Publicado en Madrid el 24/07/2018

Tecnología, datos y equipos ciclistas conectados en el Tour de Francia: ¿qué pueden aprender las empresas de la mayor carrera del mundo?

Capturar los cientos de historias individuales y actualizaciones a través del Tour de Francia es una tarea imposible de llevar a cabo únicamente con cámaras, lo que convierte la transformación digital y las tecnologías emergentes en un elemento fundamental para dar vida a cada momento fascinante de la 105.ª edición de la carrera. Pero no solo los apasionados aficionados de la carrera se benefician de esta gran cantidad de información: las empresas también pueden aprender bastante de este evento único

Recogida de datos

El complejo reto de realizar el seguimiento de la carrera en tiempo real empieza con la instalación en cada una de las bicicletas del Tour de Francia de un sencillo dispositivo que captura un punto de posicionamiento GPS cada segundo.

A continuación, estos datos de ubicación se transmiten junto con imágenes de TV en directo y se analizan inmediatamente por expertos que los utilizan para calcular información en tiempo real como, por ejemplo, la velocidad del ciclista y la distancia relativa. La combinación de esta información con datos de terceros permite un análisis aún más exhaustivo para reflexionar sobre la ganancia de elevación y gradiente, la repercusión de los fenómenos meteorológicos y mapas 3D visualmente mejorados.

¿Qué pueden aprender las empresas?

Los clientes quieren consumir contenido según sus propias condiciones, en su tiempo libre y en su plataforma preferida. Atrás quedaron los días en los que tentaba a sus clientes potenciales con fragmentos de información que iba dosificando en un intento por mantener su interés durante más tiempo.

Al final del Tour de Francia de este año, se habrán capturado, recogido y procesado más de 150 millones de datos, que se habrán transformado en atractivas historias para que los aficionados las disfruten en los diferentes medios móviles, sociales y digitales, así como en la televisión. Esto es posible gracias a una potente plataforma de análisis de macrodatos en tiempo real que «absorbe» todos estos datos y los filtra, enriquece y mejora para, en última instancia, generar un pulido conjunto de puntos de vista que se utiliza para contar historias fascinantes. También se han aplicado algoritmos de aprendizaje automático para realizar predicciones sobre la carrera con un elevado nivel de precisión.

Un gran número de exitosas empresas conocen la importancia de conseguir que la experiencia de sus clientes sea lo más fácil y agradable posible, y las historias que se cuentan en el Tour de Francia permiten a este grupo de clientes en particular (los aficionados) sumergirse fácilmente en la carrera.

Las empresas de éxito también necesitan utilizar sus propios conjuntos de datos para obtener mejores predicciones relacionadas con la gestión del inventario y el comportamiento del consumidor.

El escuadrón de camiones de macrodatos

El ciclismo conectado no funcionaría sin las personas que se encuentran detrás de la tecnología ni los miles de miembros del equipo que trabajan día y noche en la sombra del Tour de Francia y que representan un microcosmos bastante exacto de lo que significa ser una empresa exitosa.

Más de 100 camiones cargados con la última tecnología y las mentes más brillantes siguen fielmente la carrera desafiando el viento y la lluvia en cada rincón de Francia. Todos los días, se dedican a montar el campamento en la respectiva línea de meta de la carrera, creando así un entorno lleno de vida que rezuma innovación en datos. Todos los datos de la carrera fluyen a través de este bazar tecnológico: canales de televisión, proveedores de soluciones digitales, los socios y organizadores del evento, los 22 equipos ciclistas, etc. Todos se reúnen en este viaje épico de 21 días de duración.

La proactividad es la mejor reactividad

Un día en la vida de un empleado de Dimension Data en la carretera durante el Tour de Francia es literalmente un no parar. Tras arrebatarle unas cuantas horas de preciado sueño, el equipo se levanta temprano y se pone en marcha de inmediato para desplazarse a la línea de meta correspondiente a la etapa específica del día.

El camión de macrodatos se traslada por la noche al lugar desde la etapa anterior, y se llevan a cabo comprobaciones antes de la carrera para asegurarse de que todos los cables que permiten la integración de redes entre los diferentes socios tecnológicos funcionen correctamente. También se establecen transmisiones de vídeo para visualizar todos los datos en tiempo real que se recopilan de la bicicleta de cada uno de los ciclistas, y los equipos se preparan para el día que tienen por delante.

Una vez que da comienzo la carrera, empieza el trabajo propiamente dicho: los equipos controlan las cadenas de televisión y las plataformas digitales, y se aseguran de que los datos generados se correspondan con las imágenes retransmitidas y de que las historias que se cuenten sean lo más precisas e interesantes posible.

Los momentos posteriores a la carrera son un tiempo para la reflexión y el análisis del día. Cada día, el equipo se reúne para una sesión informativa en la que se evalúa cómo ha ido la carrera: qué se ha aprendido durante la etapa, cuáles son los puntos en los que hay que centrarse al día siguiente y qué aspectos hay que tener en cuenta para las etapas restantes del Tour. Esta atención al detalle y el análisis constante de las personas y del proceso indican que el equipo no deja de innovar, garantizando de esta forma que, si algo sale mal, siempre habrá alguien disponible para solucionarlo al instante.

Trabajo flexible: remoto y listo para hacer frente a las adversidades

Francia es un país extenso, y viajar grandes distancias cada día, a menudo a través de terrenos montañosos apartados, puede provocar en ocasiones la pérdida de conectividad y otros problemas

logísticos similares propios de un sofisticado centro tecnológico que está en constante movimiento.

Con el tiempo, los equipos ciclistas líderes del mundo y las personas que trabajan entre bambalinas en el Tour de Francia han adoptado un modelo en el que gran parte de las soluciones, operaciones y asistencia de carácter tecnológico están a cargo de equipos de asistencia remota de todo el mundo, desde Sudáfrica hasta el Reino Unido, pasando por Estados Unidos y Australia. Esta capacidad de reaccionar con agilidad y de recurrir a una base global de destrezas es un valioso activo para cualquier empresa, no solo para un equipo ciclista o un socio del evento que gestione una solución tecnológica de varias capas.

Tecnología a prueba de fallos y preparada para el futuro
Los equipos deben prepararse minuciosamente para todo tipo de incidentes que pueden producirse mientras viajan por carretera, llegando incluso a ejecutar una versión muy básica de la solución técnica del Tour a través de algunos ordenadores portátiles de repuesto en caso de emergencia.

Las empresas deben poder identificar casos en los que pueden usar la tecnología flexible para crear equipos que estén plenamente preparados para enfrentarse a las adversidades, adaptándose a diferentes situaciones al mismo tiempo que siguen centrados en alcanzar un resultado específico de manera eficaz.

Todos los años en el Tour de Francia, se añaden nuevos elementos a los gráficos y a las transmisiones de televisión para contar historias con mayor eficacia. Además, se realizan mejoras constantes en los sitios web digitales, y las plataformas de análisis se actualizan constantemente para avanzar al mismo ritmo que la demanda de una audiencia cada vez mayor en la TV y en los medios digitales. Por último, los algoritmos de aprendizaje automático son cada vez más inteligentes, ya que, no solo aumentan la eficacia y la solidez de las operaciones en segundo plano, sino que también ofrecen al cliente final del Tour (los aficionados) una experiencia de visualización realmente inigualable.

Visitar en esta página: http://www2.dimensiondata.com

Seguir en:
Blog
LinkedIn
Youtube
Google+
SlideShare

Datos de contacto:
Dimension Data
Tel: +34 91 330 93 2

Nota de prensa publicada en: Madrid

Categorías: Nacional Telecomunicaciones Emprendedores E-Commerce Ciclismo Digital

NotasdePrensa

https://www.notasdeprensa.es