

Estudio de caso de clientes: MLB

MLB utiliza Lifesize y obtiene un Home run en colaboración

La organización de Grandes Ligas de Béisbol (MLB) sabe cómo organizar eventos deportivos y de entretenimiento como el Clásico Mundial de Béisbol y el All-Star Game. Los eventos atraen a miles de espectadores y requieren meses de preparación y coordinación de última hora, por lo que la comunicación es clave; sin embargo, no siempre fue fácil.

Antes del Clásico Mundial de Béisbol, MLB debatió cómo hacer que la administración del torneo, específicamente sus reuniones matutinas vitales, fueran más efectivas, eficientes y atractivas. Estas reuniones albergan a más de 50 personas en lugares dispersos y anteriormente se realizaban mediante audioconferencia. Por esta razón, las personas no siempre estaban completamente comprometidas y con frecuencia realizaban múltiples tareas, lo que dio lugar a una serie de problemas logísticos en áreas críticas para el éxito de los eventos.

Como socio tecnológico clave de MLB, Lifesize se posicionó al frente con su plataforma de colaboración y videoconferencia basada en la nube y sistemas de sala de conferencias integrados para transformar la colaboración de una bola rodada a un Home run.



"No uso el término a la ligera, pero Lifesize realmente ha revolucionado la forma en que realizamos las reuniones".
— Daniel Gainey, Gestor de Operaciones de TI en MLB

Preparación para un juego perfecto

El béisbol se conoce con frecuencia como "el pasatiempo nacional", y existe una buena razón para ello. MLB es la liga deportiva profesional más histórica en Estados Unidos, y 73 millones de personas visitan los estadios para ver a 30 equipos en Norteamérica durante la temporada regular. El béisbol hoy es un fenómeno global, y la liga está comprometido a continuar difundiendo la influencia del juego. Como resultado, MLB y la asociación Major League Baseball Players trabajan conjuntamente en el Clásico Mundial de Béisbol, un torneo celebrado cada cuatro años que presenta a los mejores talentos del mundo compitiendo por sus países de origen.

En preparación para el Clásico Mundial de Béisbol de 2017, que se llevó a cabo en marzo de 2017 en Los Ángeles, Miami, San Diego, Seúl, Jalisco y Tokio, MLB centró sus esfuerzos en la colaboración en lugar de en la competencia, mientras que evaluaba varias soluciones de videoconferencia. Eligieron Lifesize por sus intuitivas herramientas de administración de TI y su interfaz para usuarios finales. "Desde una perspectiva de TI, fue sencillo de implementar, flexible para nuestras necesidades e igual de fácil para nuestros empleados remotos", explicó Daniel Gainey, gestor de operaciones de TI en MLB.

¡Qué empiece el juego!

During the deployment phase, Daniel connected with a dedicated Lifesize customer success advocate (CSA) who was involved throughout the deployment process.

"He's been really good at helping our users get over the intimidation of video conferencing and have their 'aha' moment to see how the platform makes meetings more productive," said Daniel.

The Lifesize team suggested setting up the plug-and-play Lifesize HD camera and phone systems for conference rooms in each of the prospective locations to help the teams communicate better during the event. Tournaments like this require a wealth of logistics and coordination, and it's imperative to the event's success that everyone has the most current and accurate information. Given the high stakes of the event, Daniel and the IT Operations team wanted to immediately try video conferencing to help improve meeting productivity.

Planificación de eventos: como un paseo por el parque

MLB puso en marcha un período de prueba durante la primera semana del torneo 2017 en Miami y, posteriormente, lanzó la iniciativa a toda velocidad cuando el torneo llegó a San Diego. Fue un cambio total. Muchas más personas se unieron a las reuniones, estaban más comprometidas y hubo menos errores de comunicación durante y después de la llamada. Puesto que las noticias del logro dentro de las reuniones se extendieron, los interlocutores que facilitaron el torneo en Tokio comenzaron también a unirse a las llamadas.

Para cuando el torneo llegó a Los Ángeles, más de 50 personas se unían a cada reunión matutina a través de Lifesize, ya fuera a través del sistema de videoconferencia, la aplicación de Lifesize basada en la nube o por llamada de audio. Con Lifesize, los asistentes podían unirse de forma remota y experimentar un mejor compromiso y comunicación efectiva. De hecho, la asistencia a la reunión aumentó en un 42 % en comparación con el torneo anterior en 2013.

"Se hacen tantos cambios durante estas llamadas que es importante que todos estemos en sintonía. Lifesize nos permite conseguirlo", explicó Daniel. "No uso el término a la ligera, pero Lifesize realmente ha revolucionado la forma en que realizamos las reuniones".

En el siguiente puesto

Después de una exitosa carrera en el Clásico Mundial de Béisbol de 2017, MLB se sentía entusiasmado por aprovechar Lifesize nuevamente para el All-Star Game de la NBA 2017, que se celebró en Miami. De forma similar al Clásico Mundial de Béisbol, la experiencia de Midsummer Classic encarna mucho más que un solo juego; es una semana de festividades previas al evento principal. La complejidad del evento aumenta la necesidad de reuniones efectivas para mantener a todos en sintonía. "Un evento de este tamaño requiere una gran cantidad de coordinación, repasando todos los aspectos del juego, incluidas las operaciones de los estadios, la seguridad, el tiempo de transmisión y el transporte de los jugadores", dijo Daniel.

Home runs continuos

Al utilizar sistemas de cámaras y teléfonos Lifesize HD en los hoteles y estadios, además de la aplicación Lifesize para ubicaciones más remotas, MLB ahorró tiempo, energía y dinero con una comunicación más eficiente y una mayor productividad. El personal que estaba disperso por toda la ciudad y que de otra manera no habría asistido a las reuniones en persona se convirtió en un participante regular y muy activo. Como resultado, las reuniones se ampliaron en tiempo y cantidad debido a que más personas pudieron involucrarse y se sintieron alentadas a compartir sus ideas y opiniones.

La reacción más favorable, sin embargo, vino de un alto ejecutivo del equipo de gestión de eventos que aún no había probado la solución de conferencia en sí. Estaba ansiosa por verla en acción por primera vez, especialmente en un entorno tan acelerado; pero, al finalizar el último día, exclamó: "¡Tecnología! ¡Tecnología! ¡Tecnología!".

Lifesize preparado para un juego de tres

Al final, más de 37 000 seguidores de All-Star y jugadores de cada uno de los 30 equipos de la liga llenaron Marlins Park durante tres noches consecutivas para presenciar, entre otros aspectos destacados, al primer novato en ganar el Derby de Home run al completo; celebridades reuniendo múltiples éxitos en el juego de Softball Celebrity and Legends mientras hacían reír a todo el estadio; y una batalla extra en la que la Liga Americana logró una victoria de 2 a 1 sobre la Liga Nacional. Daniel atribuye el mérito a Lifesize como facilitador integral de la comunicación, que fue fundamental para este éxito general.

"[Lifesize] será un componente permanente en nuestra cartera de tecnología para eventos", dijo Daniel.

De acuerdo a los cambios positivos que ha experimentado MLB a través del uso de Lifesize, la liga deportiva profesional más antigua de Estados Unidos está ahora a la vanguardia de la tecnología de colaboración y no parece que vaya a cometer strikes. Por el contrario, MLB planea continuar usando Lifesize para eventos futuros.

Más información

Asegúrate de consultar nuestros otros [estudios de casos](#) para conocer cómo Lifesize está transformando la comunicación empresarial.