

14.09.2016 – 15:01 Uhr

Conviva gibt Verizon Digital Media Services als einen seiner Partner für die Multi-Screen-QoE-Analyse bekannt

Verizon Digital Media Services wird ab sofort auch detailliertere Einblicke in die Zahlen zur Qualität beim Verbrauchererlebnis auf seiner marktführenden digitalen End-to-End-Medienplattform anbieten

Foster City, Kalifornien (ots/PRNewswire) - Conviva (<http://www.conviva.com/>), Marktführer im Bereich OTT-Erlebnismangement für die größten Medienkonzerne der Welt, hat heute bekannt gegeben, dass Verizon Digital Media Services einer seiner Partner beim Start der Conviva-Initiative für die "Quality of Experience"- (QoE-)Umgebung sein wird. Verizon Digital Media Services bekommt dadurch die Gelegenheit, sämtliche QoE-Informationen auf seine marktführende End-to-End-Plattform zu bringen, wodurch Verizon-Kunden eine weiter verbesserte Sichtbarkeit und ein noch besseres Verständnis darüber erhalten, wie Online-Zuschauer die Angebote erleben. Mithilfe einer gemeinsamen Nutzung der speziell für Verizon Digital Media Services erhobenen Statistiken zu den Erfahrungen mit Videodiensten können Publisher nun sicherstellen, dass Verizon in kürzester Zeit im Hinblick auf jedes Thema, das rund um die Erlebnisse beim Videokonsum auftaucht, aktiv werden und darauf reagieren kann.

"Verizon Digital Media Services war schon sehr früh innovativ, als es darum ging, eine voll funktionsfähige End-to-End-Plattform bei den Videodiensten auf den Markt zu bringen", sagt Dr. Hui Zhang, Mitgründer und CEO von Conviva. "Indem sie die Conviva-Plattform nutzen, um Sichtbarkeit in Echtzeit und die Kontrolle über das Verbrauchererlebnis bei Videos über sämtliche Bereiche des Angebots hinweg zu erreichen, setzt die Zusammenarbeit mit uns ein Zeichen dafür, wie sehr sie sich für den Erfolg der Kunden einsetzen."

Dank Conviva erhält Verizon Digital Media Services einen einheitlichen, unabhängigen Blick auf Video-QoE für Berichte zu Support, Diagnose und Funktionsfähigkeit. Verizon wird benachrichtigt, wenn irgendein Qualitätsproblem auftaucht, und es wird in der Lage sein, die Fehler in Echtzeit zu beheben und so die durchschnittlichen Reparaturzeiten zu verkürzen. Im Moment überwacht Verizon bereits die Leistungsfähigkeit auf der Codierungsebene und verfügt über ein ausgezeichnetes, rund um die Uhr bereitstehendes Network Operations Center. Durch die Fähigkeit, das Verbrauchererlebnis bei Videos komplett zu überwachen, was auch Inhalte und Anzeigen einschließt, hat Verizon jetzt einen noch größeren Durchblick bei sämtlichen Videoerlebnissen, was wiederum ihren Kunden dabei hilft, sowohl die Kundenbindung als auch die Umsätze zu maximieren. Die einheitliche Konsole und die gemeinsam genutzte Sichtbarkeit wird es Verizon erlauben, Probleme nicht nur zu vermeiden, sondern sogar vorherzusehen, bevor diese möglicherweise Auswirkungen auf das jeweilige Erlebnis haben.

"Erst kürzlich haben wir einen Bericht zusammengestellt, bei dem herauskam, dass 86 Prozent der Konsumenten von Onlinevideos glauben, es sei sehr und extrem wichtig, bei Videos eine Qualität wie beim Fernsehen zu bekommen - und zwar immer, wenn sie schauen, und egal, auf welchen Bildschirm sie sich Videos anschauen", sagt Ralf Jacob, Präsident von Verizon Digital Media Services. "Unsere neue Partnerschaft mit Conviva wird uns in die Lage versetzen, unseren Kunden ab sofort mehr Zugangswege anzubieten, über die solche qualitativ hochwertigen Videoangebote gemacht werden können und die ihnen dabei helfen, die Erlebnisse für ihre Zuschauer bei Onlinevideos immer weiter zu verfeinern. Über die Integration von Conviva in unsere führende digitale Medienplattform können wir Kunden jetzt mehr Möglichkeiten anbieten, mit denen sie die Kundenbindung und ihre Profite ausbauen können."

Die Multi-Screen-QoE-Analyse von Conviva bietet Verizon Digital Media Services und allen anderen Beteiligten im Umfeld von Videoangeboten von Publishern noch mehr Transparenz, indem es die Möglichkeit bereitstellt, die Leistungsfähigkeit auf Kundenebene, also dort wo es darauf ankommt, zu verbessern und bei Qualitätstrends auf dem Laufenden zu bleiben. Die Analyse von Conviva stellt den Standard dar, mit dem Leistung bewertet und gemessen werden kann.

Über Conviva

Conviva ist Partner von namhaften Medienunternehmen, Premium-OTT-Videoanbietern und Anbietern wie HBO, ESPN, Sky und Sony, um optimierte Zuschauererlebnisse zu bieten und somit die Kundenbindung zu maximieren. Die intelligente Steuerungsplattform von Conviva unterstützt mit einer Multi-Screen-Umgebung Anbieter dabei, die ständig wechselnden Erwartungen der Zuschauer an das Videoerlebnis zu erfüllen und zu übertreffen. Durch die Nutzung einer Echtzeitansicht der Videoausstrahlung im Internet bietet die Plattform eine 360-Grad-Sichtbarkeit auf alle Nutzer, maximiert die Bildtreue und vermeidet Wiedergabeverzögerungen und Unterbrechungen. Mehrdimensionale Berichte und Analysen vom führenden OTT-Markt, die auf Convivas Verfolgung von 50 Milliarden Streams jährlich beruhen, ermöglichen datengestützte Entscheidungen und unterstützen damit die erfolgreiche Entwicklung von marktführenden Diensten. Conviva hat seinen Sitz im Silicon Valley und verfügt über Büros in New York und London. Besuchen Sie uns auf www.conviva.com und folgen Sie uns auf Twitter @Conviva.

Kontakt:

John Diaz
conviva@racepointglobal.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100059845/100792793> abgerufen werden.