

CABLE TV BETS ON HYPERLOCAL ADVERTISING

India's cable television industry is looking to transform Platform Services (PS) channels into hyperlocal media platforms to unlock new advertising revenue.

With subscriber losses accelerating due to OTT platforms and changing viewing habits, India's cable television industry is looking beyond subscription revenues to build sustainable growth. Multi-System Operators (MSOs) are now positioning Platform Services (PS) channels as hyperlocal media platforms capable of delivering targeted advertising, community engagement and new business opportunities for both brands and cable operators.

India's cable television industry is seeking to reinvent the role of Platform Services (PS) channels by transforming them into hyperlocal media platforms that can generate fresh advertising revenue while strengthening television's relevance in the digital era. Industry stakeholders believe that locally focused content, supported by targeted advertising, can help offset subscriber losses caused by OTT platforms, connected TVs and evolving consumer viewing habits.

केबल टीवी का दांव हाइपरलोकल विज्ञापन पर

भारत का केबल टेलीविजन उद्योग, विज्ञापन से नयी कमायी के लिए 'प्लेटफॉर्म सर्विसेज' (पीएस) चैनलों को हाइपरलोकल मीडिया प्लेटफॉर्म में बदलने की तैयारी में है।

ओटीटी प्लेटफॉर्मों और देखने की आदत में बदलाव के कारण सब्सक्राइबर्स की संख्या में तेजी से गिरावट के साथ, भारत का केबल टेलीविजन उद्योग सतत विकास के लिए सब्सक्रिप्शन राजस्व से परे देख रहा है। मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स (एमएसओ) अब प्लेटफॉर्म सर्विसेज (पीएस) चैनलों को हाइपरलोकल मीडिया प्लेटफॉर्म के रूप में स्थापित कर रहे हैं, जो ब्रांडों और केबल ऑपरेटर दोनों के लिए लक्षित विज्ञापन, सामुदायिक जुड़ाव और नये व्यवसायिक अवसर प्रदान करने में सक्षम हैं।

भारत का केबल टेलीविजन उद्योग 'प्लेटफॉर्म सर्विसेज' (पीएस) चैनलों की भूमिका को नये सिरे से तय करने की कोशिश कर रहा है। इसके तहत उन्हें ऐसे हाइपर-लोकल मीडिया प्लेटफॉर्म में बदला जा रहा है जो नये विज्ञापन से कमायी कर सकें और साथ ही डिजिटल दौर में टेलीविजन की अहमियत को बनाये रख सकें। उद्योग से जुड़े लोगों का मानना है कि टारगेटेड विज्ञापनों के साथ स्थानीय स्तर पर केंद्रित कंटेंट, ओटीटी प्लेटफॉर्म, कनेक्टेड टीवी और दर्शकों की बदलती आदतों की वजह से सब्सक्राइबर्स में आयी कमी की भरपायी करने में मदद मिल सकती है।



HYPERLOCAL ADVERTISING

Under the Ministry of Information and Broadcasting's 2022 guidelines, Platform Services channels have received regulatory recognition, enabling operators to build structured, community-centric television services. The industry envisions these channels offering district-level news, civic updates, healthcare campaigns, educational information, employment opportunities and cultural programming—content largely unavailable on national television or global streaming platforms.

Cable operators see hyperlocal advertising as the biggest commercial opportunity. By providing advertisers access to audiences at the district and town level, PS channels offer an affordable and targeted alternative to national television campaigns. Potential advertisers include hospitals, educational institutions, automobile dealers, real estate developers, retailers, financial services firms and local businesses. Beyond traditional advertising, operators are proposing integrated marketing solutions combining television campaigns with community events, health drives, product launches and broadband-led promotions.

To attract larger advertising budgets, MSOs are proposing a unified Platform Services advertising network that would enable brands to execute campaigns across multiple cable operators through a single buying platform. The industry is also advocating an independent association to establish audience measurement standards and publish viewership data, addressing one of the biggest barriers to advertiser confidence.

Government advertising represents another significant opportunity. Cable operators are seeking empanelment with the Central Bureau of Communication (CBC) and a policy that allocates a portion of public awareness campaigns to registered Platform Services channels, enabling more effective regional outreach while improving the commercial viability of local channels. ■

सूचना व प्रसारण मंत्रालय की 2022 की दिशा-निर्देश के तहत 'प्लेटफॉर्म-सर्विसेज' चैनलों को रेगुलेटरी मान्यता मिली है, जिससे ऑपरेटर व्यवस्थित और कम्युनिटी केंद्रित टेलीविजन सेवाएं बना सकते हैं। उद्योग को उम्मीद है कि ये चैनल जिले स्तर की खबरें, नागरिक अपडेट, हेल्थकेयर अभियान, शिक्षा से जुड़ी जानकारी, रोजगार के मौके और सांस्कृतिक कार्यक्रम पेश करेंगे, ऐसा कंटेंट जो ज्यादातर नेशनल टेलीविजन या ग्लोबल स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म पर नहीं मिलता है।

केवल ऑपरेटर हाइपर लोकल विज्ञापन को सबसे बड़ा वाणिज्यिक मौका मान रहे हैं। विज्ञापन देने वालों को जिले और शहर स्तर पर पहुंच देकर, पीएस चैनल नेशनल टेलीविजन अभियान का एक सस्ता और लक्षित विकल्प देते हैं। संभावित विज्ञापनदाताओं में अस्पताल, शिक्षण संस्थाएँ, ऑटोमोबाइल डीलर, रीयल एस्टेट डेवलपर, रिटेलर, फाइनेंशियल सर्विसेज फर्म और स्थानीय व्यवसाय शामिल हैं। पारंपरिक विज्ञापन के अलावा ऑपरेटर एकीकृत मार्केटिंग समाधान का प्रस्ताव दे रहे हैं, जिसमें टेलीविजन अभियान के साथ कम्युनिटी इवेंट, हेल्थ ड्राइव, प्रोडक्ट लॉन्च और बॉर्डवैंड आधारित प्रमोशन शामिल है।

ज्यादा विज्ञापन बजट आकर्षित करने के लिए, एमएसओ एक एकीकृत प्लेटफॉर्म सर्विसेज एडवटाइजिंग नेटवर्क का प्रस्ताव दे रहे हैं। इससे ब्रॉडस एक ही खरीदी प्लेटफॉर्म के जरिए कई केवल ऑपरेटरों पर अपने अभियान को चला सकेंगे। उद्योग एक स्वतंत्र एसोसिएशन बनाने की भी वकालत कर रही है जो दर्शक मापन के मानक तय करे और दर्शक डेटा का प्रकाशन करे। इससे विज्ञापनदाताओं का भरोसा बढ़ाने में आने वाली एक बड़ी रुकावट दूर होगी।

सरकारी विज्ञापन एक और अहम मौका है। केवल ऑपरेटर सेंट्रल ब्यूरो ऑफ कम्युनिकेशन्स (सीबीसी) के साथ जुड़ने की कोशिश कर रहे हैं और ऐसी नीति चाहते हैं जिसके तहत जन जागरूकता अभियानों का कुछ हिस्सा रजिस्टर्ड प्लेटफॉर्म सेवा चैनलों को दिया जाये। इससे स्थानीय चैनलों की वाणिज्यिक व्यवहार्यता बेहतर होगी और क्षेत्रीय स्तर पर लोगों तक ज्यादा असरदार तरीके से पहुंचा जा सकेगा। ■



MARKET PLACE SCAT 2026

 NÜRNBERG
MESSE

12 - 14 OCTOBER, 2026

World Trade Centre, Cuffe Parade, Mumbai

www.scatindiashow.com