

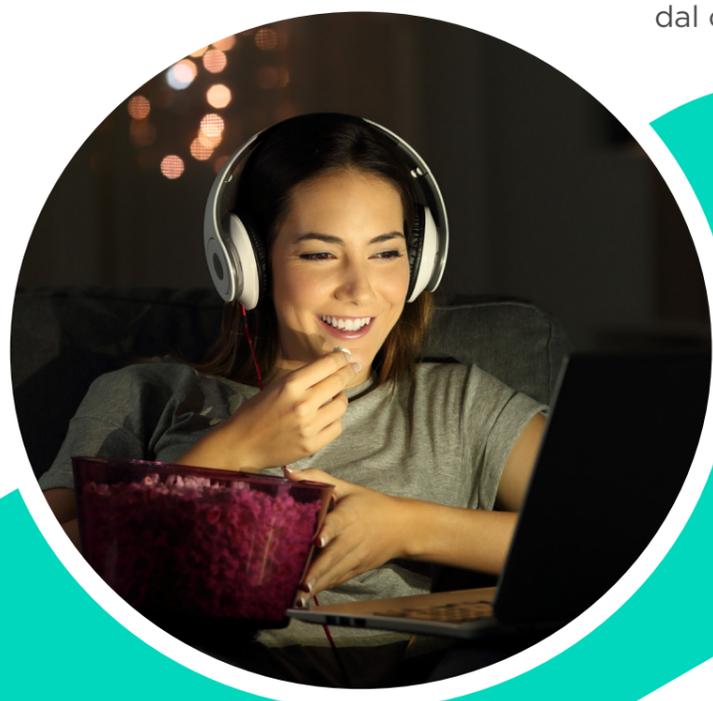
colt

Vincere la battaglia per conquistare la fedeltà dei clienti con esperienze digitali insuperabili

Connettersi per rimanere competitivi

Netflix e gli altri pesi massimi dell'over-the-top (OTT) hanno alzato l'asticella nei settori media, entertainment e gaming. Il pubblico richiede ormai servizi facili da utilizzare, piacevoli, numerosi, personalizzati, stuzzicanti e convenienti. Il valore è fondamentale, soprattutto in seguito al calo generale dei redditi delle famiglie a causa della pandemia.

Ma se le media company non riusciranno a ridare slancio alle iniziative di trasformazione rimaste in stand-by saranno tagliate fuori dal mercato. L'obiettivo è lavorare più velocemente e in modo più creativo e collaborativo. E l'innovazione inizia dalla tecnologia abilitante, ossia l'infrastruttura di telecomunicazioni. In altre parole, la battaglia sarà vinta dal content provider connesso meglio.



La partita è tutta da giocare

Il trend positivo dei media digitali non dà segni di rallentamento. Il provider in grado di instaurare nuove partnership, con un rapido go-to-market, nuove offerte e un servizio clienti di livello superiore è e sarà meglio posizionato per catturare e mantenere l'attenzione degli spettatori.

300
miliardi \$

L'industria del gaming vale oggi 300 miliardi di dollari, più dei mercati di film e musica messi insieme.

86,6
miliardi
US\$

Le entrate globali dei servizi video over-the-top (OTT) sono aumentate del 26% nel 2020 fino a 50 miliardi di dollari e si prevede che entro il 2024 raggiungeranno 86,8 miliardi di dollari.

60%

Entro il 2023, i ricavi globali dell'industria dell'intrattenimento e dei media dovrebbero raggiungere i 2,6 trilioni di dollari, di cui il 60% corrisponderà al settore digitale.

Sei pronto a competere?

La concorrenza per attirare l'attenzione dei consumatori è a dir poco agguerrita. I clienti non ci mettono tanto a iscriversi a nuovi servizi digitali per fruire dei contenuti che desiderano, ma tendono anche ad abbuffarsi di quegli stessi contenuti e poi disdire l'abbonamento.

Ma i content provider possono provare a trattenerli, sfruttando al meglio le

tecnologie disponibili. Quando si è connessi, si possono produrre nuovi contenuti più velocemente, e distribuirli e monetizzarli in modo più efficace. Anche quando le prove gratuite o i programmi preferiti finiscono, la relazione con un cliente conquistato con fatica non deve necessariamente finire. Un content provider connesso può fare leva su svariate tecnologie per:



Intrattenere gli utenti con proposte di contenuti mirati e basati sui dati per convincerli a proseguire l'abbonamento



Fornire contenuti multisensoriali che sfruttano la realtà aumentata e virtuale e i video a 360°



Unire una forza lavoro dispersa con strumenti di collaborazione efficaci che riducono il time-to-market



Aumentare il tempo di visione: l'algoritmo di content-serving di TikTok ha portato a un aumento del 94% del tempo speso per visitatore



Fornire contenuti in tempo reale grazie a una connettività a latenza ultra-bassa



Migliorare continuamente la personalizzazione con strumenti scalabili di intelligenza artificiale per soddisfare i vari profili utenti



I quattro passaggi per vincere la corsa alla fedeltà dei clienti

Nella competizione per il cuore e la mente degli utenti, la connettività non offre solo la possibilità di cambiare il passo, ma consente anche di rimanere poi davanti a tutti. Per conquistare la fedeltà degli utenti, i provider devono essere più innovativi in quattro ambiti strettamente legati alla connettività:

Step 1: connettere meglio le esperienze multisensoriali

Le aziende dei settori media, entertainment e gaming stanno sperimentando contenuti innovativi e multisensoriali, e la pandemia ha accelerato l'integrazione tra la componente fisica e virtuale. Una solida connettività è un must per massimizzare queste opportunità tecnologiche, oggi e nel prossimo futuro.



La connettività è vitale per le esperienze multisensoriali, comprese la realtà virtuale e la realtà aumentata (AR)



Gli organizzatori di un festival hanno inviato ai partecipanti delle "welcome box" che prendevano vita diventando una mappa 3D dell'area del festival



L'interazione del cliente con app e risorse virtuali migliora la capacità di personalizzazione e la business intelligence



Step 2: rafforzare le connessioni con partnership innovative

Le partnership hanno aperto nuove sinergie per le aziende media & entertainment che hanno l'obiettivo di offrire contenuti migliori per gli appassionati. Ma senza una rete e una connettività pronte per l'integrazione, quelle stesse aziende potrebbero avere difficoltà a collaborare e fondersi, anche se le opportunità non mancano.



Le recenti collaborazioni tra case discografiche, aziende di gaming e studios cinematografici vertono sui contenuti: una connettività robusta è fondamentale per portarli rapidamente sul mercato



Gli ecosistemi collaborativi per la produzione di contenuti sono alimentati da una larghezza di banda ultra-alta, per accorciare i tempi di sviluppo e battere sul tempo la concorrenza



Le velocità più elevate e la latenza ultra-bassa del 5G porteranno a un livello di collaborazione e convergenza ancora maggiore tra video, gaming e musica



Step 3: unirsi a content house globali

La creazione di contenuti ha sempre richiesto un lavoro di squadra, ma la pandemia ha aumentato ulteriormente la necessità di sostenere team di produzione geograficamente dispersi. Le aziende che ancora lottano con un'infrastruttura frammentata o con strumenti di collaborazione al di sotto degli standard saranno tagliate fuori dal mercato, mentre i player più innovativi abbracciano gli strumenti digitali per produzioni più agili e un time-to-market più rapido.



Attingere ai migliori talenti di produzione ovunque, supportati da strumenti decentralizzati e basati sul cloud, facendo affidamento su una connettività solida come una roccia



Una rete intelligente e una crittografia robusta sono vitali per proteggere i propri contenuti dalla pirateria o dagli attacchi informatici



Attingere a una rete globale in fibra permette di caricare e distribuire più velocemente contenuti di alta qualità, e superare la concorrenza



Step 4: connettersi e adottare tecnologie emergenti per prevedere le richieste di contenuti

Quei produttori che riescono a fornire meglio i contenuti che soddisfano i gusti dei clienti avranno in cambio la loro fedeltà. Le reti a latenza ultra-bassa per offrire esperienze di streaming e gaming on demand sono fondamentali, così come lo sono intelligenza artificiale e machine learning per prevedere ciò che il pubblico vuole. Un'infrastruttura e una connettività di livello superiore sono quindi imprescindibili per sfruttare al meglio queste tecnologie.



Collegarsi a strumenti di intelligenza artificiale e machine learning basati sul cloud per prevedere quali sono i contenuti desiderati dai clienti



Sfruttare i vantaggi dei migliori algoritmi di contenuti: quello di TikTok ha contribuito a far crescere i visitatori unici del 55% in soli sei mesi



Assicurati che la tua rete sia in grado di supportare l'edge computing, per offrire una user experience a bassa latenza, anche per contenuti in tempo reale e ad alta larghezza di banda

Dare alla gente ciò che vuole

Il boom dei media digitali, con la sua esplosione di contenuti a disposizione dei consumatori, è un'arma a doppio taglio: le nuove offerte invogliano i clienti a iscriversi ai servizi, ma è innegabile che vi è abbondanza di

contenuti. Mentre i clienti riducono i loro servizi in abbonamento, i provider devono eccellere in tutto, dalla content discovery alla customer experience, per riuscire a competere e avere successo.

A donut chart with a teal border and a white center, containing the number 45% in teal. The chart is approximately 75% filled with teal.

45%

Il 45% degli abbonati statunitensi afferma di aver pagato per un servizio specifico di streaming video per fruire di nuovi contenuti originali non disponibili altrove.

A donut chart with a pink border and a white center, containing the number 43% in pink. The chart is approximately 75% filled with pink.

43%

Il problema del churn rate è reale e in crescita. Tra i Millennials, il 40% si sente "sopraffatto" dal numero di abbonamenti sottoscritti e il 43% intende ridurli.



La vostra rete è in grado di fare tutto questo?

La rete IQ di Colt offre una connettività in grado di fare la differenza, per voi e per i vostri abbonati. L'elevata larghezza di banda, le capacità SD WAN e le competenze locali contribuiscono alla creazione di un ecosistema unificato, essenziale per offrire contenuti innovativi che vi faranno rimanere sulla cresta dell'onda.

Ecco le domande chiave da porsi per capire se la propria rete è una risorsa utile nella corsa per conquistare la fedeltà dei consumatori:

- ✓ La vostra rete consente una rapida scalabilità della larghezza di banda in base all'evoluzione della domanda?
- ✓ Supporta la collaborazione in tempo reale tra i team, compresa la voce?
- ✓ Promuove un uso sicuro dei dati integrati dei clienti tra i vari dipartimenti?
- ✓ Consente di offrire servizi di gaming a bassa latenza e streaming multimediale abilitato dall'edge computing?
- ✓ È in grado di proteggere in modo proattivo dalle minacce di sicurezza informatica i dati IP e dei clienti?
- ✓ La rete supporta la crittografia end-to-end per la trasmissione di contenuti più sensibili?
- ✓ Ha la capacità di supportare l'incremento degli strumenti di produzione virtuali e remoti?
- ✓ Ha visibilità su servizi on premise e in hosting sul cloud?
- ✓ Fornisce un accesso sicuro agli strumenti di intelligenza artificiale e di machine learning basati sul cloud?
- ✓ È pronta a integrarsi con i partner strategici quando si presentano nuove opportunità?

Trasformare la connettività è il primo passo per un cambiamento duraturo

I settori media, intrattenimento e gaming non torneranno più alla situazione pre-pandemia, anzi continueranno a evolversi e i provider che riusciranno ottimizzare la connettività sono nella posizione migliore per cavalcare le nuove tendenze del mercato, in cui i leader sono:

- I primi a fornire nuove ed eccitanti esperienze di contenuto
- I migliori nel prevedere e soddisfare le mutevoli esigenze dei clienti
- I più veloci ad adottare tecniche di produzione basate sulla tecnologia e in grado di cambiare le regole del gioco
- Pronti a combattere il churn rate con una customer experience che non è seconda a nessuno

L'infrastruttura genera performance

Quando la vostra rete e le vostre risorse sono ottimizzate, i contenuti innovativi che volete offrire sono più facili da pianificare, produrre, fornire e monetizzare.

Aziende come la vostra scelgono Colt per la presenza globale, la rete intelligente interamente di proprietà, le impareggiabili feature di sicurezza all'interno di una rete gestita e la comprovata esperienza di collaborazione con gli ecosistemi dei partner.



Come possiamo aiutarvi?

Le aziende come la vostra scelgono Colt per la presenza globale, la rete intelligente interamente di proprietà, le impareggiabili feature di sicurezza all'interno di una rete gestita e la comprovata esperienza di collaborazione con gli ecosistemi dei partner.

Contatta oggi stesso un responsabile commerciale di Colt per organizzare un incontro e capire insieme come continuare a innovare e consolidare il vantaggio competitivo della tua azienda mettendo la connettività al primo posto.

www.colt.net or contact sales@colt.net