

HPE 
GreenLake

Transformación de la experiencia de los aficionados

Cómo el equipo de baloncesto de los Golden State Warriors ha generado compromiso, seguridad y entusiasmo en el Chase Center

Cuando los Golden State Warriors visualizaron el mejor estadio, sabían que debía diseñarse teniendo en cuenta la experiencia de los aficionados. «No vemos el baloncesto como un negocio», explica el presidente y director de operaciones de los Warriors, Rick Welts, «sino como una manera de crear momentos memorables». Con una base tecnológica que permite a cada espectador elegir su propia experiencia, el Chase Center representa un modelo nuevo de instalaciones deportivas en el que los aficionados definen las expectativas.

Crece la expectación. Se puede sentir la excitación. Y eso que aún no llegó el día del partido.

«La experiencia de los aficionados comienza en el mismo momento de la compra de las entradas», dice el director de tecnología y productos del consumidor de los Warriors, Daniel Brusilovsky. «Desde días antes del evento hasta después de que los aficionados salgan del estadio, nuestro trabajo es asegurarnos de que cada uno de ellos disfrute de la mejor experiencia posible».

Cuando el equipo se despidió de su antigua casa en Oakland tras 47 temporadas, fue un buen momento para repensar su enfoque en cuanto a la tecnología. «La red preexistente cuando el equipo jugaba en el estadio de Oakland exigía un trabajo constante de nuestra parte. Pero nos hizo pensar en cómo sería nuestro estado ideal y qué es lo que queríamos ofrecer», recuerda Brusilovsky. «Empezamos a trabajar a partir de ahí».

La construcción del Chase Center en San Francisco permitió que el equipo, no solo hiciera realidad su visión, sino también desarrollar todas las posibilidades para un estadio de celebración de eventos. Se integró la tecnología en la estructura desde el comienzo y todo funcionó según lo planificado.

Luego llegó la pandemia. Casi de la noche a la mañana, el Chase Center, y todas las posibilidades que este lugar abría para las comunidades deportivas y artísticas, se puso en pausa. Al igual que otros estadios de todo el mundo se esfuerzan por descubrir qué función deben desempeñar en esta nueva normalidad, los Golden State Warriors decidieron buscar la manera de avanzar y creen que puede ser incluso mejor de lo que habían imaginado al principio.



Sector: Deportes y entretenimiento

Región: América del Norte

Visión

Diseñar un estadio de próxima generación que brinde experiencias inigualables a los aficionados

Estrategia

Incorporar conectividad e inteligencia en las instalaciones, para convertir los datos en un motor de la empresa

Resultados

- Pone la capacidad para elegir y el control en manos de los aficionados
- Ofrece información que se puede procesar para mejorar las experiencias y respaldar los flujos de ingresos
- Crea una experiencia sin contacto en el estadio para mayor seguridad y comodidad



No vemos el baloncesto como un negocio, sino como una manera de crear momentos memorables».

– Rick Welts, Presidente y DIRECTOR DE OPERACIONES, Golden State Warriors



Superar las expectativas

Integrar tecnología en la estructura del Chase Center no fue simplemente una reacción ante los desafíos de las instalaciones anteriores. Fue una opción impulsada por las expectativas en evolución de los aficionados a los deportes y la música de la actualidad. «Una cosa que notamos es el cambio de actitud de los asistentes con respecto a los eventos», explica Brusilovsky. «Ya no se trata de ir a un concierto o a un partido de baloncesto». Lo que les importa es la experiencia completa, no solo las dos o tres horas que dura el evento».

Para hacer que esa experiencia sea impecable, el equipo desarrolló una aplicación móvil para eliminar todas las especulaciones y dudas durante la planificación y la asistencia a eventos en el Chase Center. La aplicación móvil Warriors + Chase Center permite que los aficionados sincronicen sus compras en Ticketmaster, paguen compras con una tarjeta de crédito Chase y reciban contenidos personalizados según sus preferencias.

Experiencia en innovación

Antes de que el equipo comenzara a trabajar en el nuevo estadio, sabían que debían contar con la experiencia necesaria para hacer realidad su visión. Por eso, se asociaron con HPE.

«Desde el inicio del proyecto, tuvimos una visión de que el Chase Center se convirtiera en un destino para la organización de eventos deportivos y de ocio de primer orden, donde asistentes y visitantes pudieran disfrutar de una experiencia verdaderamente única y memorable», dice Welts. «Al asociarnos con HPE, creo que hemos logrado construir un centro de eventos que se apoya en tecnología innovadora para redefinir la experiencia total del estadio».

Para crear esas experiencias para los aficionados, el equipo necesitaba un núcleo tecnológico que permitiera una multitud de experiencias, incluso cuando los tiempos y las preferencias continúen cambiando. Se requiere un centro de datos y una red ágiles con capacidad masiva para lograr que esto funcione.

«Hay dos elementos aquí: brindar la experiencia definitiva a los aficionados y qué están haciendo los Golden State Warriors y el Chase Center para hacerla posible», explica Brusilovsky

Una opción que sea personalizada, móvil y segura.

Comienza con la compra y gestión de una entrada en la aplicación y, además, ofrece indicaciones para los desplazamientos en transporte público o para llegar al evento en un vehículo. Una vez que los aficionados se encuentran en las instalaciones, la aplicación proporciona itinerarios hasta diferentes lugares, la opción de pedir comida mediante el teléfono móvil y notificaciones de ofertas especiales.

Obviamente, el Chase Center no existiría sin el evento principal, independientemente de si es un partido de los Warriors o un concierto de Celine Dion. En definitiva, unas expectativas cambiantes requieren que se satisfaga una mayor variedad de experiencias de los asistentes. «Algunas personas simplemente quieren ir a un partido, tomarse una cerveza y comer un perrito caliente, y sin duda nosotros ofrecemos eso», comenta Brusilovsky. «Pero si lo que se busca es algo más parecido a disfrutar de un catering o una copa de vino de una gran bodega, también estaremos a la altura».

Poco importa dónde estén sentados los aficionados, ya sea en un palco, una suite, un salón junto a la cancha o en la tribuna general, la aplicación aprovecha las velocidades de conexión Wi-Fi ó de Aruba para ofrecer una experiencia personalizada y sin contacto para todos los asistentes.

Los asistentes pueden percibir o no el nuevo sistema de filtración que renueva el suministro de aire de las instalaciones cada hora, o el hecho de que pueden explorar su experiencia del estadio al completo, incluso un viaje a los baños, sin tocar nada.

«Los aficionados no van a notar necesariamente todo lo que estamos haciendo para ofrecer una experiencia segura y fluida como esta», explica Brusilovsky. «Les estamos dando a los asistentes más control sobre su experiencia mediante controles automatizados del edificio y la aplicación móvil, pero también se está haciendo por su seguridad».

Experiencias basadas en datos

Eso significa recopilar y analizar una gran cantidad de datos. «Obtener los datos es fácil. Sabemos cómo las personas se mueven por el lugar, qué restaurantes están llenos de gente e, incluso, cuánto estamos ingresando por persona», comenta Brusilovsky. «Procesar esos datos es la clave para mejorar la experiencia de los aficionados en tiempo real».

A medida que los Warriors avanzan, el equipo siempre está pensando en cómo puede seguir usando las balizas de localización de precisión de Aruba para crear experiencias únicas para cada aficionado. «Imagina que recibes una notificación que te hace saber que hay una fila más corta para acceder al estadio o que tus comidas favoritas están disponibles para pedir mediante la aplicación móvil y recoger de manera rápida», explica Brusilovsky. «Al usar tecnología de balizas, estos tipos de experiencias son posibles. Además, es algo en lo que estamos pensando mucho como parte de la experiencia en evolución de los aficionados».

Más allá del estadio, el equipo está analizando una forma completamente diferente para transmitir los datos. «Estudiamos los índices de audiencia de televisión, el porcentaje de transmisiones tradicionales en vivo en

comparación con transmisiones grabadas, la cantidad de tráfico en nuestro sitio web y cómo se relaciona todo ello con la ventas al por menor y la cuota de mercado», dice Brusilovsky. «Contamos con información muy interesante que nos dice qué funciona bien y qué podría mejorarse».

Entre bastidores, antes del partido

Los datos se envían y recopilan a través de más de 7500 dispositivos en el extremo en todas las instalaciones, incluidos puntos de acceso Aruba Wi-Fi 6, cajas registradoras de puntos de ventas, pantallas IP-TV, dispositivos de gestión del edificio, cámaras de seguridad, controles de iluminación y teléfonos VoIP.

La red se basa en un conmutador de red central Aruba de la serie 8400, con conmutadores de extremo Aruba 3810. Las balizas Bluetooth de bajo consumo de Aruba activan los servicios de localización dentro de la aplicación móvil, mientras que la gestión de políticas Aruba ClearPass protege la red y autentica usuarios y dispositivos seguros. Aruba AirWave ofrece telemetría operativa en tiempo real, de vital importancia para el día del partido.

La infraestructura hiperconvergente de HPE SimpliVity ancla el centro de datos definido

por software, para respaldar los esfuerzos de front-end, back-end y la recuperación ante desastres del equipo. Una configuración de tres dispositivos electrónicos brinda redundancia de datos de negocio al mismo tiempo que reemplaza una docena de servidores independientes.

La solución permite que el Chase Center cuente con la elevada disponibilidad que necesita para respaldar sus aplicaciones y operaciones de manera segura, y a escala... incluso cuando la escala sea enorme.

«En nuestro evento inaugural en 2019, un concierto de Metallica, pudimos transferir aproximadamente 3 TB de datos por toda la red y el centro de datos», recuerda el director de TI de Warriors, Brian Fulmer.

De acuerdo con el administrador del sistema, Mikhail Zubovich, la solución juega un papel importante en la estrategia del equipo para el crecimiento y la implicación. «Cuando nos mudamos al Chase Center, reescribimos las reglas del juego. La conectividad de red de HPE SimpliVity y Aruba permitió que los Golden State Warriors contaran con una infraestructura de TI que es rápida, flexible y reactiva, con un gran margen para ampliaciones futuras».



Obtener los datos es fácil. Procesar esos datos es la clave para mejorar la experiencia de los aficionados en tiempo real.»

– Daniel Brusilovsky, Director de Tecnología y Productos del Consumidor, Golden State Warriors





Listo para la nueva normalidad

En definitiva, los aficionados que regresan al Chase Center descubrirán que tienen más opciones a su alcance, más formas de interactuar antes y después de los eventos, y más control sobre su experiencia. Con 1111 pantallas de televisión, 36 restaurantes y 18 000 asientos, las instalaciones de 44 500 metros cuadrados se construyeron para entretener.

Para los Warriors y el Chase Center, es el inicio de un nuevo capítulo en la historia de más de 50 años del equipo en el área de la bahía de San Francisco. Para los aficionados, es una nueva forma de crear momentos memorables que podrían durar toda una vida.

Explorar más

→ [Leer](#) la historia al completo

Solución

Hardware

- HPE SimpliVity 380
- Conmutador Aruba CX de la serie 8400
- Conmutador Aruba de la serie 3810
- Puntos de acceso sin cable Aruba Wi-Fi 6
- Balizas de localización de Aruba

Software

- Gestión de red Aruba AirWave
- Gestión de políticas Aruba ClearPass



Chat



Correo electrónico



Llamar



Actualizaciones

Visitar [HPE GreenLake](#)



© Copyright 2022 Hewlett Packard Enterprise Development LP. La información que contiene este documento está sujeta a cambios sin previo aviso. Las únicas garantías de los productos y servicios de Hewlett Packard Enterprise figuran en las declaraciones expresas de garantía incluidas en los mismos. Nada de lo aquí indicado debe interpretarse como una garantía adicional. Hewlett Packard Enterprise no se responsabiliza de errores u omisiones técnicos o editoriales que puedan existir en este documento.

Bluetooth es una marca comercial que pertenece a su propietario y utilizada por Hewlett Packard Enterprise bajo licencia. Todas las marcas de terceros son propiedad de sus respectivos titulares.

a00115219ESE, Rev. 2