वीडियो स्ट्रीमिंग उद्योग के लिए एक बहुत महत्वपूर्ण मोड़ है।

उन्होंने साझा किया कि 'ध्यान देने वाली एक महत्वपूर्ण बात यह है कि स्ट्रीमिंग के लिए कोई एक ग्राहक नहीं है हमारे ग्राहक पहुंच, सामर्थ्य और उन भाषाओं के दायरे में आते हैं जिनमें वे मनोरंजन का उपभोग करना पसंद करते हैं। इसलिए भारत के लिए समाधान बनाने की हमारी रणनीति हमेशा 'यह' या 'वह' के बीच चयन करने के बजाय और समाधानों पर ध्यान केंद्रित करने की रही है। यही कारण है कि प्राइम वीडियो का मनोरंजन केंद्र—जहां सभी अलग-अलग वीडियो चलन में आते हैं, अविश्वनीय रूप से अच्छा प्रदर्शन कर रहे हैं। वास्तव में भारत, वैश्विक स्तर पर प्राइम वीडियो के लिए नये ग्राहक को अपनाने की दौड़ में सबसे आगे है। इसके

frontrunners on new customer adoption for Prime Video globally. Also, our Channels proposition, where consumers get access to content from popular streaming services with add-on subscriptions, has grown well, with more than 20 partners on the service. Further, our Movie Rentals service where consumers - both Prime members and those who aren't yet Prime Members, can rent movies ala carte, is seeing great consumer uptake across the country. Mini TV, Amazon's free ad-supported service, also posted steady great growth in 2023. When we think about how to serve India, we prioritize what is important for customers - great value, great selection, and convenience. It is true for what we do at Amazon overall and the same holds true for Prime Video as well."

CONTENT COST

Responding to a question on the cost of content, Sushant spoke about the fact Amazon and Prime Video is invested for the long term in India. Elaborating on the same, he said, "It is important to place this in context - our investment thesis is built on developing this category over a fairly long period of time. That's the time horizon that we operate with for all our investments at Amazon, and the same holds true for Prime Video. The second is that we want to create a category of great cinematic storytelling and we know that consumers value that. We realized that creating an ecosystem across the board, not just the service, but creators and the technical ecosystem is an investment that is well made."

He went on to add, "the other thing about our investment thesis is that we look at it through the lens of how we bring in customers to enjoy this multi-benefit proposition for Prime, which is a unique proposition for customers and Prime Video is a part of that. That changes how customers evaluate what is value for money, and that gives us the impetus to continue to make investments. And finally, we want to make all the great stories that we can, but we realize that we can't make all of them. We're therefore always excited about the collaborations that we can forge, with creators, Channel partners and studios to build out a true video entertainment marketplace. The fact that Prime Video has close to 100 projects right now in various stages of production and development is a clear indication that there is appetite for great stories in the country!" ■

अलावा हमारे चैनल का प्रस्ताव जहां उपभोक्ता को एंड्रॉइड ऑन सर्वक्रिपशन के साथ लोकप्रिय स्ट्रीमिंग सेवाओं से सामग्री तक पहुंच मिलती है, सेवा में 20 से अधिक भागीदारों के साथ यह अच्छी तरह विकसित हुआ है। इसके अलावा हमारी मूवी रेंटल सेवा, जहां उपभोक्ता दोनों प्राइम सदस्य और वे जो अभी तक प्राइम सदस्य नहीं हैं, अला कार्टे तरीके से फिल्म किराये पर ले सकते हैं, जिसकी पूरे देश में उपभोक्ताओं की अच्छी पकड़ देखी जा रही है। अमेजन की मुफ्त विज्ञापन समर्थित सेवा मिनी टीवी ने 2023 में लगातार शानदार वृद्धि दर्ज की है। जब हम सोचते हैं कि भारत की सेवा कैसे की जाये तो हम प्राथमिकता देते हैं कि ग्राहकों के लिए क्या महत्वपूर्ण है-बढ़िया मूल्य, बढ़िया चयन और सुविधा। हम अमेजन पर जो करते हैं उसके लिए यह सच है और प्राइम वीडियो के लिए भी यही सच है।

सामग्री लागत

कंटेंट की लागत पर एक सवाल का जवाब देते हुए सुशांत ने इस तथ्य के बारे में बात की कि अमेजन और प्राइम वीडियो ने भारत में लंबी अवधि के लिए निवेश किया है। इसके बारे में विस्तार से बताते हुए उन्होंने कहा कि 'इसे संदर्भ में रखना महत्वपूर्ण है-हमारी निवेश थीसिस इस श्रेणी को काफी लंबी अवधि में विकसित करने पर बनी है। यही वह समयसीमा है जिसके साथ हम अमेजन में अपने सभी निवेशों के लिए काम करते हैं और प्राइम वीडियो के लिए भी यही सच है। दूसरा यह कि हम बेहतरीन सिनेमाई कहानी कहने की एक श्रेणी बनाना चाहते हैं और हम जानते हैं कि उपभोक्ता इसे महत्व देते हैं। हमने

महसूस किया कि पूरे बोर्ड में एक पारिस्थितिकी तंत्र बनाना, न केवल सेवा, बल्कि रचनाकारों और तकनीकी परिस्थितियां तंत्र एक ऐसा निवेश है जो अच्छी तरह से किया गया है।

उन्होंने आगे कहा कि 'हमारे निवेश थीसिस के बारे में दूसरी बात यह है कि हम इसे इस नजरीय से देखते हैं कि हम प्राइम के लिए इस बहु लाभ प्रस्ताव का आनंद लेने ग्राहकों को कैसे लाते हैं, जो ग्राहकों के लिए एक अनूठा प्रस्ताव है और प्राइम वीडियो उसी का एक हिस्सा है। इससे यह बदल जाता है कि ग्राहक पैसे के लिए मूल्य का मूल्यांकन कैसे करते हैं और इससे हमें निवेश जारी रखने की प्रेरणा मिलती है। और अंत में हम वे सभी बेहतरीन कहानियां बनाना चाहते हैं जो हम बना सकते हैं, लेकिन हमें एहसास होता है कि हम उन सभी को नहीं बना सकते हैं। इसलिए हम एक सच्चे वीडियो मनोरंजन बाजार का निर्माण करने के लिए रचनाकारों, चैनल भागीदारों और स्टूडियो के साथ किये जाने वाले सहयोग को लेकर हमेशा उत्साहित रहते हैं। तथ्य यह है कि प्राइम वीडियो के पास अभी उत्पादन और विकास के विभिन्न चरणों में लगभग 100 परियोजनायें हैं, यह स्पष्ट संकेत है कि देश में महान कहानियों की भूख है। ■

