PALCO23

MEDIA

Amazon se apoya en el deporte para atraer al 49% de nuevos clientes de televisión en Reino Unido

La batalla por captar nuevos abonados en las plataformas y servicios de suscripción de televisión en el Reino Unido se recrudece.

Palco23
21 ene 2021 - 18:35



Amazon acelera en Reino Unido con su servicio Prime Video gracias al deporte. El grupo demostró ser más popular que Netflix en la previa de la Navidad gracias a la emisión de la Premier League en directo y los partidos de rugby internacional, seduciendo a la mitad de todos los nuevos suscriptores a los servicios de transmisión en el último trimestre de 2020, según Kantar.

La pandemia del coronavirus ha disparado el volumen de clientes, alcanzando cifras récord. En los últimos tres meses del año pasado se produjeron 1,3 millones de altas en servicios como Netflix, Disney + y Amazon Prime, con acceso a Prime Video y envíos de compras gratuitos.

https://www.palco23.com/media/amazon-se-apoya-en-el-deporte-para-atraer-al-49-de-nuevos-clientes-de-television-en-reino-unido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

Amazon se quedó con la mitad del pastel, atrayendo a más de 635.000 clientes, el 49% del total de todos los nuevos suscriptores a los servicios de transmisión de pago, entre los que se encuentran Sky's Now TV y BritBox de ITV y la BBC.

Dominic Sunnebo (Kantar): “El creciente enfoque de Amazon en los deportes en directo sigue dando grandes dividendos”

Netflix ocupa el segundo lugar a mucha distancia, tras captar al 17% de los nuevos suscriptores, ofreciendo estrenos que han cautivado a la audiencia como *The Crown* o *Gambito de dama*, que ha ayudado a incrementar la popularidad del ajedrez y los pedidos internacionales en la empresa Rechapados Ferrer (La Garriga, Barcelona), responsable del tablero que se usa en la serie.

La estrategia de Amazon de ofrecer deportes en directo ha demostrado ser la ganadora, con Netflix descartando entrar en esa batalla, acompañada de cine y series. En el periodo objeto de estudio emitió veinte partidos de la Premier League y la Copa de Naciones de Otoño de rugby.

“En el cuarto trimestre, 1,3 millones de hogares británicos obtuvieron una nueva suscripción de transmisión de video, y Prime Video de Amazon capturó casi la mitad de ellos”, expone Dominic Sunnebo, vicepresidente senior de la operación Worldpanel de Kantar. “El creciente enfoque de Amazon en los deportes en directo sigue dando grandes dividendos”, reconoce.

El estudio muestra también el impacto de la llegada de Disney + en marzo pasado, capaz de atraer al 50% del total de nuevos suscriptores del Reino Unido en el primer trimestre. Sin embargo, su crecimiento se vio frenado considerablemente con el avance de la pandemia, hasta situarse en el tercer lugar en el último trimestre con el 15% de las nuevas altas.

https://www.palco23.com/media/amazon-se-apoya-en-el-deporte-para-atraer-al-49-de-nuevos-clientes-de-television-en-reino-unido

El presente contenido es propiedad exclusiva de Palco23 Ediciones, SL, sociedad editora de Palco23.com (www.palco23.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.