

نتفليكس «تخسر مشتركين للمرة الأولى منذ عقد»



سان فرانسيسكو - أ.ف.ب

خسرت «نتفليكس» 200 ألف مشترك في كل أنحاء العالم في الربع الأول من العام مقارنة بنهاية عام 2021، وهي سابقة منذ أكثر من عشر سنوات دفعت بسعر أسهمها إلى الانخفاض في بورصة وول ستريت، الثلاثاء. وعزت المنصة الأمريكية العملاقة للبحث التدفقي هذا التراجع بشكل أساسي إلى صعوبة استقطاب مشتركين جدد في كل مناطق العالم، إضافة إلى تعليق الخدمة في روسيا. وحققت المنصة الرائدة في قطاع البث التدفقي نتائج مضخمة خلال جائحة «كوفيد-19» بفعل إقبال المستخدمين على خدمات الترفيه المنزلي أثناء فترة الحجر، وكانت السوق تالياً تتوقع تصحيحاً للوضع لكن ليس بهذه القوة. وقد تراجعت قيمة سهم «نتفليكس» بنسبة 26% في التبادلات الإلكترونية بعد إغلاق وول ستريت، الثلاثاء.

وكانت «نتفليكس» توقعت أن تكسب 2,5 مليون مشترك إضافي، فيما كان المحللون يتوقعون عدداً أكبر حتى، لكنها خسرت بدلاً من ذلك بعضاً منهم، ما أدى إلى انخفاض مجموع الاشتراكات إلى 221,64 مليوناً. وأوضحت المجموعة التي تتخذ في كاليفورنيا مقراً: «تسبب تعليق خدمتنا في روسيا والانخفاض المستمر في عدد المشتركين الروس في خسارة صافية بلغت 700 ألف مشترك. ولولا ذلك، لأصبح لدينا 500 ألف مشترك إضافي»

مقارنة بالربع الماضي.

ألعاب فيديو

في المحصلة، حققت «نتفليكس» إيرادات بلغت 7,9 مليار دولار في الفترة الممتدة من كانون الثاني/يناير إلى آذار/مارس، أي 10% أكثر من الفترة نفسها العام الماضي، خصوصاً بفضل زيادة عدد المشتركين على أساس سنوي (+6,7%) وزيادة سعر اشتراكاتها. لكن أرباحها الصافية بلغت 1,6 مليار مقارنة بـ1,7 مليار في الربع الأول من عام 2021.

وأشارت المنصة العملاقة إلى أن تشارك أسر كثيرة الحسابات بين أفرادها واحتدام المنافسة في القطاع «يوجدان عوائق أمام نمونا. الطفرة الكبيرة في خدمات البث التدفقي بفضل كوفيد حجبت الواقع حتى فترة قريبة». وقال المحلل لدى «إي ماركيتر» روس بينيس «إن خسارة نتفليكس مشتركين تكشف الكثير عن شركة كانت تكسب مشتركين بشكل ثابت على مدى عقد».

وأضاف: «مع انخفاض الاشتراكات وضعف آفاق النمو، سيتعين على المجموعة الاعتماد بشكل أكبر على الخدمات الثانوية مثل ألعاب الفيديو أو المنتجات المشتقة في محاولة لزيادة عائداتها».

وبعد سنوات شهدت استقطاباً سريعاً للمشاركين وكسباً لجوائز كثيرة في المهرجانات، انضم إلى المواجهة مع

نتفليكس منافسون أقوياء مثل «ديزني بلاس» و«آبل تي في بلاس» في نهاية عام 2019.

ثم سعت إلى تنويع مصادر دخلها، لا سيما في سوق ألعاب الفيديو المربحة. وفي أيلول/سبتمبر، استحوذت نتفليكس على أول استوديوهاتها لألعاب الفيديو، «نايت سكول استوديو»، وهي شركة ناشئة في كاليفورنيا ابتكرت خصوصاً لعبة التسويق «أوكسن فري». وفي تشرين الثاني/نوفمبر، أطلقت المنصة الكثير من الألعاب المخصصة للأجهزة المحمولة لمشاركها، بينها بعض الألعاب المستوحاة من عالم مسلسل الخيال العلمي والرعب «سترينجر ثينغز».

وقف مشاركة الحسابات

واعتمدت المجموعة الأمريكية في الآونة الأخيرة سياسة متشددة إزاء تشارك الحسابات على شبكتها الذي كان يسمح لكثيرين بالإفادة مجاناً من الخدمة.

وأعلنت نتفليكس في أوائل آذار/مارس أنها ستجري اختبارات في دول أمريكا الجنوبية لفرض بدل مالي على عملائها في حال أرادوا زيادة ملفات تعريف إضافية إلى حساباتهم.

وقالت مديرة ابتكار المنتجات في نتفليكس تشينغني لونغ: إن مشاركة كلمات المرور بين الأسر «تؤثر في قدرتنا على الاستثمار في المسلسلات والأفلام عالية الجودة لمشاركينا». وأكدت الشركة، الثلاثاء، أنها تعتمد على هذه الإجراءات والتحسينات في خدماتها بشكل عام من أجل «تسريع نمو» دخلها.

وأوضحت نتفليكس: «يحب الناس الأفلام والبرامج التلفزيونية والألعاب؛ ويستمر الإنترنت عالي السرعة وأجهزة التلفزيون الذكية في التقدم في جميع أنحاء العالم مع ازدياد الأجهزة المتصلة؛ وبينما تدفع مئات ملايين الأسر مقابل «نتفليكس، فإن أكثر من نصف الأسر المتصلة بالإنترنت السريع لا تفعل ذلك، ما يكتنز إمكانات هائلة للنمو المستقبلي».