

IBM acerca Wimbledon a los aficionados al tenis

En esta edición del campeonato, IBM ofrece a los aficionados numerosas novedades, incluida una mejor experiencia interactiva móvil y mejores capacidades analíticas. Además, ha desarrollado el Wimbledon Social Command Center, que ofrece información sobre las conversaciones del torneo en redes sociales.

Londres - 17 jun 2014: IBM (NYSE: IBM) lleva 25 años siendo el socio tecnológico de Wimbledon y acercando el torneo a los aficionados al tenis en todo el mundo. La Compañía aporta innovadoras tecnologías que ayudan a acceder e interactuar con las últimas noticias del campeonato y todo lo que ocurre en la pista en el momento en que sucede.

Estas novedades tecnológicas aportadas por IBM para la edición de 2014 son las siguientes:

- Una mejor experiencia móvil para los aficionados. Además de la renovación de las aplicaciones oficiales de Wimbledon para iPhone y Android, se ha añadido una nueva funcionalidad a la aplicación para iPad. Con ello se consigue una experiencia visualmente atractiva, interactiva, personalizada y social que proporciona una amplia cobertura móvil en las tres plataformas, así como un fácil acceso a los marcadores en directo, resultados, noticias, blog, fotos, vídeo y radio, también en directo.
- Mejora de la herramienta de análisis predictivo IBM SlamTracker. Esta solución cuenta ahora con una nueva interfaz que facilita la interacción y proporciona un mejor análisis de la información a los fans de Wimbledon. Los análisis predictivos “Claves del partido” de SlamTracker proporcionan –en un formato fácilmente comprensible– datos clave acerca del partido, identificando tres indicadores del rendimiento que probablemente afectarán al desempeño de un jugador.
- Wimbledon Social Command Centre. Se trata de un centro de gestión de redes sociales con tecnología cloud de SoftLayer, una compañía de IBM. Potencia la experiencia de los aficionados en las plataformas digitales ayudando al equipo de contenidos de Wimbledon a entender y responder a las necesidades de los fans en tiempo real. El Social Command Centre ofrece información de las conversaciones en redes sociales relacionadas con el evento, dentro y fuera de la pista.

Análisis predictivo basado en cloud

Durante la celebración del torneo, el AELTC (All England Lawn Tennis and Croquet Club) necesita un gran volumen de datos para satisfacer las demandas de los millones de aficionados al tenis que siguen los partidos. En 2013, la página web Wimbledon.com recibió 19 millones de visitantes únicos y tuvo 430 millones de páginas vistas. Cada año, IBM ayuda al AELTC a adaptar sus infraestructuras para responder al crecimiento en el volumen de visitas e interacciones. Para ello, la Compañía utiliza su tecnología de SmartCloud Orchestrator para optimizar y hacer más segura la plataforma digital del torneo. Además, las capacidades analíticas y de Big Data de la IBM Watson Foundation permiten

identificar y analizar miles de datos de todo tipo de fuentes, permitiendo a IBM predecir el tráfico de la web y ajustar la infraestructura cloud para responder de forma dinámica a la demanda real y ofrecer todo tipo de datos accesibles desde teléfonos móviles, tabletas o PCs.

IBM y Wimbledon

IBM es el proveedor oficial de tecnología de la información y consultoría de TI del Torneo de Wimbledon desde 1990. Desde entonces, IBM ha trabajado conjuntamente con el All England Club para implantar nuevas tecnologías que ayuden a optimizar el uso de los datos del torneo y mantener informados a los millones de aficionados y medios de comunicación de todo el mundo que cubren Wimbledon. Además, al finalizar cada partido, la tecnología de IBM permite disponer de informes y análisis de cada jugador. El año pasado se registraron más de 19,7 millones de visitantes y se vieron más de 433 millones de páginas.

Datos de contacto:

IBM

Nota de prensa publicada en:

Categorías: [E-Commerce Tennis](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>