Resumen de la Presentación:

Referenciación y optimización de la experiencia del cliente de servicios multimedia – Caso: experiencia en el fútbol holandés

De las mediciones e indicadores basados en la velocidad de los bits a las mediciones e indicadores orientados al cliente

Durante años, los operadores se han basado casi exclusivamente en la tasa de bits como el único KPI para medir, comparar y optimizar sus redes de datos móviles. Pero en las redes móviles modernas las tasas de bits son a menudo tan altas que, en muchos casos, existen otros factores que imponen más límites a la experiencia de los clientes de los servicios de datos móviles. En algunos casos de usuarios, por e j. VoIP, no se requiere para nada una tasa alta de bits y, a veces, ni siquiera una muy alta tasa de bits permite una experiencia de cliente aceptable. Por lo tanto, los verdaderos casos de prueba, y KPIs, orientados al cliente son imprescindibles para referenciar y optimizar las redes modernas.

El desafío ha sido cómo vincular la QoE, la QoS y el rendimiento de la red juntos. En esta presentación Omnitele describe de qué manera los indicadores (KPIs) de la experiencia del cliente y del rendimiento de la red pueden mostrarse en forma conjunta.

**Caso de estudio: Experiencia en el fútbol holandés durante la WC2014 en Ámsterdam**

Omnitele realizó un caso de estudio en Holanda durante el Mundial de Fútbol de 2014. Se cotejaron las redes de KPN, Vodafone y T-Mobile según el modo "ser-el-usuario" en la zona de Ámsterdam. Los resultados se utilizaron para comparar la experiencia del usuario según lo ofrecido por los operadores, pero también como insumo para centrar los esfuerzos de optimización. Como resultado, las redes se optimizaron en las áreas que tenían el mayor impacto en la experiencia del cliente.