

NEWS CHANNELS WITNESSES DOWNTURN IN ADS

News channels saw an overall lull in ads post Diwali.

News channels saw a lull in ads and this is expected scenario in a post Diwali timeframe. A drop in ad volume during this period does not come as a surprise for the TV industry, Overall news genre dropped by 20 per cent in November 2022 over October 2022.

Gaurav Srivastava, Head-Ad Sales, North & East, NDTV, pointed out that the major reason for the decline in ad volume is that some advertisers have cut down spends because there has been a hike in the prices of raw materials. "They have to cut down their ad monies to maintain the cost of the product. Therefore there is a decline," he noted.

"Viewership data for the news genre has always been volatile. There was previously no data, and some channels have now opted out of BARC ratings.

The shift of advertisers from television to digital media will have an impact on other genres in the near future, in addition to news. He actually predicted a drop across most genres in January-February-March.

The other side is the overall advertising scenario comes down for a while post the festive season. There has been a decline in terms of ratings per channel. Some of the broadcasters like NDTV, Zee News and iTV Network have opted out of BARC this year.

However, the industry is hopeful that advertising will bounce back for the genre soon. ■



समाचार चैनलों ने विज्ञापनों में कमी देखी

दीवाली के बाद समाचार चैनलों के विज्ञापनों में कुल मिलाकर कमी देखी गयी

समाचार चैनलों ने विज्ञापनों में कमी देखी और दीवाली के बाद की समयसीमा में यह अपेक्षित परिदृश्य है। इस अवधि के दौरान विज्ञापन की मात्रा में गिरावट टीवी उद्योग के लिए आश्चर्य के रूप में नहीं आती है, अक्टूबर 2022 की तुलना में नवंबर 2022 में समग्र समाचार शैली में 20 प्रतिशत की गिरावट आयी है।

एनडीटीवी के उत्तर पूर्व के विज्ञापन विक्रय के प्रमुख गौरव श्रीवास्तव ने बताया कि विज्ञापन वाल्यूम में गिरावट का प्रमुख कारण यह है कि कुछ विज्ञापनदाताओं ने खर्च में कटौती की है क्योंकि कच्चे माल की कीमतों में बढ़ोतरी हुई है। उन्होंने कहा कि 'उन्हें उत्पाद की लागत को बनाये रखने के लिए अपने विज्ञापन के पैसे में कटौती करनी होगी। इसलिए यह गिरावट आयी है।'

'समाचार शैली की दर्शकों की संख्या हमेशा अस्थिर रही है। पहले कोई डेटा नहीं था और कुछ चैनल अब बीएआरसी रेटिंग से बाहर हो गये हैं। टेलीविजन से डिजिटल मीडिया में विज्ञापनदाताओं के बदलाव का समाचार के अलावा निकट भविष्य में अन्य शैलियों पर प्रभाव पड़ेगा। उन्होंने वास्तव में जनवरी-फरवरी-मार्च में अधिकांश शैलियों में गिरावट की भविष्यवाणी की थी।

दूसरा पक्ष यह है कि त्योहारी सीजन के बाद समग्र विज्ञापन परिदृश्य कुछ समय के लिए नीचे आ जाता है। प्रति चैनल रेटिंग के मामले में गिरावट आयी है। एनडीटीवी, जी न्यूज और आईटीवी नेटवर्क जैसे कुछ प्रसारकों ने इस साल बीएआरसी बाहर होने का विकल्प चुना है।

हालांकि उद्योग को उम्मीद है कि इस शैली के लिए विज्ञापन में शीघ्र ही उछाल देखने को मिलेगा। ■

SATELLITE
& Cable TV
MAGAZINE

ADVERTISE NOW !

Contact: Mob.: +91-7021850198
Tel.: +91-22-6216 5313
Email: scat.sales@nm-india.com