

Изначально Netflix сотрудничал с Microsoft, чтобы быстро войти в рекламное пространство и догнать таких конкурентов, как Hulu. Теперь, благодаря собственным рекламным технологиям, Netflix намерен полностью контролировать свои рекламные операции. Это позволит Netflix создавать более таргетированные и персонализированные рекламные предложения для своей обширной базы пользователей, насчитывающей 270 миллионов подписчиков.

Хотя Netflix не уточнила, как именно новая платформа изменит подачу рекламы, она намекнула, что собирается отказаться от типовых объявлений. По данным Financial Times, Netflix планирует экспериментировать с «эпизодическими» кампаниями, которые будут рассказывать историю в течение серии объявлений, а не передавать повторяющиеся сообщения.