

Dlaczego sektor rozrywki w 2021 roku stał się jeszcze bardziej cyfrowy niż kiedykolwiek wcześniej?

data aktualizacji: 2021.10.20



Rewolucja cyfrowa w ostatnich latach całkowicie zmieniła modele biznesowe w branży mediów i rozrywki, a także sam sposób ich dostarczania i konsumpcji. Znacząco wzrosła ona w kanałach dostępnych online. Ze względu na bezprecedensowy wzrost korzystania z Internetu i powszechny dostęp do urządzeń, które mogą nas z nim połączyć, konsumenci znajdują się teraz w centrum cyfrowego ekosystemu, w którym aktywnie tworzą, rozpowszechniają i konsumują treści. Dlaczego teraz jeszcze bardziej niż wcześniej, żyjemy w erze cyfryzacji rozrywki?

Łatwo, szybko, wszystko i wszędzie - potrzeby dzisiejszego konsumenta

Cyfryzacja rozrywki napędzana jest przez zmieniające się zachowania i oczekiwania konsumentów, którzy wymagają natychmiastowego dostępu do treści, zawsze i wszędzie. Dodatkowo chcą także dostępu do jak największej jej ilości. Nie wystarczy już jeden odcinek serialu, ale cały sezon. Stało się tak, bowiem wraz z ewolucją technologii, ewoluowaliśmy także my. Te procesy idą ze sobą ręka w rękę i są od siebie absolutnie zależne.

Dzisiejszy konsument mediów to wielozadaniowiec, który dzieli swoją uwagę i w tym samym czasie jednocześnie ogląda telewizję (lub stream online) oraz dyskutuje o danym programie za

pośrednictwem mediów społecznościowych w komputerze, laptopie lub aplikacji na smartfonie. Ludzie pragną coraz głębszego zaangażowania – a nawet uczestnictwa – w treści, które lubią. Specjaliści zwracają też uwagę na to, że współczesny konsument, to [konsument digitalny](#). Oczekuje rozrywki multichannel i producenci działają tak, aby właśnie to dostał.

Każda forma rozrywki podana jest dzisiaj w formie elektronicznej. Książki kupujemy jednym kliknięciem w e-czytniki, kino i telewizja zostały dla wielu osób całkowicie zastąpione serwisami streamingowymi i nawet gry hazardowe wyszły z tradycyjnych kasyn, i przeniosły się do sieci, dzięki czemu każdy ich amator ma [kasyno internetowe](#) na wyciągnięcie ręki. Opcje takie jak właśnie kasyna online gwarantują nie tylko wygodę i łatwość dostępu z każdego miejsca na ziemi, do którego dociera Internet (mimo że najczęściej używamy ich w zaciszu własnego domu). Gry hazardowe dostępne online są o wiele bardziej różnorodne, w jednym miejscu zebrane są dziesiątki i setki opcji gier oraz zakładów. To samo dotyczy każdej innej formy rozrywki w dzisiejszym świecie. Więcej, lepiej i wygodniej.

Digitalizacja, a personalizacja treści

Zgodnie z raportami, 40% konsumentów tak bardzo ceni spersonalizowane rekomendacje, że są skłonni za nie zapłacić. Dzieje się tak, ponieważ teraz bardziej niż kiedykolwiek, zależy nam na rozrywce szybkiej, dopasowanej dokładnie do naszych potrzeb i oczekiwań. Chcemy, aby treści, jakie konsumujemy, były zoptymalizowane i skrojone odpowiednio na okazję, ilość wolnego czasu, jaki mamy, czy nawet odpowiednio do naszego nastroju.

Netflix i Amazon od lat skutecznie wykorzystują wyselekcjonowane treści, sugerując nam, jakie programy chcielibyśmy oglądać i jakie produkty chcielibyśmy kupić na podstawie naszych wcześniejszych działań, oraz danych zebranych na nasz temat. Każdy kolejny rok ponownie staje się czasem coraz bardziej rządzonym przez tzw. big data. Jest to proces, którego nie da się zatrzymać.

Skuteczne wykorzystywanie danych i ich analiza, mogą natychmiast stworzyć profil idealnych odbiorców dla nowych programów i produktów. Podczas gdy kiedyś producenci mogli jedynie mieć nadzieję, że to, co oferują i reklamują, się spodoba, dzisiaj tworzą rozrywkę wykrojoną pod konkretnych konsumentów, a jest to możliwe dzięki głęboko posuniętej cyfryzacji mediów i przeniesieniu ogromu z nich do przestrzeni online. Współczesny krajobraz rozrywki jest już zupełnie inny niż jeszcze kilka lat temu, bo po prostu musi być, a nadchodzące lata przyniosą jeszcze więcej zmian. Badania wykazały, że [57% ankietowanych](#) ich oczekuje i przewiduje ciągły postęp rozrywki, związany z niepowstrzymanym rozwojem Internetu.

Źródło:

<https://haloursynow.pl/artykuly/dlaczego-sektor-rozrywki-w-2021-roku-stal-sie-jeszcze-bardziej-cyfrowy-niz-kiedykolwiek-wc-zesniej,18476.htm>