

25.02.2023 - 19:43 Uhr

Experience-Management-Lösungen von Huawei ermöglichen differenzierte Monetarisierung von Erfahrungen

Barcelona, Spanien (ots/PRNewswire) -

Während das mobile Netzwerk sein exponentielles Wachstum fortsetzt, stellen wir eine florierende Entwicklung bei Lifestyle-Anwendungen und -Funktionen fest. In den letzten Jahren ziehen HD-Video, Livestreaming, AR/VR, Cloud-Gaming und viele andere neue Entwicklungen immer mehr unterschiedliche Nutzergruppen an. Im Einklang mit dem Nutzerwachstum steigt der erforderliche Datenverkehr rasant an, und natürlich wird ein optimales Serviceerlebnis erwartet. Angesichts dieses Trends wollen die Betreiber den Betrieb des Leitungsverkehrs optimieren, um die Serviceeinnahmen zu steigern und die Zunahme des Verkehrs anzukurbeln.

Wie können Betreiber sowohl das Verkehrsvolumen als auch die Einnahmen erhöhen, wenn die Verkehrsmonetarisierung auf Engpässe stößt?

In der Anfangsphase der 4G-Ära wird die Monetarisierung des Datenverkehrs durch die Erhebung von Gebühren für den Datenverkehr und die Bindung von OTT-Dienstpaketen erreicht. Auf diese Weise können Betreiber besondere Dienste anbieten, neue Nutzer gewinnen und höhere Einnahmen durch die Anziehung von OTT-Verkehr erzielen. In der Post-4G-Ära leiten die Betreiber mehr Mittel zu 5G um und reduzieren gleichzeitig das für 4G bereitgestellte Kapital. Neue Dienste wie Livestreaming, Cloud-Gaming, Online-Konferenzen und XR führen jedoch zu einem explosionsartigen Wachstum des mobilen Netzwerkverkehrs. Sicherlich gibt es ein Missverhältnis zwischen Investitionen und mobilem Netzwerkverkehr, wobei die Netzwerküberlastung nur noch schlimmer wird und die Nutzererfahrung sich weiter verschlechtert. Die Verbesserung der Gesamteffizienz der Leitungen, die Maximierung des Werts des Datenverkehrs pro Bit und die Gewährleistung eines optimalen Nutzererlebnisses bei begrenzten Bandbreitenressourcen sind zu großen Herausforderungen für die Betreiber geworden.

Erfahrungsmanagement-Lösungen helfen Betreibern, Datenverkehr in Geld umzuwandeln

Um die oben genannten Herausforderungen zu bewältigen, können Betreiber einen Durchbruch erzielen, indem sie hochwertigen Nutzern ein differenziertes Erlebnis bieten. Insbesondere müssen Betreiber zwei gemeinsame Anforderungen erfüllen: zum einen die Kontrolle und Optimierung von Funkzellenüberlastungen und zum anderen die Sicherstellung des Nutzererlebnisses für hochwertige Nutzer. Als Antwort auf diese Anforderungen schlägt Huawei zwei Lösungen für das Erfahrungsmanagement vor: Cell Congestion Optimization (CCO) und Dynamic QoE Assurance (DQA).

Die CCO-Lösung integriert die Service-Awareness-Fähigkeit des Kernnetzes, um die Benutzererfahrung mit begrenzten Bandbreitenressourcen zu gewährleisten. Bei einer Überlastung der Funkzellen ist die Überlastungskontrolle eine gängige Methode. Im Gegensatz dazu stellt Huawei die Benutzererfahrung durch intelligente und dynamische Optimierungsalgorithmen für Benutzer mit hohem Datenverkehrsaufkommen in den Vordergrund. Wenn sich diese Nutzer Videos ansehen oder Spiele spielen, kann ein Anstieg des Datenverkehrs auf Flow-Ebene erkannt werden. Der Datenverkehr wird dann innerhalb von Millisekunden geformt, und gültige Pakete werden mit einer 15 % höheren Rate als zuvor weitergeleitet. Auf diese Weise wird das Nutzererlebnis effektiv verbessert.

Die DQA-Lösung bietet ein ausgefeiltes Netzwerkmanagement und einen verbesserten Betrieb auf der Grundlage von intelligenten Netzwerkleitungen, Servicetypen und Anforderungen an die Serviceerfahrung. Huawei führt intelligente Analyse und Richtlinienverwaltung in das Kernnetz ein, um ein Erfahrungsbewusstsein in Echtzeit und intelligente Analysen der vom Nutzer abonnierten Dienste zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang können differenzierte Serviceerlebnisse dynamisch und bedarfsgerecht für hochwertige Nutzer bereitgestellt werden. Darüber hinaus kann der Effekt der Qualitätssicherung visualisiert werden und ist für den Benutzer deutlich spürbar. Nach der Service-Sicherung wird den Nutzern sofort ein Bericht über die Service-Erfahrung zur Verfügung gestellt, sodass ein geschlossener Kreislauf der Geschäftsabläufe entsteht. Mit der DQA-Lösung können die Betreiber Pakete für verschiedene Stufen der Service-Sicherung anbieten. Dies erhöht den Durchschnittserlös pro Nutzer (ARPU), steigert den Umsatz und stimuliert den Netzwerkverkehr.

Derzeit werden die Experience-Management-Lösungen von Huawei bei führenden Betreibern in Thailand und einigen Provinzen in China erprobt. Der MWC 2023 wird vom 27. Februar bis 2. März in Barcelona, Spanien, stattfinden. Auf diesem Kongress wird Huawei innovative Dienste und Erlebnislösungen präsentieren und innovative 5.5G-Kernnetzprodukte und -lösungen vorstellen. Huawei wird mit der Branche zusammenarbeiten, um die Kombination von Experience-Management und XR-Diensten zu erforschen und neue Geschäftsmodelle zu entwickeln, die eine solide Sicherung der Netzwerkfähigkeit für die kommende 5.5G-Ära bieten.

View original content: <https://www.prnewswire.com/news-releases/experience-management-losungen-von-huawei-ermoglichen-differenzierte-monetarisierung-von-erfahrungen-301756059.html>

Pressekontakt:

Hao Liu,

liuhao@huawei.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100053057/100903390> abgerufen werden.