

La nueva televisión

Análisis de consumo de Netflix en Millennials de la ciudad de Guayaquil.

PROBLEMA

La televisión ha cambiado, sin duda. En parte, ha sido por un ejercicio de adaptación al medio, poblado por Millennials, la primera generación de nativos digitales que utilizan teléfonos inteligentes en cada una de sus actividades diarias, incluido el consumo de contenido audiovisual.

El análisis de los hábitos de consumo de Millennials con relación al entretenimiento streaming categoría Netflix, permitirá a los productores audiovisuales llegar a las audiencias adecuadas, generando contenidos adecuados, en el momento adecuado. Conocer al consumidor, constituye el fundamento de una estrategia comercial exitosa.



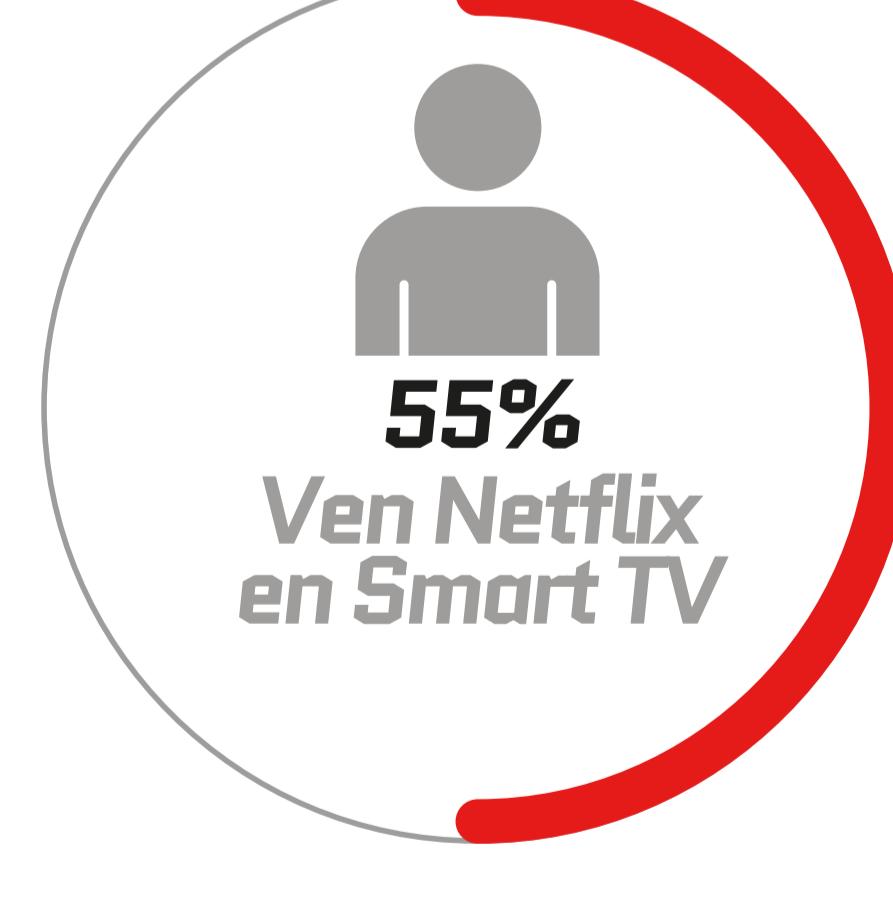
MILLENNIALS

RESULTADOS

92%
Han contratado Netflix

51 %
Paga por al menos 2 servicios de streaming

55%
Eligen su plataforma según el contenido



67%
Prefiere ver series que películas

CONCLUSIONES

La nueva televisión es experiencia. Las plataformas de streaming ofrecen libertad absoluta. El contenido es la consideración más importante para los Millennials, por encima del precio, la experiencia y personalización. El contenido es la razón principal para elegir su servicio de transmisión favorito. El binge watching ha generado un uso intensivo de las

plataformas streaming, y un alto nivel de fidelización. La nueva televisión es servicio hiperpersonalizado, a partir de los insights que generan los consumidores. Llevar a cabo este nivel de análisis de comportamiento, nos permite aplicar estos conocimientos para mejorar el contenido y la distribución de los productos audiovisuales.