

نتفليكس» تعوّل على ألعاب الفيديو للاستمرار في استقطاب المشتركين»





تدخل «نتفليكس» مجال ألعاب الفيديو سعياً منها إلى تنويع أنشطتها في ظل التخمة التي بدأت تشهدها سوقها الأساسية وهي الفيديو على الطلب، ما يؤكد أن التوسع نحو قطاع الألعاب بات خطوة لا بدّ منها لأي منصة بث تدفقي كبرى. وقال الشريك المؤسس لـ «نتفليكس» ريد هاستينغز في مؤتمر للمحللين عُرض عبر الإنترنت الثلاثاء بعد نشر النتائج: «الفصلية إن الهدف «تعزيز وتحسين خدمات» المنصة، «وليس إنشاء مصدر ربح منفصل وستضيف «نتفليكس» لمشتركها الحاليين من دون أي كلفة إضافية الألعاب المصممة في البداية للهواتف الذكية والأجهزة اللوحية».

وأوضحت «نتفليكس» في بيان أن ألعاب الفيديو ستشكّل «فئة جديدة» لها على غرار توسعها «في فئات الأفلام والتحرك والبرامج التلفزيونية».

وبات عدد مشتركي منصة الفيديو عند الطلب يناهز 210 ملايين. وحققت «نتفليكس» في الربع الثاني من السنة الجارية ربحاً صافياً بقيمة 1.35 مليار دولار، أي نحو ضعف ما تم تحقيقه العام المنصرم، لكن هذه النتيجة بقيت دون توقعات السوق القلقة من أن تفقد المنصة شيئاً فشيئاً تقدّمها على المنصات المنافسة الكثيرة. وأبدت المجموعة ارتياحها إلى كون نمو عدد المشتركين فاق توقعاتها، وأشارت إلى أن الإقبال الكبير على الفيديو عند الطلب خلال مرحلة الجائحة كان يمنع إجراء مقارنات طبيعية

لكنّ هذا الواقع لا يغيّر استنتاجات المحللين، ومفادها بأن «نتفليكس» بلغت على ما يبدو درجة «تخمة سوقها في «الولايات المتحدة»، على ما لاحظ إريك هاغستروم من «إي ماركرتر».

منافسة مع التلفزيون التقليدي

ومع أنه أشار إلى أن الشركة، تمكنت من رفع الأسعار وزيادة إيراداتها على الرغم من تصاعد منافسة المنصات «الأرخص ثمناً، أفاد بأنها «نتفليكس» فقدت حصة كبيرة من السوق لصالح «ديزني».

% وحققت المنصة عائدات بقيمة 7.3 مليار دولار من أبريل/نيسان إلى يونيو/حزيران، أي بزيادة 19

أما في ما يتعلق بالفصل الثالث، فتعول على انضمام 3.5 مليون مشترك إضافي إليها، وهو مستوى نمو على مدى عامين يعادل ذلك الذي كان عليه قبل الجائحة

ومن شأن هذه النتيجة أن تطمئن المستثمرين الذين يتساءلون عما إذا كانت «نتفليكس» ستشهد تباطؤاً بعدما استفادت بشكل كبير في العام الفائت من عمليات الإغلاق المرتبطة بالأزمة الصحية ومن موقعها كمنصة رائدة في مجال البث التدفقي. وأصبحت المنافسة شرسة مذاك مع منصات قديمة بينها «أمازون برايم فيديو»، وأخرى جديدة من أبرزها «ديزني بلاس» و«أبل تي في بلاس» و«إتش بي أو ماكس» وكذلك «بيكوك» و«إن بي سي يونيفرسال

وتضاف إلى هذه المنصات تلك الترفيهية التي تجذب المستهلكين، من ألعاب الفيديو إلى شبكات التواصل الاجتماعي

وأكدت «نتفليكس» أن أرباحها المتوقعة تبقى ضخمة، نظراً إلى أن البث التدفقي لا يمثل رهنأ سوى 27% فحسب من الوقت الذي يقضيه الناس أمام شاشات التلفزيون في الولايات المتحدة (منها 7% ل«نتفليكس»)، في مقابل 63% للمحطات التلفزيونية المعروفة ب«التقليدية»، بحسب ما نقلت المجموعة عن دراسة أجرتها شركة «نيلسن

استقطاب اللاعبين

وأكدت «نتفليكس» ثقتها ب«احتياطات النمو» لديها، مذكرة بأنها لا تزال «أقل نضجاً في دول أخرى»، وبأن «هذا لا يشمل شاشات الهاتف المحمول (حيث حصتها من استقطاب المستخدمين أقل

إلا أن تزايد الاهتمام لا يُترجم بالضرورة تحسناً للعائدات في ظل نموذج تجاري قائم على الاشتراكات لا على الإعلانات

من هذا المنطلق، لجأت «نتفليكس» إلى التنوع، من خلال متجر عبر الإنترنت للمنتجات المشتقة، وتوظيف مدير مسؤول عن ألعاب الفيديو خلال الشهر الجاري. وقال مدير العمليات غريغ بيترز: إن سير العمل القائم على الاشتراكات سيتيح للمطورين عدم القلق في شأن حجم الإعلانات أو إقبال اللاعبين على شراء المكافآت

وأضاف: «تتمثل مهنتنا في إنشاء عوالم وشخصيات تفوق الخيال، ونعلم أن المشاهدين يريدون الذهاب إلى أبعد من ذلك».

وقال المستثمر جين مونسترز من شركة «لاوب فنتشرز» على «تويتر» إن دخول مجال ألعاب الفيديو «تكتيك جيد للحفاظ على المشتركين الحاليين، لا بل لجذب جدد». وأشار إلى أن «ثمة نحو ملياري لاعب شهرياً في العالم

واعتبر إريك هاغستروم أن «مصادر الدخل الجديدة كالمنتجات المشتقة والتجارب المستقبلية المحتملة مثل عرض أفلام المنصات في صالات السينما، والمدونات الصوتية (بودكاست) وألعاب الفيديو، يمكن أن تحقق النمو». لكنه أقر بأن «النجاح في هذه المجالات ليس مضموناً على الإطلاق». (أ ف ب

