

AUSBLICK 2025

Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen

Eine Revolution und ein kultureller Wandel

Der 30. November 2022 ist ein Tag, den wir nie vergessen werden: Es war der Tag, an dem ChatGPT online ging und die künstliche Intelligenz (KI) sich von einer Nischentechnologie in eine Technologie verwandelte, die heute in aller Munde ist.

Knapp zwei Jahre später nimmt die Integration von KI – in all ihren Variationen – in Geschäftsanwendungen für Unternehmen, die innovativ sein und ihre betriebliche Effizienz steigern möchten, eine immer wichtigere Rolle ein.

In der diesjährigen Ausgabe von „Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen: Ausblick 2025“ gehen wir der Frage nach, wie KI-Technologien die Art und Weise revolutionieren, wie Unternehmen Prozesse verwalten, mit Kunden in Kontakt treten und verwertbare Erkenntnisse aus grossen Datenmengen gewinnen.

Dank immer ausgereifterer KI-Lösungen können Unternehmen und Organisationen Routineaufgaben automatisieren, Kundeninteraktionen personalisieren und fundiertere Entscheidungen

treffen. Der kulturelle Wandel, der mit der Implementierung von künstlicher Intelligenz in Unternehmen einhergeht, bedeutet weitreichende Veränderungen. Mitarbeitende müssen sich an neue Workflows und Methoden gewöhnen, da die KI traditionelle Rollen und Aufgaben neu definiert.

Dieser Wandel erfordert ein Umdenken, das einen agileren und kooperativeren Problemlösungsansatz fördert. Schulungs- und Weiterbildungsprogramme sind unerlässlich, um Teams auf eine effektive Nutzung von KI-Systemen vorzubereiten. Darüber hinaus trägt die Förderung einer Kultur des kontinuierlichen Lernens und der Anpassungsfähigkeit dazu bei, Widerstände abzubauen und eine angenehmere Integration zu gewährleisten.

Wir untersuchen auch die vielfältigen Vorteile von künstlicher Intelligenz in Geschäftsprozessen, die über die reine Umsatzsteigerung hinausreichen. Unternehmen profitieren von einer verbesserten Betriebseffizienz, einer

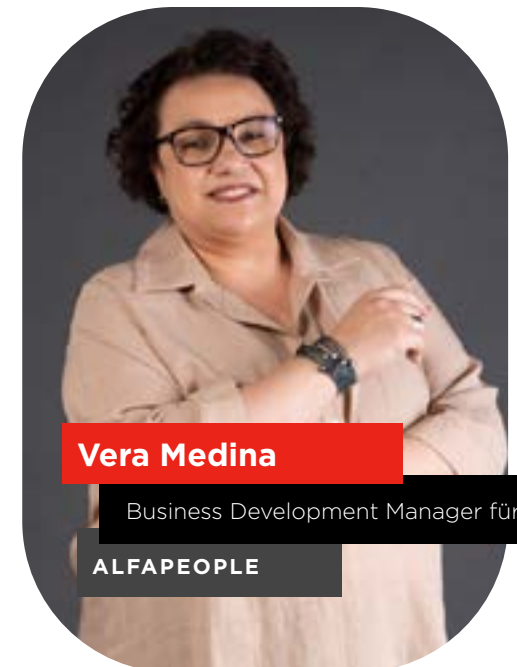
verbesserten Kundenerfahrung und der Möglichkeit, auf Daten basierende Entscheidungen in Echtzeit zu treffen.

Der Einfluss der KI auf die Geschäftsprozesse birgt auch nicht-finanzielle Vorteile, wie z. B. mehr Agilität und Innovation sowie eine langfristige strategische Positionierung. Doch die Implementierung von KI bringt auch Herausforderungen mit sich, darunter die Datenintegration, die Bereitschaft der Mitarbeitenden und das Change Management.

Eines ist jedoch sicher: Die KI wird unser dauerhafter Begleiter. Den Ergebnissen dieses Berichts zufolge werden die Investitionen in KI-Lösungen und -Technologien in den kommenden Jahren weiter steigen, was darauf hinweist, dass Unternehmen die potenziellen Auswirkungen von KI auf Geschäftsprozesse als erheblich einschätzen.

Auf den folgenden Seiten erfahren Sie mehr darüber, wie künstliche Intelligenz die Geschäftsprozesse in verschiedenen Branchen und Unternehmen verändert.

Wir wünschen Ihnen viel Spass bei der Lektüre.



Vera Medina

Business Development Manager für KI

ALFAPEOPLE



INHALT

KAPITEL 1

Details zum Bericht **4**

Eine Aufteilung von fast 50:50 5

KAPITEL 2

Schnelle Einführung von KI-Technologien **7**

Hindernisse bei der Einführung von KI 9

Gründe für die Einbindung von KI in Geschäftsprozessen 10

Vorbereitung auf eine schnelle Einführung 12

CUSTOMER CASE: Bonava, Elisabeth Shishoo 13

KAPITEL 3

Vorteile und Herausforderungen der KI-Implementierung in Geschäftsprozessen **16**

Umsatzsteigerung durch KI 19

Nicht-finanzielle Vorteile der KI-Integration 20

Besondere Herausforderungen bei der Integration 21

CUSTOMER CASE: Nortel, Fernando Barbosa 23

KAPITEL 4

Aktueller und zukünftiger Einsatz von Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen **26**

Nutzung der Microsoft KI-Funktionen 29

Zukünftige Nutzung der Microsoft KI-Funktionen 31

KAPITEL 5

Budgetzuteilung und erwartete Auswirkungen von KI auf Unternehmen **35**

Mögliche Auswirkungen von KI auf Geschäftsprozesse 37

KAPITEL 1

Details zum Bericht

Eine Aufteilung von fast 50:50

Bevor wir uns detaillierter mit der Frage befassen, wie Unternehmen KI-Lösungen von Microsoft in ihre Geschäftsprozesse integrieren, werfen wir einen kurzen Blick auf die Teilnehmenden unserer Umfrage:

- 137 Personen haben an der Umfrage zu „Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen: Ausblick 2025“ teilgenommen.
- 51 % der Befragten repräsentieren mittelgrosse Organisationen mit 51 bis 500 Beschäftigten.
- 68 % der Befragten haben eine leitende Funktion oder eine Funktion in der Geschäftsführung inne.

Die Unternehmensgrösse spiegelt die KI-Nutzung wider.

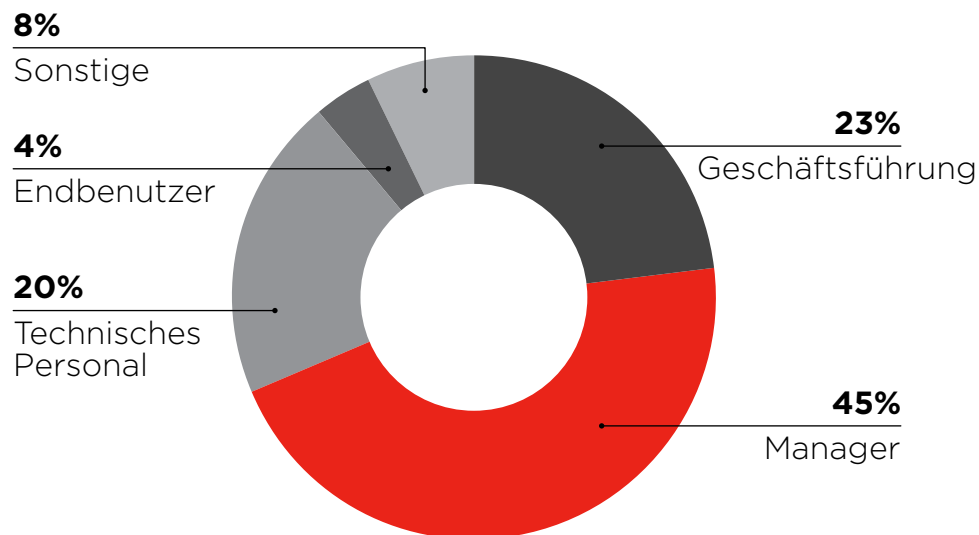
Bei der Frage, wie die in der Umfrage vertretenen Unternehmen KI-Lösungen generell in ihren Geschäftsprozessen einsetzen, scheint die Grösse des Unternehmens ein wesentlicher Aspekt zu sein.

45 Prozent der kleinen Unternehmen (1-50 Mitarbeitende) nutzen KI, während mittelständische Unternehmen (51 Prozent), grosse Unternehmen (61 Prozent) sowie Konzerne (50 Prozent) deutlich höhere Akzeptanzraten aufweisen. Mit anderen Worten (oder Zahlen): Unabhängig von der Unternehmensgrösse scheint es eine fast 50:50-Aufteilung zwischen denjenigen zu geben, die KI-Funktionen in ihren Geschäftsprozessen nutzen, und denjenigen, die dies nicht tun.

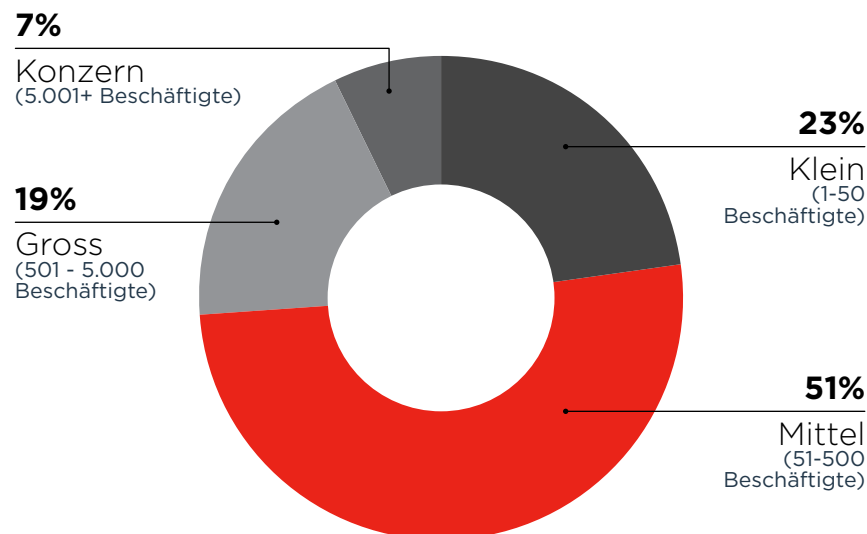
DATENERHEBUNG:

Der Bericht basiert auf den Antworten von Befragten, die im Zeitraum von Mai bis September 2024 gesammelt wurden. Die Teilnehmenden stammten aus Märkten weltweit, in denen AlfaPeople vertreten ist. Erfahren Sie auf dieser und der folgenden Seite mehr über die Befragten.

Welche Position haben Sie innerhalb Ihrer Organisation?



Wie gross ist Ihre Organisation?



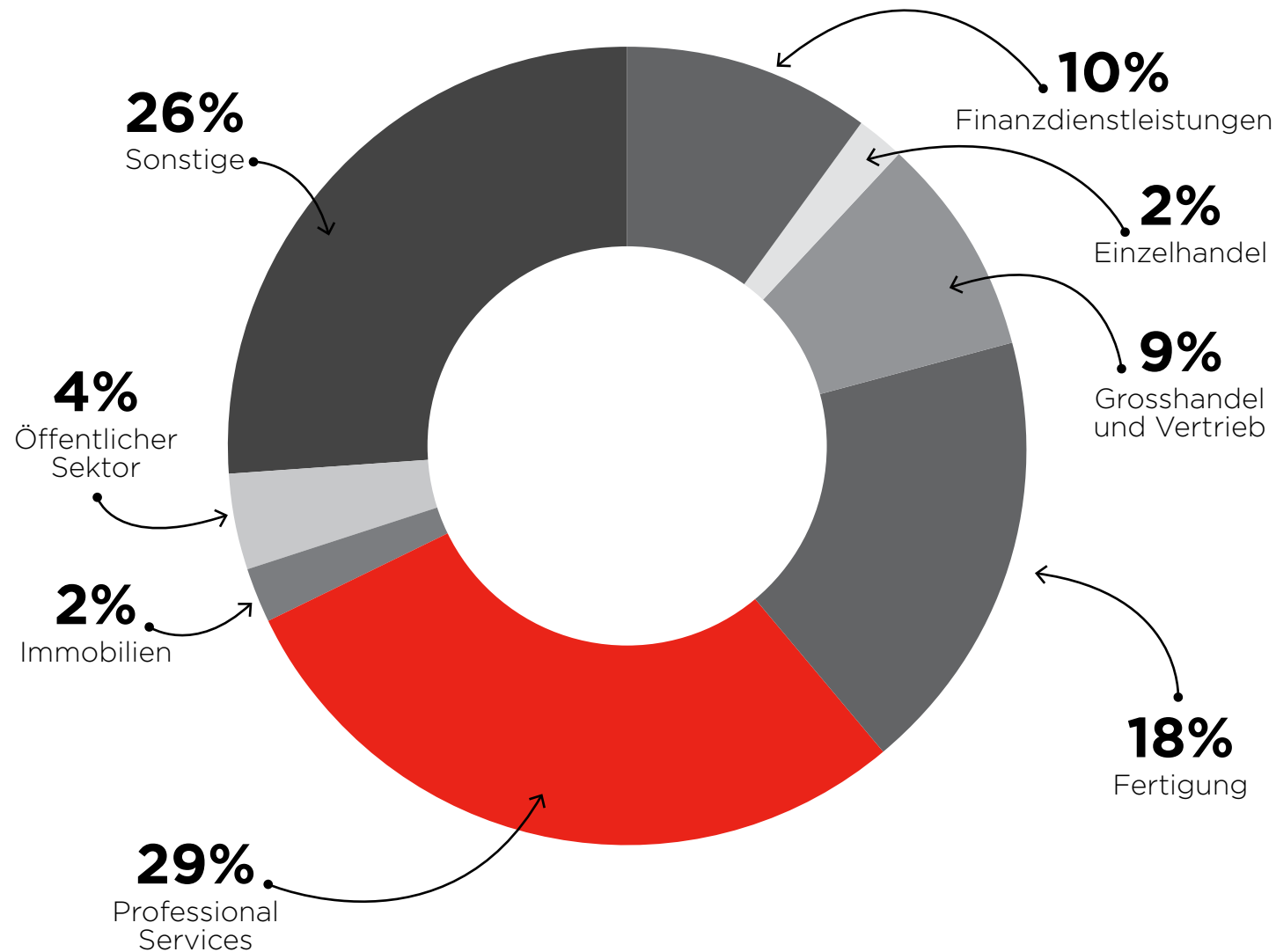
Manche Branchen sind bereits viel weiter

Die Befragten stammen aus verschiedenen Branchen, darunter Professional Services (29 Prozent), gefolgt von Fertigung (18 Prozent), Finanzdienstleistungen (10 Prozent), Grosshandel (9 Prozent), öffentlicher Sektor (4 Prozent), Einzelhandel (2 Prozent) und Immobilien (2 Prozent).

Allerdings ist der Anteil der Unternehmen, die KI in ihren Geschäftsprozessen einsetzen, in der Branche der Finanzdienstleistungen mit 78 Prozent am höchsten. Im Einzelhandel setzen 67 Prozent künstliche Intelligenz ein, gefolgt von 62 Prozent bei Professional Services und 50 Prozent in der Fertigung.

Mit grösserem Abstand folgen die Immobilienbranche (33 Prozent) und der Grosshandel (25 Prozent). Der öffentliche Sektor hat das Nachsehen: 0 Prozent der Befragten aus dieser Branche setzen KI in ihren Geschäftsprozessen ein.

In welcher Branche sind Sie tätig?



A man with a beard, wearing a blue beanie and a green hoodie, is sitting and working on a silver laptop. He is looking down at the screen with a focused expression. The background is a blurred office environment with a brick wall and some office equipment.

KAPITEL 2

Schnelle Einführung von KI-Technologien

Laut einer [Studie von Gartner](#), einem in den USA ansässigen Beratungsunternehmen für Informationstechnologie, in der die Bereitschaft und der Einsatz von KI untersucht wurde, werden bis zum Jahr 2026 mehr als 80 Prozent der Unternehmen generative APIs oder Anwendungen, die durch solche Technologien ermöglicht werden, einsetzen.

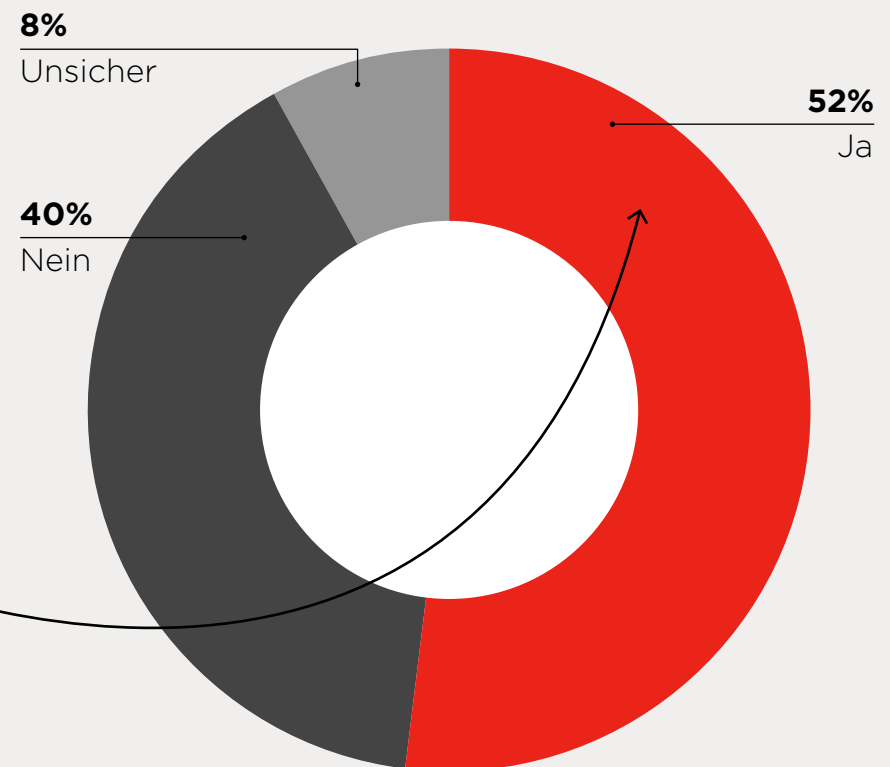
Diese rasche Einführung spiegelt sich auch in den Unternehmen wider, die an der Umfrage zu diesem Bericht teilnahmen: 52 Prozent der Befragten verwenden derzeit KI-Funktionen in ihren Geschäftsprozessen. 40 Prozent tun dies nicht, und 8 Prozent sind unsicher. Wenn man dies mit Unternehmen vergleicht, die spezifische, in Microsoft

Dynamics ERP oder CRM integrierte Microsoft KI-Lösungen nutzen, zeigt sich, dass Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) bei 44 Prozent der Unternehmen zum Einsatz kommt, während Microsoft 365 Copilot for Sales einen Anteil von 21 Prozent erreicht.

52%

**der Befragten setzen derzeit
KI-Funktionen in ihren
Geschäftsprozessen ein.**

Setzt Ihr Unternehmen derzeit KI-Funktionen in seinen Geschäftsprozessen ein?



Hindernisse bei der Einführung von KI

Die von Microsoft in Auftrag gegebene IDC-Studie „[Business Value of AI Survey 2023](#)“ zeigt verschiedene Herausforderungen auf, die Unternehmen bei der Implementierung von KI-Technologie erlebt haben oder erwarten. Laut der Studie sind die grössten Herausforderungen: Fachkräftemangel (52 Prozent), Kosten (28 Prozent), Bedenken bezüglich des Verlusts von Daten oder geistigem Eigentum durch unsachgemässen Einsatz von KI (28 Prozent) sowie mangelnde KI-Governance und Risikomanagement (26 Prozent).

Die zu diesem Bericht durchgeführte Umfrage spiegelt in vielerlei Hinsicht die Forschungsergebnisse der IDC wider. 42 Prozent der Befragten, die keine KI in ihren Geschäftsprozessen nutzen, führen dies auf mangelnde Aus-

und Weiterbildung zurück. 33 Prozent geben mangelndes Bewusstsein oder Verständnis als Grund an, während 29 Prozent auf fehlende Ressourcen verweisen.

Fehlende Ressourcen werden von kleinen (29 Prozent), mittelständischen (29 Prozent) und grossen (30 Prozent) Unternehmen gleichermassen als Hindernis aufgeführt. Mangelndes Bewusstsein oder Verständnis scheint jedoch ein grösseres Problem bei grossen Unternehmen (50 Prozent) sowie Konzernen (40 Prozent) zu sein. Fehlende Aus- und Weiterbildung stellt ein grosses Problem für kleine (41 Prozent) und mittelständische (50 Prozent) Organisationen dar, während Konzerne (20 Prozent) dies weniger als Herausforderung betrachten.

Was sind die Hauptgründe, warum Sie KI nicht in Ihren Geschäftsprozessen einsetzen?

Mangelndes Bewusstsein oder Verständnis



Fehlende Aus- und Weiterbildung



Mangelnde Unterstützung oder Anleitung durch die Geschäftsführung



Angst vor oder Misstrauen gegenüber KI



Fehlende Ressourcen



Mangel an Talenten mit den richtigen Fähigkeiten



Fehlende technologische Infrastruktur



Unbekannte Risiken

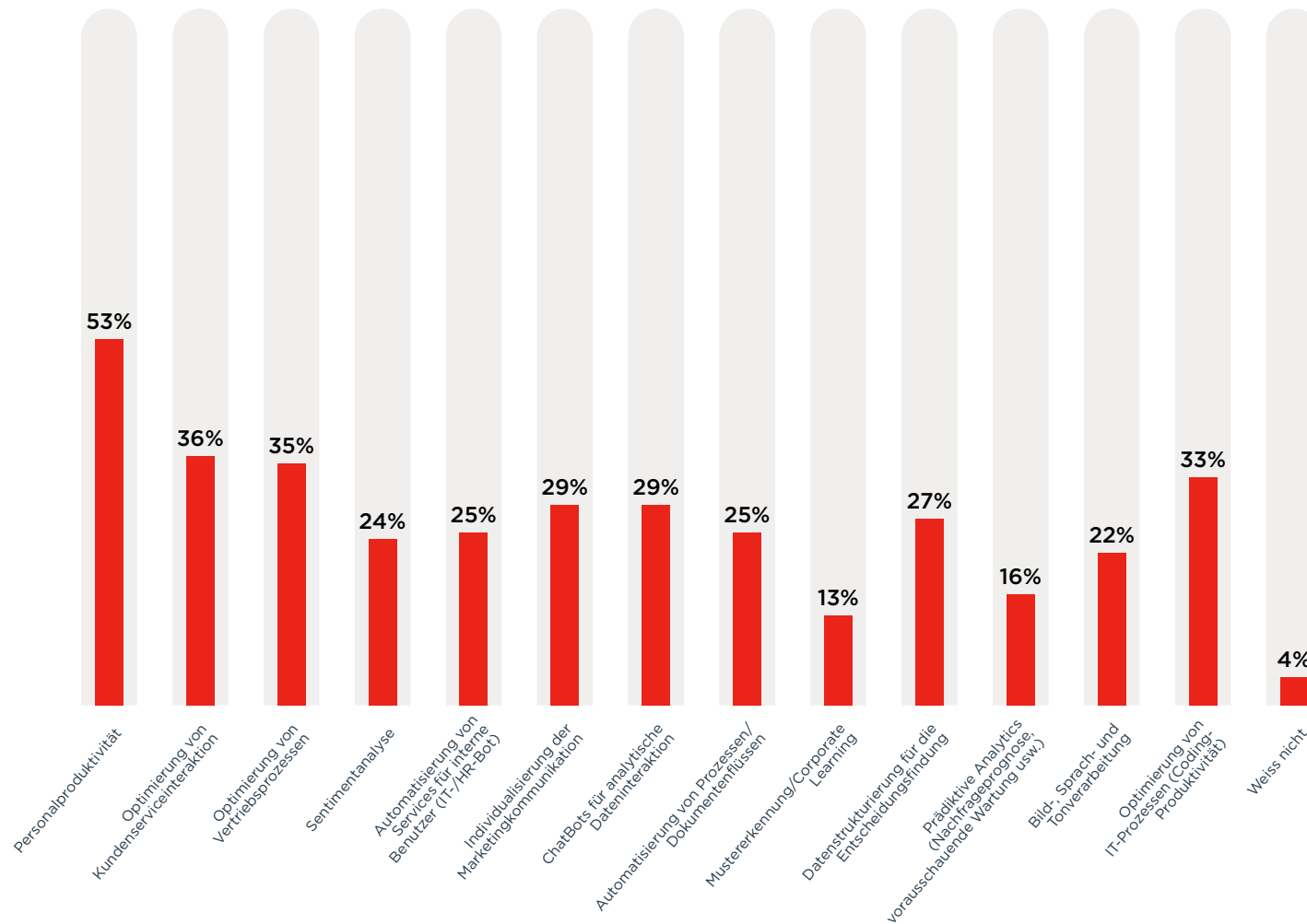


Keiner der oben genannten Gründe



Gründe für die Einbindung von KI in Geschäftsprozessen

Welche KI-Lösungen oder -Funktionen nutzen Sie derzeit?



Unter den Befragten in der Studie zu diesem Bericht, die derzeit KI-Funktionen in ihren Geschäftsprozessen einsetzen, ist die Personalproduktivität (53 Prozent) die am häufigsten genutzte Fähigkeit. An zweiter Stelle steht die Optimierung von Kundenserviceinteraktionen (36 Prozent), direkt gefolgt von der Optimierung von Vertriebsprozessen (35 Prozent).

Im Hinblick auf die Beweggründe der befragten Unternehmen für die Einbindung von KI in ihre Geschäftsprozesse stimmen die derzeit genutzten Bereiche und Funktionen genau mit der Motivation der Unternehmen überein.

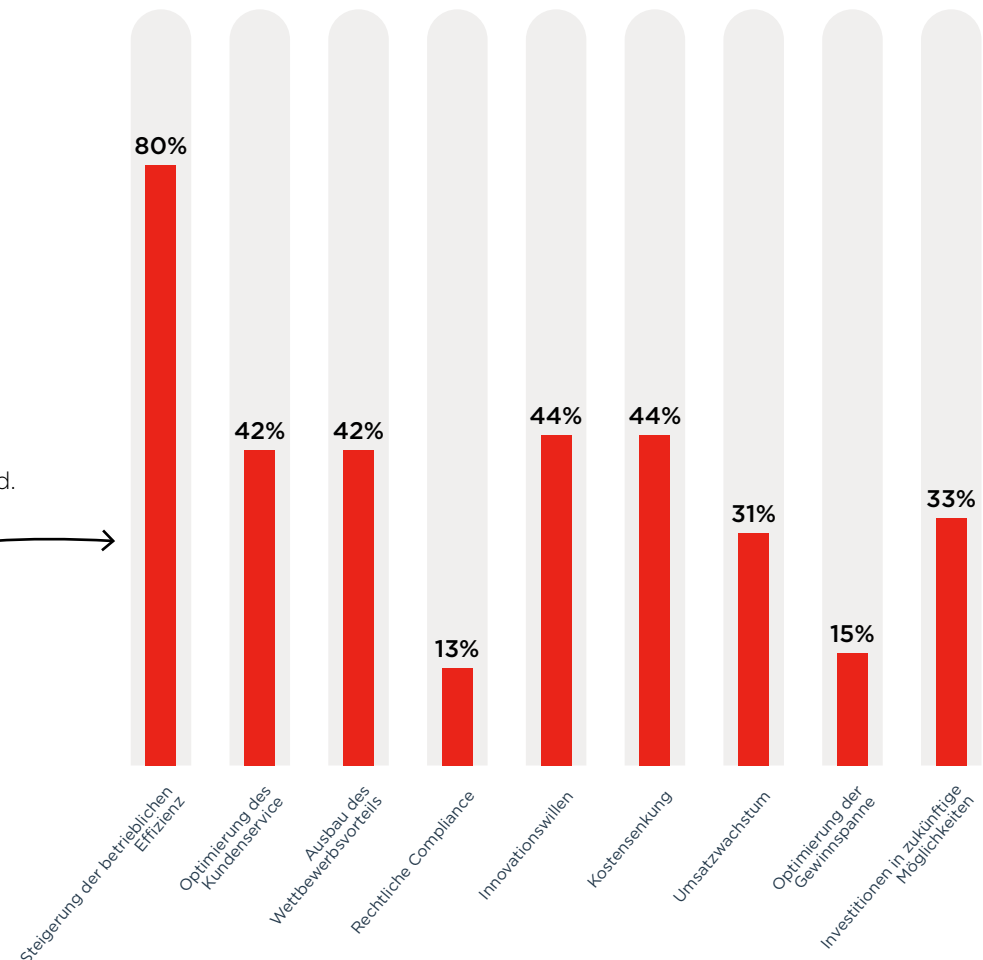
Interessant ist, dass unabhängig davon, welche KI-Funktionen verwendet werden, die Steigerung der betrieblichen Effizienz die treibende Motivation bei allen an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen zu sein scheint. Es ist dennoch nicht überraschend, dass die Optimierung des Kundenservice

die grösste Motivation für den Einsatz von jenen KI-Funktionen ist, die den Kundenservice optimieren und den Service für interne Benutzer automatisieren können.

Ebenso ist es nicht verwunderlich, dass die Steigerung der betrieblichen Effizienz (80 Prozent) die grösste Motivation für die Einführung von KI in Geschäftsprozessen darstellt. Überraschend ist jedoch, dass Umsatzwachstum (31 Prozent) und die Verbesserung der Gewinnspanne offenbar keine treibenden Faktoren sind.

80%
der Befragten sind durch die Möglichkeit bewogen, die betriebliche Effizienz zu steigern.

Was hat Ihr Unternehmen dazu bewogen, KI in Ihren Geschäftsprozessen einzusetzen?



Vorbereitung auf eine schnelle Einführung

Angesichts der Tatsache, dass 51 Prozent der in dieser Studie befragten Unternehmen bereits KI-Funktionen in ihren Geschäftsprozessen einsetzen, ist die Einführung von KI-Technologien in diesen Unternehmen auf einem guten Weg. Die 40 Prozent, die keine KI nutzen, müssen jedoch mit den Vorbereitungen beginnen.

Laut dem „[2024 Work Trend Index Annual Report](#)“ von Microsoft und LinkedIn hat sich der Einsatz von generativer KI in den vergangenen sechs Monaten fast verdoppelt: 75 Prozent der globalen Wissensarbeiter nutzen solche Funktionen.

„[Insights](#)“ von Forrester, einem Forschungs- und Beratungsunternehmen, das

mit führenden Geschäfts- und Technologiefirmen in einer Reihe von Branchen zusammenarbeitet, betont, wie wichtig es ist, sich auf die rasche Einführung und Verbreitung von generativer KI-Technologie in der Geschäftswelt vorzubereiten.

Forrester unterstreicht die Notwendigkeit für Unternehmen, die Bereitschaft und die Auswirkungen der Integration solcher Technologien in ihre Prozesse zu evaluieren. Das Beratungsunternehmen schlussfolgert, dass Firmen, die generative KI nutzen, um bessere Erfahrungen zu machen, innovativere Angebote zu schaffen und die Produktivität zu steigern, ein überdurchschnittliches Wachstum erzielen und ihre Konkurrenz überflügeln werden.



Das Wohnungsbaunternehmen Bonava analysiert, wie KI-Funktionen zum Aufbau des Geschäfts beitragen können

Aus Neugierde arbeitet Bonava im Hinblick auf künstliche Intelligenz daran, das Wissensniveau im Unternehmen zu steigern und die Vorteile Schritt für Schritt umzusetzen.

Bonava ist eines der führenden Wohnungsbaunternehmen in Nordeuropa und baut und verkauft erschwingliche und nachhaltige Wohnungen direkt an seine Abnehmer.

Die Wohnungsbaugesellschaft ist in Schweden, Finnland und Deutschland sowie in den baltischen Staaten Estland, Lettland und Litauen tätig und erwirbt Grundstücke, um Wohnquartiere aufzubauen.

Die Aktiengesellschaft Bonava ist bereits seit den 1930er Jahren aktiv. Der Hauptsitz des Unternehmens befindet sich in Stockholm, Schweden. Das Unternehmen beschäftigt 1.300 Mitarbeitende in seinen sechs Märkten und strebt danach, seine Position in Regionen mit erheblichem Potenzial für eine langfristige Wertschöpfung zu stärken.

So möchte das Unternehmen Standorte und Umgebungen erschaffen, in denen sich Menschen wohl fühlen und künftige Generationen wachsen können.

„Wir bauen glückliche Wohnquartiere für viele Menschen“, erklärt Elisabeth Shishoo, Group Digital Product Owner bei Bonava.

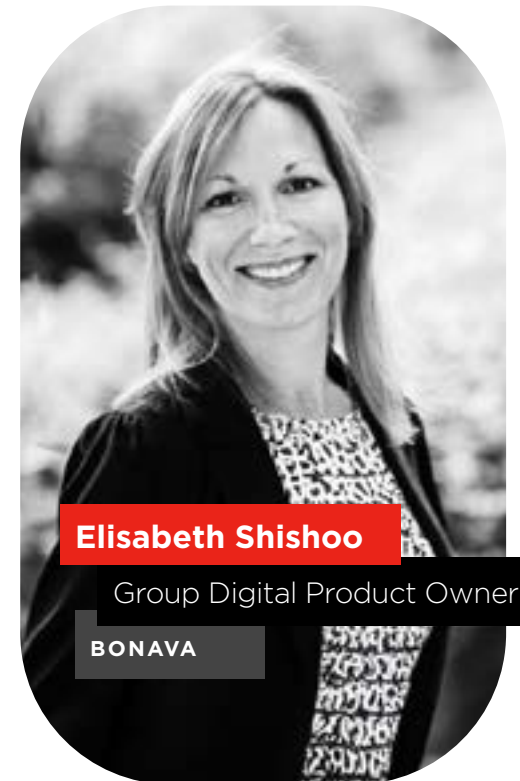
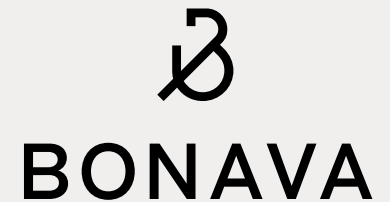
Den Fortschritt sichern

Als die künstliche Intelligenz, vor allem die generative KI in Form von ChatGPT, Ende 2022 ihr Debüt gab und die Welt veränderte, war die Neugierde des Unternehmens schnell geweckt – insbesondere im Digital-Team von Bonava.

„Meine Kollegen im Digital-Team und ich haben uns sehr für diese neue Technologie interessiert. Wir haben

viel Zeit damit verbracht, uns mit generativer KI zu befassen und Seminare sowie Webinare besucht – wir haben einfach viel gelernt. Dann begannen wir, uns auf die verantwortungsvolle Nutzung sowie auf die Einhaltung von Gesetzen und ethischen Grundsätzen zu konzentrieren. Jetzt haben wir einen Punkt erreicht, an dem wir erkunden, welche Möglichkeiten wir haben und wie wir KI im Unternehmen einführen können, um die Nutzung zu fördern“, erläutert Elisabeth Shishoo.

Das Digital-Team von Bonava, dem Elisabeth Shishoo angehört, übernahm die Führung bei der Gründung einer funktionsübergreifenden Gruppe, dem Group Generative AI-Forum.



Elisabeth Shishoo

Group Digital Product Owner

BONAVA

„Das Ziel dieser Gruppe besteht darin, sicherzustellen, dass wir als Unternehmen Fortschritte bei der Einführung von KI in unsere Prozesse und unsere tägliche Arbeit machen, und zwar auf verantwortungsvolle Weise“, so Elisabeth Shishoo.

Unerwartete Vorteile

Das Hauptaugenmerk der aktuellen KI-Bestrebungen von Bonava liegt darauf, den Wissensstand innerhalb des Unternehmens voranzubringen. Bonava konzentriert sich darauf, die allgemeine Nutzung von generativer KI zu erhöhen, und empfiehlt derzeit ChatGPT als Unternehmensplattform.

Parallel dazu überwacht Bonava die weitere Entwicklung von Copilot, da Bonava viele Lösungen von Microsoft einsetzt.

Laut Elisabeth Shishoo verwendet das Digital-Team von Bonava häufig ChatGPT – es hilft Mitarbeitenden dabei, E-Mails schneller zu verfassen, Präsentationen zu entwerfen oder eine Meeting-Agenda zu erstellen. Das Tool hat aber auch unerwartete Vorteile:

„Es ist auch in anderen Bereichen von Vorteil, vor allem wenn es darum geht, alternative Ansätze, Coachings und Sparrings vorzuschlagen“, zählt Elisabeth Shishoo auf.

Der Einsatz von generativer KI hat auch zu neuen Prozessen innerhalb von Bonava geführt.

Früher war die Marketingabteilung für die Verkaufsanzeigen der Häuser und deren Veröffentlichung im Internet zuständig – heute werden diese Texte mithilfe generativer KI erstellt. Anstatt die Verkaufsanzeigen von einer Agentur verfassen zu lassen, kann das Team sie mithilfe von KI auf der Grundlage von projektspezifischen Daten und Parametern erstellen, erläutert Elisabeth Shishoo.

„Wir müssen keine Vorreiter sein und als erste neue Lösungen entwickeln, sondern wir werden dies Schritt für Schritt tun. Aber ich bin sicher, dass dies langfristig viele Bereiche des Unternehmens verändern wird“, sagt sie.

„Wir müssen keine Vorreiter sein und als erste neue Lösungen entwickeln, sondern wir werden dies Schritt für Schritt tun. Aber ich bin sicher, dass dies langfristig viele Bereiche des Unternehmens verändern wird“.

Elisabeth Shishoo,

GROUP DIGITAL PRODUCT OWNER

Erhalten Sie neues Wissen und Inspiration

– folgen Sie AlfaPeople auf LinkedIn

Als einer der grössten Microsoft-Partner ist AlfaPeople stets am Puls der globalen Wirtschaft und Industrielandschaft und verfügt über umfassende Kenntnisse darüber, wie Unternehmen Geschäftstechnologien implementieren und einsetzen können.

Folgen Sie uns auf LinkedIn, um Zugang zu Wissen zu erhalten, das Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhelfen kann.

FOLGEN SIE ALFAPEOPLE HIER



A man with a beard and glasses, wearing a light blue sweater, and a woman with dark hair, wearing a grey t-shirt, are both smiling and looking towards the left side of the frame. They appear to be in a modern office or meeting room with large windows in the background. The man is in the foreground, and the woman is slightly behind him.

KAPITEL 3

Vorteile und Herausforderungen der KI-Implementierung in Geschäftsprozessen

Im jüngsten „[2024 Work Trend Index Annual Report](#)“, von Microsoft und LinkedIn stimmen die meisten Führungskräfte darin überein, dass künstliche Intelligenz eine Notwendigkeit ist, aber der Druck, einen schnellen ROI vorzuweisen, verlangsamen den Fortschritt.

Wenn man jedoch den Daten der [IDC-Umfrage „Business Value of AI Survey 2023“](#) Glauben schenken darf, erzielen Unternehmen innerhalb von 14 Monaten eine Rendite aus ihren KI-Investitionen. Für jeden Dollar, den ein Unternehmen in KI

investiert, erzielt es eine durchschnittliche Rendite in Höhe des 3,5-fachen Betrags.

Dieses Ergebnis deckt sich gut mit den Erkenntnissen aus der Umfrage, die diesem Bericht zugrunde liegt. Auf die Frage, wie hoch die Kostensenkungen in ihrem Unternehmen sind, die auf die Implementierung von KI in ihren Prozessen zurückzuführen sind, antworten 25 Prozent der Befragten mit 2,1 bis 5 Prozent. 11 Prozent nannten eine Kostensenkung von 5,1-10 Prozent, während 7 Prozent 0,1-2 Prozent angaben. 9 Prozent haben keine Kostensenkungen festgestellt.



Wer Microsoft KI in Kombination mit Microsoft Dynamics ERP oder CRM einsetzt, profitiert von den Vorteilen der KI in seinen Geschäftsprozessen. 29 Prozent führen Kostensenkungen in Höhe von 2,1-5 Prozent auf die Nutzung von KI-Funktionen in Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers) zurück, während 21 Prozent Kostensenkungen von 5,1-10 Prozent nannten.

54 Prozent schreiben der KI-Implementierung Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) eine Kostenreduzierung in Höhe von 2,1-10 Prozent zu. 43 Prozent derjenigen, die Copilot for Sales nutzen, gaben Kostensenkungen von 2,1-5 Prozent an, während 67 Prozent derjenigen,

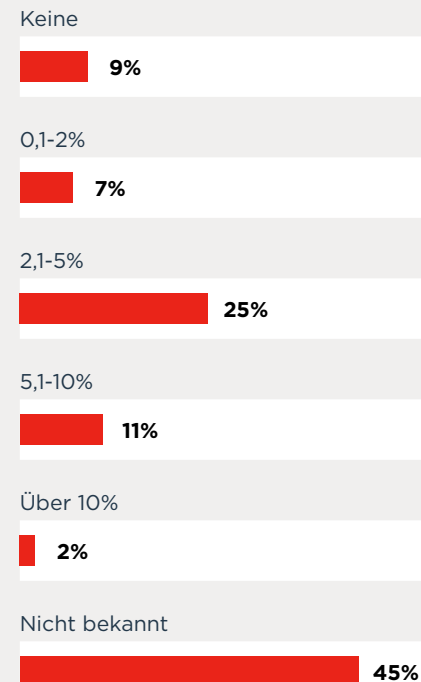
die Copilot for Services nutzen, Kostensenkungen in Höhe von 2,1-5 Prozent auf KI zurückführen.

50 Prozent derjenigen, die AI Builder (Power Plattform) nutzen, weisen der KI-Implementierung eine Kostenreduzierung von 2,1-5 Prozent zu, und 75 Prozent derjenigen, die Azure AI Services einsetzen, schreiben der KI eine Kostenreduzierung von bis zu 10 Prozent zu.

45%

der Befragten können die Kostensenkungen durch den Einsatz von KI nicht beziffern.

Können Sie die Kostensenkungen in Ihrem Unternehmen beziffern, die auf die Einführung von KI in Ihren Prozessen zurückzuführen sind?



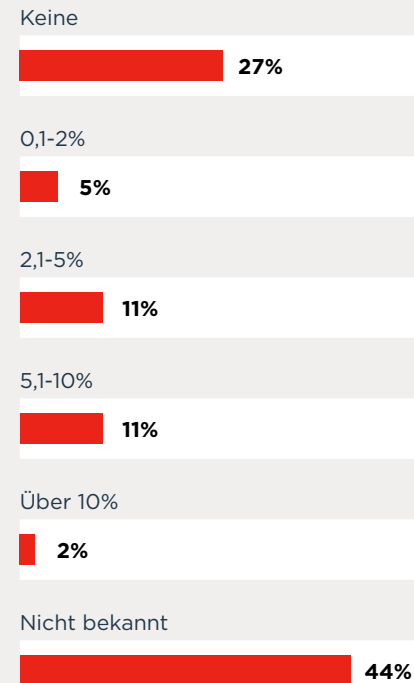
Umsatzsteigerung durch KI

Die von Microsoft in Auftrag gegebene IDC-Umfrage „[Business Value of AI Survey 2023](#)“ geht davon aus, dass generative KI-Funktionen in den nächsten 10 Jahren das globale BIP um fast 10 Billionen US-Dollar steigern werden.

Auf die Bitte, die Umsatzsteigerung durch die Implementierung von KI in ihren Geschäftsprozessen zu quantifizieren, geben 5 Prozent an, dass sie eine Steigerung von 0,1-2 Prozent verzeichnet haben. 11 Prozent nennen einen Zuwachs von 2,1-5 Prozent, während 11 Prozent eine Umsatzsteigerung von 5,1-10 Prozent melden. 44 Prozent können keine Angabe hierzu machen.

Von denjenigen, die Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers) verwenden, geben 36 Prozent an, dass sie eine Umsatzsteigerung zwischen 2,1 und 10 Prozent auf die KI-Implementierung zurückführen. 53 Prozent derjenigen, die Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) nutzen, schreiben der KI-Implementierung in ihren Prozessen eine Umsatzsteigerung von 2,1 bis 10 Prozent zu. 46 Prozent der Anwender von Copilot for Sales führen eine Umsatzsteigerung von bis zu 10 Prozent auf KI zurück – unter den Benutzern von Copilot for Services sagen dies 99 %.

Können Sie die Umsatzsteigerung in Ihrem Unternehmen beziffern, die auf die Implementierung von KI in Ihren Prozessen zurückzuführen ist?



Nicht-finanzielle Vorteile der KI-Integration

Bei der Integration von KI-Funktionen geht es jedoch nicht nur um Kostensenkung und Umsatzsteigerung, sondern sie kann auch mehrere nicht-finanzielle Vorteile mit sich bringen.

Laut der diesem Bericht zugrunde liegenden Umfrage haben 58 Prozent der Befragten die Erfahrung gemacht, dass die Produktivität ihrer Mitarbeitenden gestiegen ist. 45 Prozent haben Innovation und Wettbewerbsvorteile beobachtet, während 40 Prozent eine verbesserte Kundenzufriedenheit erwähnen. Am unteren Ende der Liste haben 25 Prozent eine schnellere Entscheidungsfindung erlebt, während nur 11 Prozent ein besseres Compliance- und Risikomanagement anführen.

Die Daten der IDC-Umfrage „Business Value of AI Survey 2023“ untermauern diese Erkenntnisse: Sie zeigen, dass künstliche Intelligenz in Bereichen wie Mitarbeitererfahrung, Kundenengagement und interne Geschäftsprozesse einen nachweisbaren geschäftlichen Nutzen hat und dass sie auch dazu beitragen kann, die Innovationskurve zu verbessern.

58%

haben eine verbesserte Personalproduktivität festgestellt.

Welche nicht-finanziellen Vorteile hat die Integration von KI in Ihre Geschäftsprozesse ergeben?

Verbesserte Kundenzufriedenheit



Höhere Personalproduktivität



Schnellere Entscheidungsfindung



Verbesserung der rechtlichen Compliance und des Risikomanagements



Innovationen und Wettbewerbsvorteil



Sonstige



Besondere Herausforderungen bei der Integration

Obwohl die befragten Unternehmen Kostensenkungen, Umsatzsteigerungen und andere Vorteile anführen, die sie der Nutzung von KI zuschreiben, sehen viele Unternehmen dennoch grosse Herausforderungen bei der Implementierung von KI.

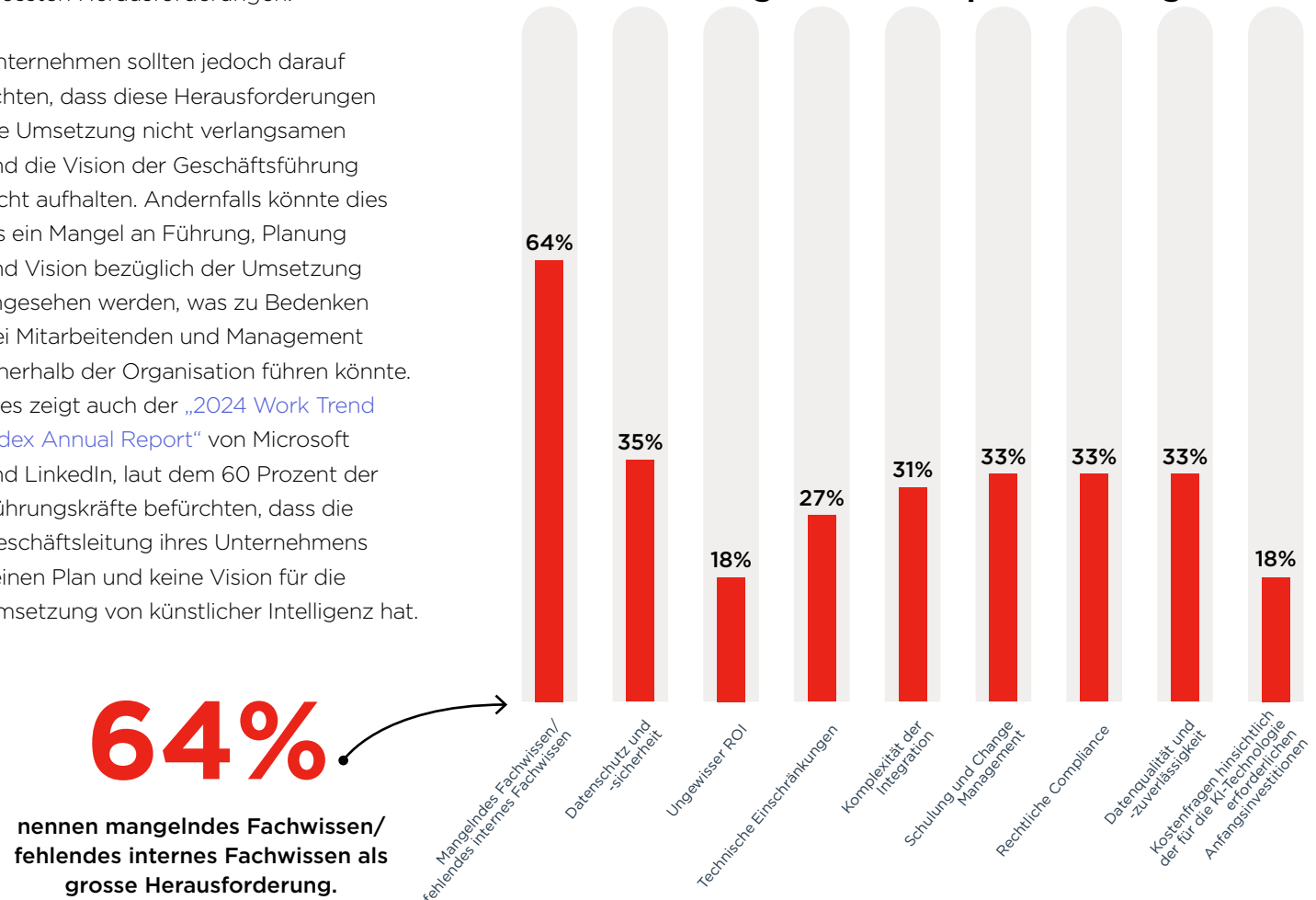
64 Prozent nennen mangelndes Fachwissen/fehlendes internes Fachwissen als eine grosse Herausforderung. Datenschutz und Datensicherheit (35 Prozent) stehen an zweiter Stelle der Herausforderungen, während sich Schulungen und Change Management, die Einhaltung gesetzlicher Vorschriften sowie die Datenqualität und -zuverlässigkeit (33 Prozent) den dritten Platz teilen.

Betrachtet man die Unternehmensgrösse, so ergibt sich das gleiche Bild: 54 Prozent der kleinen Unternehmen, 71 Prozent der mittelgrossen Unternehmen, 60 Prozent der grossen Unternehmen und 75 Prozent der Konzerne nennen mangelndes Fachwissen/fehlendes

internes Fachwissen als eine der grössten Herausforderungen.

Unternehmen sollten jedoch darauf achten, dass diese Herausforderungen die Umsetzung nicht verlangsamen und die Vision der Geschäftsführung nicht aufhalten. Andernfalls könnte dies als ein Mangel an Führung, Planung und Vision bezüglich der Umsetzung angesehen werden, was zu Bedenken bei Mitarbeitenden und Management innerhalb der Organisation führen könnte. Dies zeigt auch der „2024 Work Trend Index Annual Report“ von Microsoft und LinkedIn, laut dem 60 Prozent der Führungskräfte befürchten, dass die Geschäftsleitung ihres Unternehmens keinen Plan und keine Vision für die Umsetzung von künstlicher Intelligenz hat.

Was sind Ihrer Meinung nach die grössten Herausforderungen bei der Implementierung von KI?



64%

betrachten mangelndes Fachwissen oder fehlendes
internes Fachwissen als grosse Herausforderung bei der
Implementierung von KI.

Nortel, ein Händler für Elektromaterialien, nutzt KI zur Unterstützung seiner Geschäftsprozesse

Um seine Geschäftsprozesse zu optimieren und die Anzahl repetitiver manueller Aufgaben zu reduzieren, hat Nortel ein eigenes KI-Tool entwickelt, das die Produktivität bereits erheblich gesteigert hat.

Nortel, ein Unternehmen der Sonepar-Gruppe, ist der grösste brasilianische Händler für Elektromaterialien und beliefert verschiedene Branchen im ganzen Land.

Das Vertriebsunternehmen für Elektroprodukte hat seinen Sitz in Campinas im Bundesstaat São Paulo. Der Händler betreut 15.000 Kunden und beschäftigt 800 Mitarbeitende in 60 Filialen in ganz Brasilien.

Seit 1966 beschäftigt sich Nortel mit dem Vertrieb von Elektromaterialien und Sicherheitskomponenten, Werkzeugen und industriellen Schalttafeln sowie mit Produkten für Automatisierung, Wartung, Reparatur und Betrieb.

Das Unternehmen hat sich

zum Ziel gesetzt, der führende Elektrohändler in Brasilien zu sein und Unternehmenskunden die optimalen Lösungen für ihre Anforderungen zu bieten.

„Wir bedienen in erster Linie B2B-Kunden und helfen ihnen dabei, ihre Abläufe in verschiedenen Segmenten zu optimieren“, erklärt Fernando Barbosa, Commercial Director bei Nortel.

Ersatz von manuellen Aufgaben

Nortel arbeitet mit zwei verschiedenen Geschäftsmodellen: Verträge und Spotverkäufe. Das Vertragsmodell ist eine Lösung für grosse Unternehmen, die ein Angebot mit fixen Preisen für einen festgelegten Zeitraum benötigen. Spotverkäufe sind hauptsächlich für Kunden vorgesehen, die es vorziehen,

bei jedem Produktkauf einen anderen Preis zu erhalten.

„Sowohl für Vertragsverkäufe als auch für Spotverkäufe muss unser Team manuell die richtigen Produkte in unserem ERP finden, die den Produktspezifikationen unserer Kunden entsprechen – wir erstellen monatlich über 150.000 Angebote. Bei Nortel hatten wir einen Punkt erreicht, an dem wir aufgrund der manuellen Natur unserer Prozesse nicht länger mit der Marktnachfrage Schritt halten konnten.

Deshalb beschlossen wir, künstliche Intelligenz als mögliche Lösung zu erforschen, um unsere Prozesse zu beschleunigen und einige der manuellen Aufgaben zu automatisieren“, sagt Fernando Barbosa.



Fernando Barbosa

Commercial Director

NORTEL

So begann Nortel Anfang des letzten Jahres, intern über künstliche Intelligenz zu debattieren und zu überlegen, wie das Unternehmen die Entwicklung von KI-Lösungen für seine Geschäftsprozesse angehen könnte.

„Wir beschlossen, mit einem lokalen Startup-Unternehmen namens VOLIX zusammenzuarbeiten, um ein MVP (Minimum Viable Product) zu entwickeln und unter Beweis zu stellen, dass es funktionieren konnte. Glücklicherweise verfügten wir über eine Fülle von Daten zu Kundenanforderungen sowie zu den Produktlösungen, die wir ihnen vorschlugen“, so Fernando Barbosa.

Kein Weg zurück

Das Ergebnis war das KI-Tool „QuoteGPT“, das speziell entwickelt wurde, um Nortel bei der Optimierung seiner Geschäftsprozesse zu unterstützen. Das Ziel bestand darin, die Produktivität zu steigern und dem Team die Möglichkeit zu geben, sich auf seine Hauptaufgabe zu konzentrieren: die Verkaufsberatung.

„Wir möchten den Schwerpunkt unseres Teams von repetitiven manuellen

Aufgaben auf Verhandlungen mit Kunden und Lieferanten verlagern, damit wir ihre Bedürfnisse besser verstehen und Beziehungen aufbauen können“, erläutert Fernando Barbosa.

Nortel verbessert kontinuierlich die Genauigkeit des Tools und stellt in Kürze eine benutzerfreundlichere Webversion bereit. Im Moment wird QuoteGPT nur für Vertragsverkäufe verwendet, aber laut Fernando Barbosa plant das Unternehmen, das Tool innerhalb des nächsten Jahres auf den gesamten Vertrieb auszuweiten.

„Wir sind noch in einer frühen Phase, aber ich bin zuversichtlich, dass eine Erhöhung unserer Trefferquote um nur 1 Prozent unsere monatlichen Umsätze um Millionen von brasilianischen Real steigern würde. Wir sind mit dem ROI des Tools zufrieden“, sagt er.

Ein weiterer Vorteil ist, dass Nortel viel schneller auf Kundenanfragen reagieren kann, was die Kundenzufriedenheit deutlich verbessert. Doch trotz der offensichtlichen Geschäftsvorteile musste Fernando Barbosa dem Team auch versichern, dass das Tool sie nicht

verdrängen würde. Er musste ihnen die Vorteile aufzeigen und alle an Bord holen.

„Ich glaube nicht, dass wir zu unserer früheren Arbeitsweise zurückkehren werden. Unser Team gewöhnt sich gerade an das Tool und profitiert bereits davon. Wir verfolgen auch sehr ehrgeizige Ziele, was die weitere

Entwicklung betrifft. Schliesslich möchten wir die Anwendung in unseren Webshop integrieren, so dass unsere Kunden ihre eigenen Listen hochladen und Angebote einholen können, ohne dass wir manuell eingreifen müssen“, erklärt Fernando Barbosa.

Ich glaube nicht, dass wir zu unserer früheren Arbeitsweise zurückkehren werden. Unser Team gewöhnt sich gerade an das Tool und profitiert bereits davon. Wir verfolgen auch sehr ehrgeizige Ziele, was die weitere Entwicklung betrifft.

Fernando Barbosa,

COMMERCIAL DIRECTOR



Ihr Portal für News und Einblicke in das Ökosystem von Microsoft Dynamics

Entdecken Sie unser Blog-Archiv und erhalten Sie Tipps & Tricks, Brancheneinblicke sowie umfangreiche Kenntnisse rund um Microsoft Dynamics. Sie erwartet eine Fülle von Wissen und Einblicken von unseren erfahrenen Experten und Expertinnen zu Themen wie KI, Daten, ERP, CRM und Automatisierung.

BESUCHEN SIE DEN AL-FAPEOPLE-BLOG HIER



A photograph of two men in an office setting. The man in the foreground, on the left, has a beard and a topknot, wearing a light blue blazer over a yellow shirt. He is smiling and looking at a laptop screen. The man behind him, on the right, is also smiling and looking at the same screen. He has a beard and is wearing a white sweater. The background is a blurred office environment with glass partitions and warm lighting.

KAPITEL 4

Aktueller und zukünftiger Einsatz von Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen

Erst vor einem Jahr wurde Microsoft 365 Copilot eingeführt, um KI-Funktionen der nächsten Generation bei der Arbeit zu nutzen. Das Ziel war und ist weiterhin, die Leistung grosser Sprachmodelle (LLMs) mit Ihren Daten in Microsoft Graph und den Microsoft 365-Applikationen zu kombinieren, um interaktive, KI-basierte Unterstützung für alle Geschäftsfunktionen zu bieten.

Es stellt sich jedoch die Frage, ob Unternehmen und Organisationen sich der von Microsoft angebotenen KI-Funktionen bewusst sind.

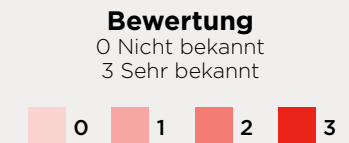
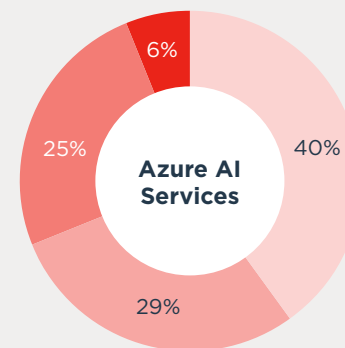
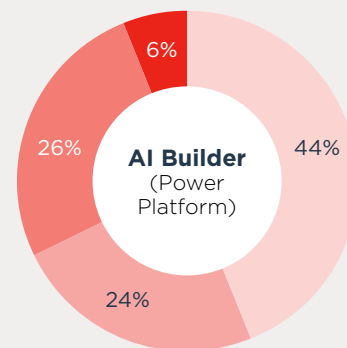
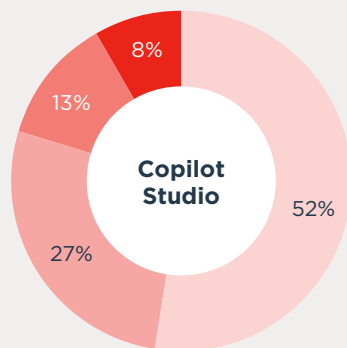
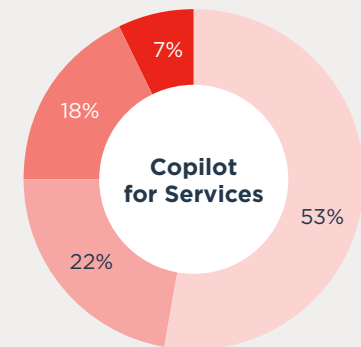
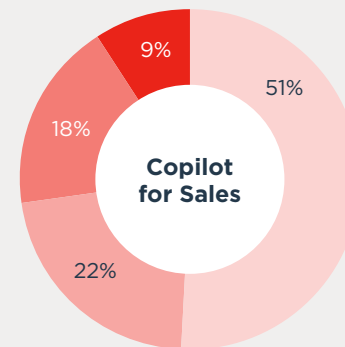
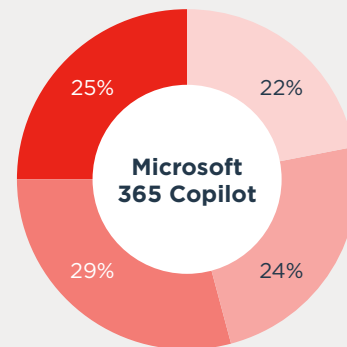
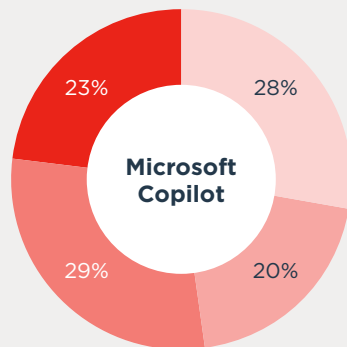
Laut der diesem Bericht zugrunde liegenden Umfrage lautet die Antwort auf diese Frage sowohl ja als auch nein. In Bezug auf Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers)

und Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) verteilt sich die Bekanntheit fast gleichmässig von 0–3, wenn die Befragten gebeten wurden, sie von „nicht bekannt“ bis „sehr bekannt“ einzustufen.

Betrachtet man das Bewusstsein für andere KI-Funktionen, ergibt sich kein schöneres Bild: 51 Prozent der Befragten bewerten ihr Bewusstsein bezüglich Copilot for Sales mit null. 53 Prozent nannten die gleiche Bewusstseinsstufe für Copilot for Services. 52 Prozent bewerten ihr Bewusstsein von Copilot Studio mit null, während 44 Prozent angaben, AI Builder (Power Platform) nicht zu kennen. Bei AI Azure Services waren dies 40 Prozent.

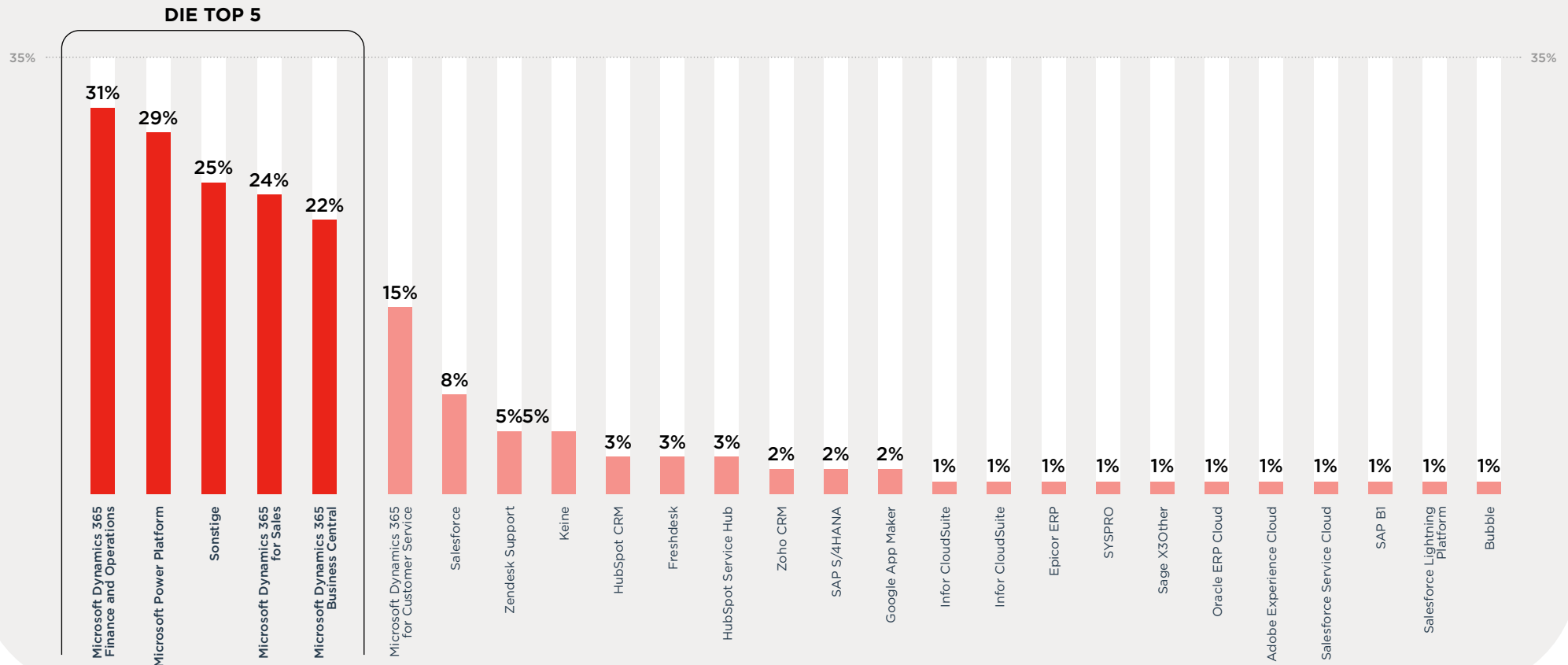


Kennen Sie die KI-Funktionen von Microsoft?



Nutzung der Microsoft KI-Funktionen

Welche Business Applikationen oder Plattformen verwendet Ihr Unternehmen derzeit?



Die fünf am meisten genutzten Geschäftsanwendungen oder Plattformen in der Umfrage zu diesem Bericht sind Microsoft Dynamics 365 Finance and Operations (31 Prozent), Microsoft Power Platform (29 Prozent), Microsoft Dynamics 365 for Sales (24 Prozent), Microsoft Dynamics 365 Business Central (22 Prozent) und Microsoft Dynamics 365 for Customer Service (15 Prozent).

Anhand eines Vergleichs zwischen diesen Business Applikationen oder Plattformen von Microsoft und dem Einsatz der Microsoft KI, die in Microsoft Dynamics ERP oder CRM integriert ist, lässt sich die aktuelle Nutzung der Microsoft KI-Funktionen besser nachvollziehen:

41 Prozent der Anwender von Microsoft Dynamics 365 Finance and Operations nutzen keine der in Microsoft Dynamics ERP oder CRM integrierten Microsoft KI-Funktionen. Allerdings verwenden 38 Prozent Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers), 27 Prozent Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) und 21 Prozent KI Azure Services.

55 Prozent der Benutzer von Microsoft Dynamics 365 Business Central setzen keine in Microsoft Dynamics ERP oder CRM integrierte Microsoft KI-Funktionen ein, aber 25 Prozent verwenden Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers) und 35 Prozent nutzen Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams).

36 Prozent der Anwender von Microsoft Dynamics 365 for Sales und 46 Prozent der Benutzer von Microsoft Dynamics 365 for Customer Service verwenden keine in Microsoft Dynamics ERP oder CRM integrierte Microsoft KI-Funktionen. Aber 36 Prozent der Anwender von Microsoft Dynamics 365 for Sales haben Copilot for Sales implementiert, während 23 Prozent der Benutzer von Microsoft Dynamics 365 for Customer Service Copilot for Services einsetzen.

74 Prozent der Anwender der Microsoft Power Platform haben entweder Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers) oder Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) implementiert.

Setzen Sie in Microsoft Dynamics ERP oder CRM integrierte KI-Funktionen von Microsoft ein?

Keine der oben genannten Plattformen



Microsoft Copilot (innerhalb des MS Edge-Browsers)



Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams)



Copilot for Sales



Copilot for Services



Copilot Studio



AI Builder (Power Platform)



Azure AI Services

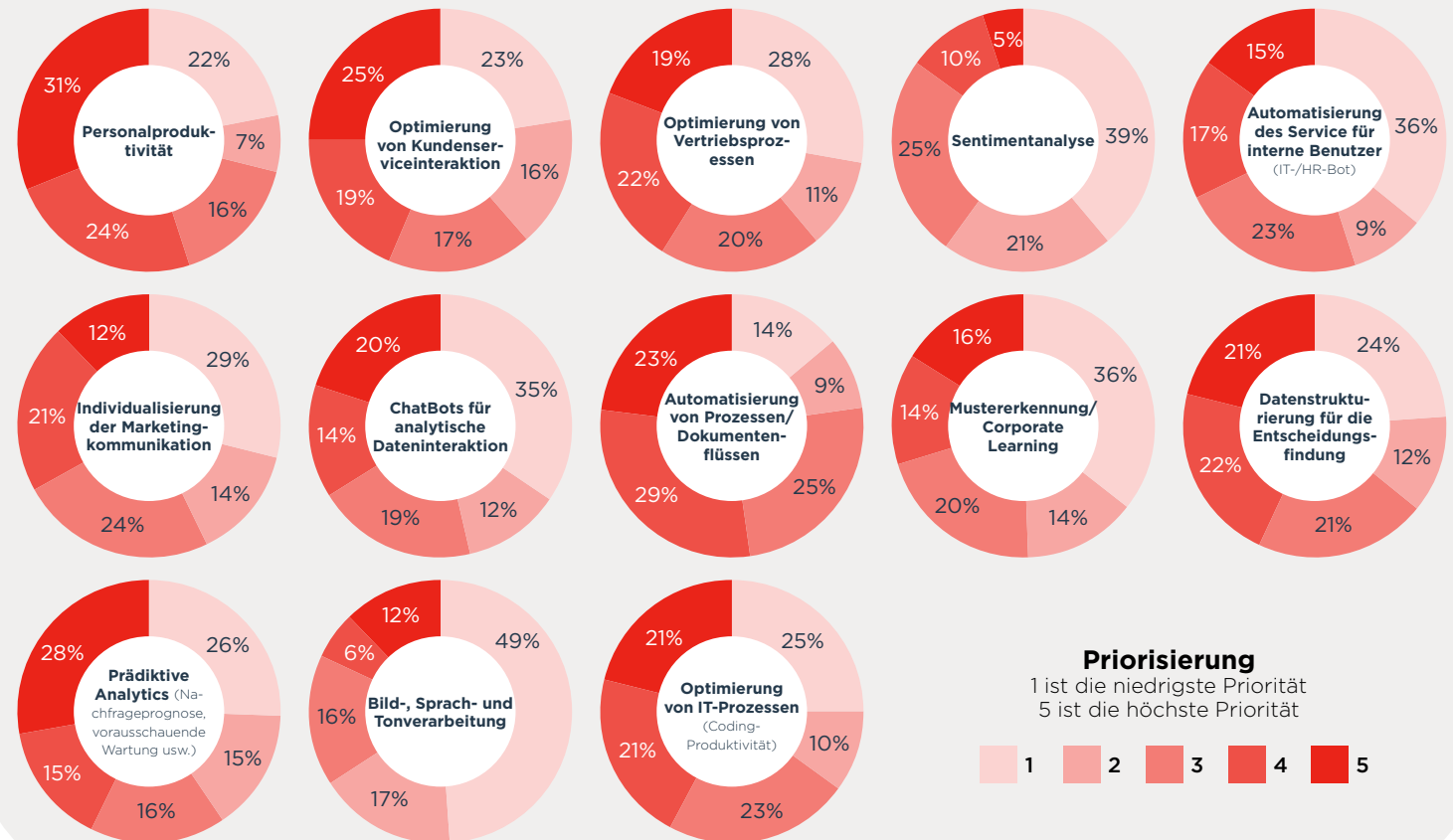


Zukünftige Nutzung der Microsoft KI-Funktionen

Laut der Umfrage, auf der dieser Bericht basiert, planen Unternehmen und Organisationen vor allem Investitionen in KI-Lösungen für die Bereiche Personalproduktivität, Optimierung der Kundenserviceinteraktion, prädiktive Analytics (Nachfrageprognose, vorausschauende Wartung usw.), Automatisierung von Prozessen/Dokumentenflüssen sowie Datenstrukturierung zur Entscheidungsfindung.

Ein Bereich, in den Unternehmen weniger investieren möchten, ist die Bild-, Sprach- und Tonverarbeitung: 49 Prozent räumen diesem Thema die geringste Priorität ein. 39 Prozent geben der Sentiment-Analyse die niedrigste Priorität, während 36 Prozent der Automatisierung von Services für interne Benutzer (IT-/HR-Bot) und Mustererkennung/Corporate Learning die niedrigste Priorität von 1 zuteilen.

In welche dieser KI-Lösungen planen Sie, im Jahr 2025 zu investieren?



Bei der Frage, welche Microsoft-Tools die befragten Unternehmen im nächsten Jahr einsetzen möchten, zeichnet sich ein klarer Gewinner ab: 48 Prozent planen die Nutzung von Microsoft 365 Copilot (Office/Teams). An zweiter Stelle steht Copilot in Microsoft Dynamics ERP mit 39 Prozent. Auf dem dritten Platz ist Microsoft Copilot im Microsoft Edge Browser (35 Prozent), dicht gefolgt von Copilot for Sales (33 Prozent) an vierter sowie Azure AI Services (30 Prozent) an fünfter Position.

48%

planen die Nutzung von Microsoft 365 Copilot (Office/Teams) im nächsten Jahr.

MICROSOFT COPILOT:

Microsoft Copilot ist ein Tool mit KI-Funktionen, das in erster Linie Microsoft 365-Benutzer mit Automatisierungsfunktionen für Word, Excel, PowerPoint, Outlook und Teams unterstützen soll. Darüber hinaus bietet Microsoft Copilot einen Business-Chat, der über das LLM, die Microsoft 365-Apps und Ihre Daten – Ihren Kalender, Ihre E-Mails, Chats, Dokumente, Meetings und Kontakte – hinweg funktioniert und Ihnen beispielsweise dabei hilft, ein Status-Update auf der Grundlage der Meetings, E-Mails und Chat-Threads des Vormittags zu erstellen.

Planen Sie, im nächsten Jahr eines der folgenden Microsoft-Tools einzusetzen?

Microsoft Copilot im Microsoft Edge Browser

35%

Microsoft 365 Copilot (Office/Teams)

48%

Copilot for Sales

33%

Copilot for Services

22%

Copilot Studio

20%

AI Builder (Power Platform)

22%

Azure AI Services

30%

Copilot in Microsoft Dynamics ERP

39%

Copilot in Microsoft Dynamics CRM

20%

Sonstige

13%

74%

der Microsoft Power Platform-Benutzer haben entweder Microsoft Copilot (im Microsoft Edge-Browser) oder Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) implementiert.

Erhalten Sie kostenloses Wissen und Einblicke per E-Mail

Melden Sie sich für unseren AlfaPeople-Newsletter an und erhalten Sie Wissen und Inspiration für Ihre digitale Transformation.

Der Newsletter erscheint 1- bis 2-mal pro Monat und umfasst Wissen, Trends und Erkenntnisse darüber, wie Sie die digitale Transformation mit Microsoft Dynamics 365 und Power Platform vorantreiben können.

Der Newsletter konzentriert sich auf informative und inspirierende Inhalte, damit Ihre digitale Transformation eine neue Stufe erreicht.

**MELDEN SIE SICH HIER
FÜR DEN ALFAPEOPLE-
NEWSLETTER AN**



A photograph of three business professionals in an office setting. A woman with curly hair, wearing a yellow blazer, is leaning over a desk and smiling. A man in a light blue sweater is standing behind her, also smiling. A woman with glasses, wearing a light grey blazer, is sitting at the desk, looking up at the others. They are all looking towards a computer screen on the left. The background shows a bright office with large windows and a potted plant.

KAPITEL 5

Budgetzuteilung und erwartete Auswirkungen von KI auf Unternehmen

Goldman Sachs Economic Research geht davon aus, dass die globalen Investitionen in KI-Technologien bis zum Jahr 2025 eine Höhe von 200 Milliarden Dollar erreichen werden. Darüber hinaus ergab die Forrester-Umfrage „Artificial Intelligence Pulse Survey“ aus Mai 2024, dass 67 Prozent der KI-Entscheidungsträger im kommenden Jahr verstärkt in generative KI investieren möchten.

Die diesem Bericht zugrunde liegende Umfrage deckt sich mit den Ergebnissen von Goldman Sachs und Forrester: 36 Prozent der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen planen, im Jahr 2025 zwischen 6 Prozent und 20 Prozent ihrer IT-Budgets für KI-Investitionen aufzuwenden. 5 Prozent möchten 21 Prozent oder mehr ihres IT-Budgets für KI-Technologien ausgeben. 36 Prozent antworteten, dass sie bis zu 5 Prozent ihres IT-Budgets in KI-Lösungen investieren werden.

Ein Vergleich zwischen den Unternehmen, die KI in ihren Geschäftsprozessen verwenden, und jenen, die keine KI-Funktionen verwenden, zeichnet im Hinblick auf die Bereitschaft, Teile des IT-Budgets für KI-Investitionen aufzuwenden, ein interessantes Bild:

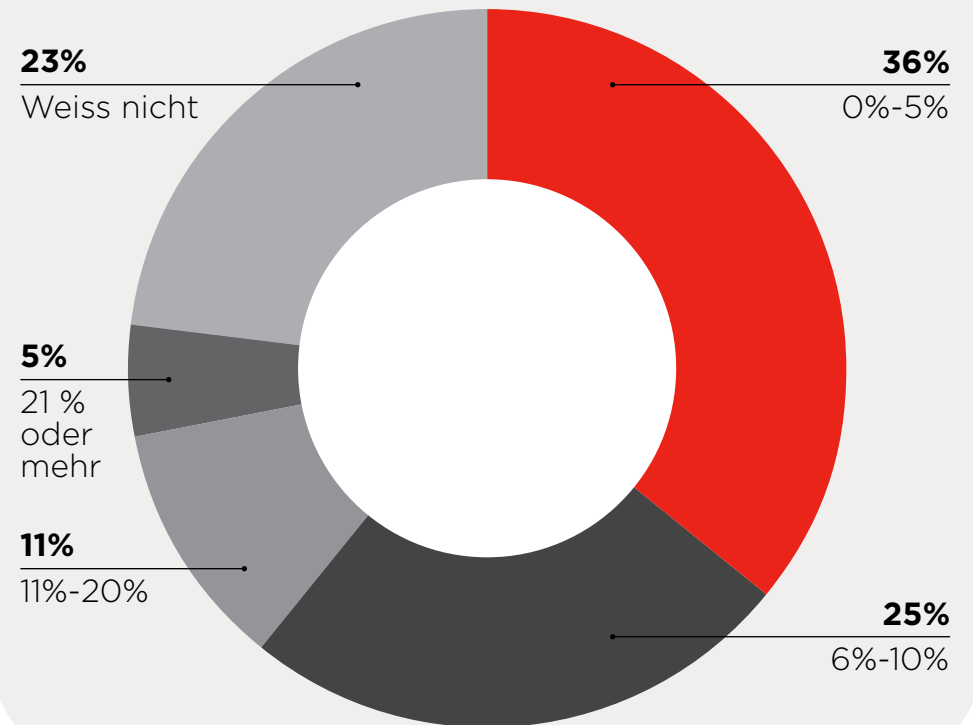
43 Prozent der Unternehmen, die aktuell keine KI-Funktionen in ihren Geschäftsprozessen verwenden, erwägen, 0-5 Prozent ihres IT-Budgets für KI-Investitionen auszugeben. 20 Prozent beabsichtigen, 6-10 Prozent ihres IT-Budgets in KI-Technologien zu investieren, während 7 Prozent der Unternehmen 11-20 Prozent planen. 2 Prozent möchten 21 Prozent oder mehr ihres IT-Budgets aufwenden.

Betrachtet man jedoch die Unternehmen, die bereits KI-Funktionen nutzen, so verändern sich die Investitionspläne: 29 Prozent erwägen, 6-10 Prozent ihres IT-Budgets für KI-Investitionen bereitzustellen. 12 Prozent beabsichtigen, 11-20 Prozent dafür auszugeben, während 9 Prozent der befragten Unternehmen 21 Prozent oder mehr ihres IT-Budgets einsetzen möchten.

Unternehmen, die bereits KI in ihren Geschäftsprozessen einsetzen, planen also weitere Investitionen in künstliche Intelligenz, während Unternehmen, die noch nicht mit dem Einsatz von KI begonnen haben, eher skeptisch sind.

Dies wird durch die Ergebnisse der IDC-Umfrage „Business Value of AI Survey“.

Welcher Anteil des IT-Budgets Ihres Unternehmens sollte im Jahr 2025 für KI-Investitionen bereitgestellt werden?



aus dem Jahr 2023 bestätigt. Hier planen 43 Prozent der Unternehmen, innerhalb von 24 Monaten Ausgaben in anderen Unternehmensbereichen zu kürzen, um sie in KI umzuschichten. Und 32 Prozent

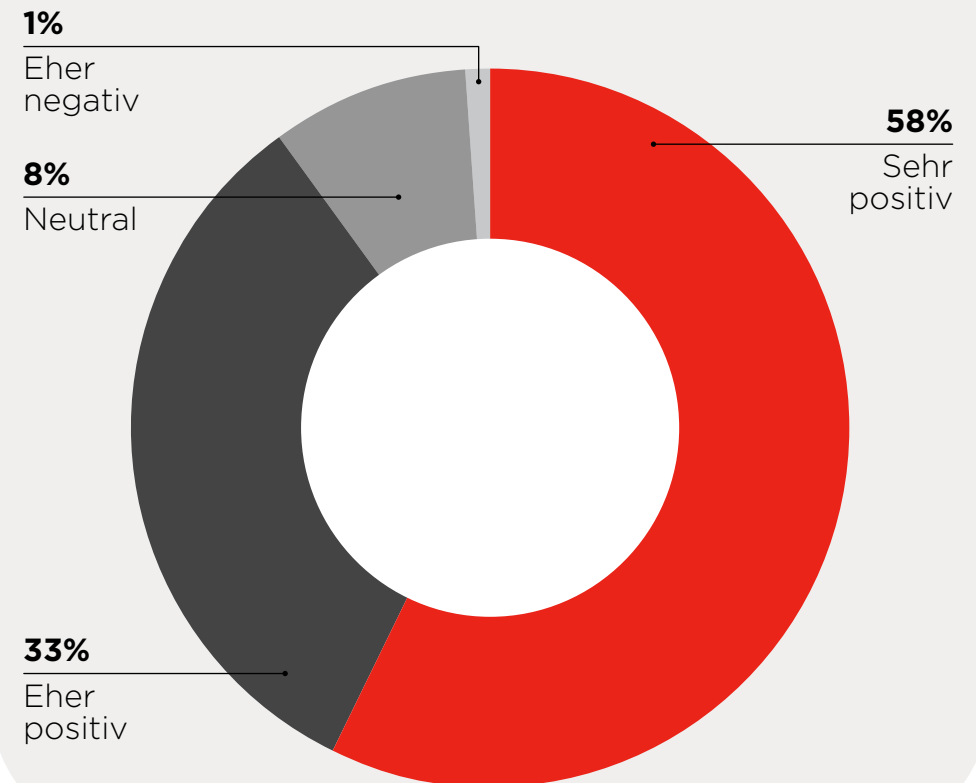
der Unternehmen haben die Ausgaben für bestimmte Geschäftsbereiche bereits um durchschnittlich 11 Prozent reduziert, um KI-Projekte zu finanzieren.

Mögliche Auswirkungen von KI auf Geschäftsprozesse

58 Prozent der Befragten schätzen die potenziellen Auswirkungen von künstlicher Intelligenz auf ihre Geschäftsprozesse innerhalb der nächsten zwei bis vier Jahre als sehr positiv ein. 33 Prozent bewerten sie als eher positiv, während 8 Prozent sie als neutral einstufen.

Insgesamt betrachten 91 Prozent der an der Umfrage teilnehmenden Unternehmen die potenziellen Auswirkungen von KI auf ihre Geschäftsprozesse innerhalb der nächsten zwei bis vier Jahre als eher positiv oder sehr positiv.

Wie schätzen Sie die potenziellen Auswirkungen von KI auf Ihre Geschäftsprozesse in den nächsten zwei bis vier Jahren ein?



Eine [Studie von Forrester](#) identifiziert die generative KI als eine der wichtigsten aufkommenden Technologien und erwartet erhebliche Investitionsrenditen innerhalb der nächsten zwei bis vier Jahre.

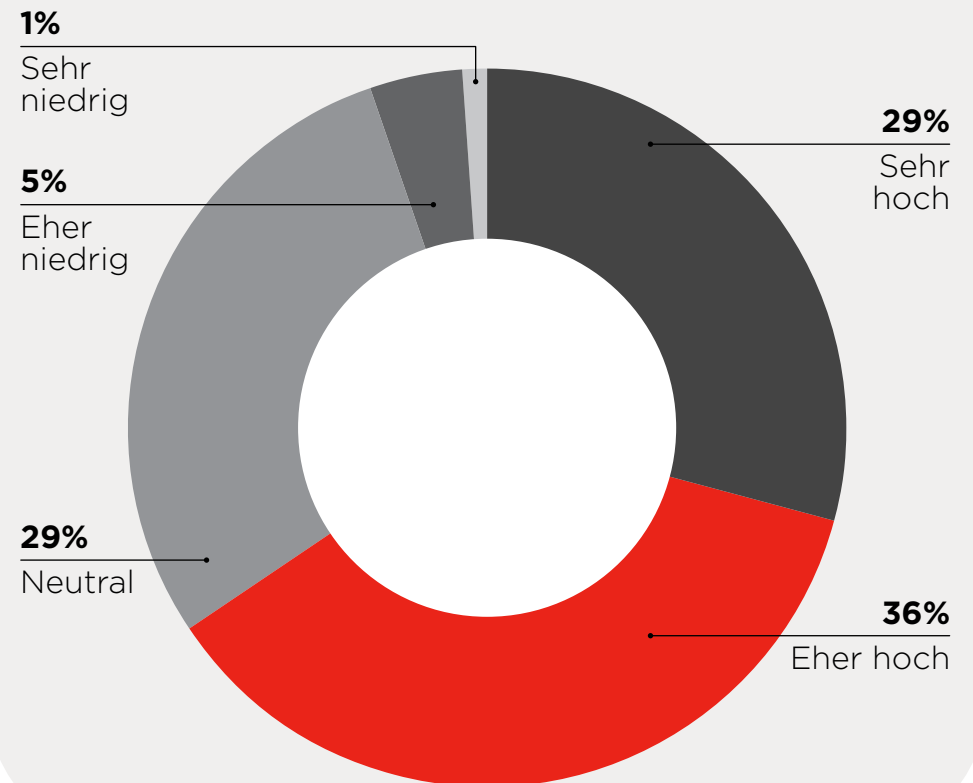
Die Ergebnisse der Studie deuten darauf hin, dass generative KI-Technologien nicht nur bestehende Geschäftsprozesse verbessern, sondern auch ein erhebliches Wachstum in verschiedenen Sektoren fördern werden, indem sie neue Funktionen im Hinblick auf Produktivität und Innovation ermöglichen.

Darüber hinaus ergab die [Forrester-Studie „Total Economic Impact“](#), dass Azure AI-Kunden in einem Zeitraum von drei Jahren einen ROI von 284 Prozent erzielt haben – dies verdeutlicht die greifbaren Vorteile der Integration der KI-Funktionen von Microsoft.

Auch die diesem Bericht zugrunde liegende Umfrage spiegelt diese Ergebnisse wider. 50 Prozent der Benutzer von Azure AI Services haben sehr hohe Erwartungen an den ROI ihrer KI-Investitionen innerhalb eines Zeitraums von zwei bis vier Jahren. 78 Prozent der Benutzer von Microsoft 365 Copilot (Copilot für Office und Teams) haben eher hohe oder sehr hohe Erwartungen an den ROI im Vergleich zu 70 Prozent der Benutzer von Microsoft Copilot (innerhalb des Microsoft Edge-Browsers).

Generell haben 67 Prozent der Befragten sehr hohe oder eher hohe Erwartungen an den ROI ihrer KI-Investitionen innerhalb der nächsten zwei bis vier Jahre. Eine kleine Minderheit von 6 Prozent hat sehr niedrige oder eher niedrige Erwartungen.

Wie hoch schätzen Sie den ROI für Ihre KI-Investitionen in den nächsten zwei bis vier Jahren ein?



91%

bewerten die potenziellen Auswirkungen von KI auf ihre Geschäftsprozesse in den nächsten zwei bis vier Jahren als eher positiv und sehr positiv.

Über AlfaPeople

Das globale Beratungsunternehmen AlfaPeople bietet bewährte Implementierungen und Support für Microsoft Dynamics 365. Wir unterstützen Unternehmen bei der Einführung und Integration von Business-Technologien zur Entwicklung und Implementierung herausragender Geschäftsprozesse mit Microsoft Dynamics 365, Power Platform und Microsoft KI-Lösungen Solutions.

AlfaPeople wurde im Jahr 2009 in Dänemark gegründet und ist heute in Europa, im Nahen Osten sowie in Nord-, Mittel- und Südamerika tätig. Mit über 630 Mitarbeitenden, darunter mehr als 450 zertifizierte Berater und Beraterinnen, sprechen wir Ihre Sprache und arbeiten auf Ihre Weise.

Als einer der grössten Microsoft-Partner sind wir stets am Puls der globalen Unternehmenswelt — wir wissen, wohin Ihre Reise führt, und verstehen, mit welchen unserer Lösungen wir Ihre Unternehmensprozesse optimieren und Ihr Unternehmen in eine gute Position bringen können.

KONTAKTIEREN SIE UNS NOCH HEUTE

Erfahren Sie, wie wir Ihrem Unternehmen zum Erfolg verhelfen können.



Microsoft KI-Lösungen in Geschäftsprozessen: Ausblick 2025 wird von dem globalen Beratungsunternehmen AlfaPeople veröffentlicht. Der Bericht basiert auf Daten, die zwischen Mai und September 2024 erhoben wurden. Die Antworten wurden mittels Telemarketing, den AlfaPeople-Newsletter sowie LinkedIn gesammelt. Insgesamt nahmen 137 Personen an der Umfrage teil.