



IHR FAHRPLAN ZU EINEM DIGITAL ORIENTIERTEN UNTERNEHMEN

Transformation bei Microsoft



DIE DIGITALE TRANSFORMATION IM ZEITALTER DER VIERTEN INDUSTRIELLEN REVOLUTION

3–4

TRANSFORMATION BEI MICROSOFT

5–6

DIE NEUE FÜHRUNGSROLLE DER IT BEI DER DIGITALEN TRANSFORMATION
DER FAHRPLAN ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION

KUNDENBINDUNG

7–11

KUNDENBINDUNG NEU DENKEN
MIT UNSEREN PRODUKTEN EMOTIONAL ANSPRECHEN
BEZIEHUNGEN DANK 360-GRAD-ANSICHTEN INTENSIVIEREN
LOWE'S: MIT EINEM NEUEN ANSATZ EINFACH BESSER WOHNEN UND LEBEN
FAHRPLAN: KUNDENBINDUNG

MITARBEITER UNTERSTÜTZEN

12–16

NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR MITARBEITER SCHAFFEN
DAS ORTSUNABHÄNGIGE BÜRO: MICROSOFT JAPAN
EIN UMFASSENDES PERSONALPORTAL MIT SELF-SERVICE
KENNAMETAL: ZUSAMMENARBEIT FÜR ALLE
FAHRPLAN: NEUE MÖGLICHKEITEN FÜR MITARBEITER SCHAFFEN

ABLÄUFE OPTIMIEREN

17–22

PROZESSOPTIMIERUNG NEU DENKEN
VERBESSERTE NUTZUNG VON GEBÄUDEN MIT IOT
PREDICTIVE ANALYTICS IM VERTRIEBSPROZESS
DARTMOUTH-HITCHCOCK: NEUE WEGE IM GESUNDHEITSWESEN
FAHRPLAN: ABLÄUFE OPTIMIEREN

PRODUKTE TRANSFORMIEREN

23–26

TRANSFORMATION VON PRODUKTEN NEU DENKEN
MIT HILFE VON DATEN NEUE MÄRKTE ERSCHLIEßEN
FLEXIBILITÄT AN ERSTER STELLE
TEMENOS: WELTWEITER ZUGANG ZU BANKGESCHÄFTEN
FAHRPLAN: PRODUKTE TRANSFORMIEREN

GUTE GRÜNDE FÜR MICROSOFT

27

DIE VIERTE INDUSTRIELLE REVOLUTION

UMSTEIGEN AUF INNOVATIVE TECHNOLOGIEN

„Wir stehen am Rande einer technischen Revolution, die unsere Art zu leben, zu arbeiten und miteinander umzugehen grundlegend verändern wird.

Das Ausmaß und die Komplexität dieser Transformation wird mit nichts vergleichbar sein, was die Menschheit bisher erlebt hat.“

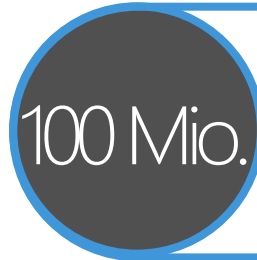
Klaus Schwab, Gründer und Präsident
des Weltwirtschaftsforums
Januar 2016

Die erste industrielle Revolution ermöglichte eine Mechanisierung der Produktion mithilfe von Dampfkraft. Die darauf folgende zweite industrielle Revolution stand im Zeichen der Elektrizität und läutete das Zeitalter der Massenproduktion ein. Die dritte industrielle Revolution basierte auf dem Einsatz von Elektronik und Informationstechnologie.

Durch die hohe Rate an bahnbrechenden Entwicklungen und Innovationen kommt es nun zu einer vierten industriellen Revolution – charakterisiert durch beispiellose Rechenleistung und Speichermöglichkeiten, nie da gewesenen Zugriff auf Wissen und das Verschmelzen von physischem, digitalem und biologischem Raum.

Diese einzigartige Entwicklung wird unser Leben, unsere Arbeit und unsere zwischenmenschlichen Beziehungen grundlegend verändern.

Bis 2020 werden **50 %** aller Arbeitskräfte „Digital Natives“ sein, die rund um die Uhr online sind und so arbeiten, wie sie möchten.²



Unternehmen an der Spitze der digitalen Transformation erzielen zusätzliche Betriebseinnahmen von durchschnittlich 100 Millionen USD pro Jahr.¹

Investitionen in diesem Bereich sind der Schlüssel zu Innovation und Wachstum. Die zunehmende Zahl vernetzter Geräte und Objekte im Internet der Dinge (IoT), die wachsenden Datenvolumen sowie Augmented Reality und weitere neue Errungenschaften stellen Führungskräfte vor die Herausforderung, sich diese Innovationen zunutze zu machen, um eine höhere Effizienz zu erreichen und den Grundstein für eine erfolgreiche Zukunft zu legen.

Gleichzeitig kümmern sie sich noch um die Anforderungen einer sich wandelnden Belegschaft und um aufkommende Cybersicherheitsbedrohungen – neben einer Vielzahl weiterer Herausforderungen.

Als Reaktion darauf durchlaufen Unternehmen eine digitale Transformation, die ihnen neue Chancen eröffnet, aber auch mit steigendem Innovationsdruck einhergeht. Viele Unternehmen sind von den Vorteilen der digitalen Transformation begeistert, zögern jedoch bei der Umsetzung. Wie kann man sich für zukünftigen Erfolg rüsten, während man heute ein Unternehmen zu führen hat?

Microsoft arbeitet mit Tausenden von Organisationen zusammen, die sich bereits auf dem Weg ihrer digitalen Transformation befinden. Doch wie wird man zum digital orientierten Unternehmen? Dieser Bericht liefert Einblicke, Beispiele und Antworten.

¹ Interviews von Keystone Strategy, Oktober 2015 – März 2016

² „Mind the gaps: The 2015 Deloitte Millennial Survey“, Deloitte Touche Tohmatsu, 2015



Heute ist jedes Unternehmen ein Softwareunternehmen.

„Man muss denken und handeln wie ein digitales Unternehmen.

Es reicht nicht mehr, nur eine Lösung zu finden und eine Lösung umzusetzen. Es geht nicht um eine simple Softwarelösung. Es geht vielmehr darum, dass die Zukunft eines jeden Unternehmens in der Digitalisierung liegt.“

- Satya Nadella
CEO, Microsoft

OFFENHEIT FÜR VERÄNDERUNG

WAS HALTEN SIE VON TRANSFORMATION?

Früher hat ein Unternehmen 20 Jahre gebraucht, um einen Wert von einer Milliarde Dollar zu erreichen. Heute geht das innerhalb von zwei Jahren. Industriebeobachter meinen, dass die Zukunft nur den Schnellen gehöre. Neue Herausforderer, darunter „in der Cloud geborene“ Start-ups, verändern die Märkte: Durch neue Technologien werden sie flexibler.

Für viele größere Organisationen ist es schwierig, Möglichkeiten zu finden, wie sie ähnliche Veränderungen wohlüberlegt umsetzen können. Unternehmen, die von den Vorteilen der digitalen Transformation profitieren möchten, müssen verstehen, dass Agilität und Wettbewerbsvorteile auf andere Weise erzielt werden müssen. Denn Komplexität und Reichweiten haben sich hier erhöht.

In einem Zeitalter der bahnbrechenden Innovation haben führende Unternehmen die Chance, ihre Ziele neu zu definieren. Zur Sicherung ihres Wettbewerbsvorteils sollten sich Organisationen auf „schnellen Inkrementalismus“ konzentrieren – das heißt, Erfolgskriterien zu definieren und bestehende Strukturen so zu verändern, dass vorhandene Ressourcen optimal genutzt werden.

Unternehmen sollten nicht vor der digitalen Transformation zurückschrecken, sondern ihre bestehenden technologischen Einschränkungen als Innovationschance begreifen und mit ihnen auf kreative Art und Weise wachsen.

Die gute Nachricht ist, dass intelligente Technologien wie Machine Learning, Big-Data-Analysen und die Flexibilität des Hybrid Cloud Computings dabei helfen können. Technologie ermöglicht es Organisationen, flexibel zu werden und auf beispiellose Datenmengen zu Kunden, ihrer Branche und dem eigenen Unternehmen zuzugreifen.

Diese Daten können vorausdenkende Unternehmen nutzen, um Trends vorherzusehen und schnell auf sie zu reagieren. Dabei helfen ihnen eine cloudbasierte Infrastruktur und eine prädiktive Modellierung.

Zur Sicherung ihres Wettbewerbsvorteils sollten sich Organisationen auf „schnellen Inkrementalismus“ konzentrieren – das heißt, Erfolgskriterien zu definieren und bestehende Strukturen so zu verändern, dass vorhandene Ressourcen optimal genutzt werden.

Microsoft hat sich hier als zuverlässiger Partner bewährt und unterstützt Organisationen, ganz gleich, wo auf ihrem Weg zur digitalen Transformation sie sich befinden. Die Zukunft des Arbeitens ist heute Realität. Große Unternehmen können sich Technologie und die Erfahrung von Microsoft zunutze machen, um die digitale Transformation und mehr Flexibilität umzusetzen.

TRANSFORMATION BEI MICROSOFT

DIE NEUE FÜHRUNGSROLLE DER IT BEI DER DIGITALEN TRANSFORMATION



Die digitale Wirtschaftswelt stellt gewaltige Anforderungen in Bezug auf operative Strukturen und die Business-Architektur, insbesondere für etablierte Unternehmen mit veralteten Systemen.

In der Zeit vor der digitalisierten Wirtschaft konzentrierten sich Unternehmen auf die Effizienz und Effektivität von Prozessen und handelten nach dem Prinzip „Teilen und Herrschen“. In einer digitalen Wirtschaft müssen Unternehmen agile Architekturen und neue Geschäftsmodelle entwickeln und Mitarbeitern wie Kunden Raum für Innovationen geben – in einer Geschwindigkeit, die früher undenkbar gewesen wäre.

Die Diskussion um Technologieplattformen beschränkt sich daher nicht mehr nur auf die IT-Abteilung. Führungskräfte aus Bereichen wie Vertrieb, Marketing, Support oder Personalwesen halten Technologie für einen zentralen Bestandteil, wenn es um die Innovation ihrer Prozesse geht. Es ist Aufgabe von IT-Führungskräften, die Umsetzung von Innovationen im gesamten Unternehmen zu unterstützen, unabhängig davon, ob die IT-Organisation für die Technologie verantwortlich ist.

Bei Microsoft hat die IT innerhalb des Unternehmens zwei Aufgaben:

- Unterstützung des Unternehmens bei der Transformation und gleichzeitige Verwaltung von Anwendungen, Infrastruktur und Sicherheit
- Testen von neuen Softwareprodukten und Services einschließlich Feedback in der Rolle als Fürsprecher für Unternehmenskunden

Als der erste Kunde von Microsoft möchte die IT-Organisation durchgängig bestmögliche Anwendererlebnisse sicherstellen. Dazu betrachtet sie Szenarien, die mehrere Produktgruppen überspannen. Anschließend gibt sie Feedback an die Produktentwickler.

Führungskräfte von Microsoft setzen immer höhere Erwartungen in die IT als unterstützender Kraft bei der Unternehmenstransformation. Durch die Abstimmung der internen digitalen Services auf 15 unternehmensweite Angebote werden die wichtigsten Geschäftsprozesse und -funktionen unterstützt und sämtliche Aspekte der IT vereint.

„Ich verbringe weniger Zeit mit der Verwaltung von IT, dafür mehr mit internen Führungskräften und externen Kunden.“

Wenn bei Microsoft über das Business gesprochen wurde, war die IT selbst früher kaum beteiligt. Jetzt überlegen wir, mit welchen Investitionen wir unsere Serviceangebote verbessern können. Bei einem Servicemodell ist die IT unmittelbarer Bestandteil des Geschäftsnutzens.“

- Jim DuBois
CIO, Microsoft



TRANSFORMATION MIT MICROSOFT

DER FAHRPLAN ZUR DIGITALEN TRANSFORMATION

Die Umsetzung der digitalen Transformation verlangt von Führungskräften eine klare Vision, wie sie ihr Unternehmen für eine digitale Welt umgestalten wollen. Doch wo soll angefangen werden? Welche digitalen Aktivitäten bieten gute Möglichkeiten zur Transformation des Unternehmens?

Die meisten Unternehmen legen ihren Fokus auf den Kunden. Wenn Unternehmen neue Umsatzquellen generieren wollen, müssen sie ihre Kundenerlebnisse in der gesamten Wertschöpfungskette grundlegend neu durchdenken.

Wenn Unternehmen über neue Möglichkeiten nachdenken, Kunden zu erreichen und zu binden, müssen sie auch die Einbindung der Mitarbeiter umgestalten. Gut eingebundene Mitarbeiter unterstützen die Umsetzung optimierter Vorgänge und Prozesse und leisten einen maßgeblichen Beitrag zur Transformation von Produkten und Services.

Wir bei Microsoft haben die vier wichtigsten Antriebsfaktoren für unseren Fahrplan zur digitalen Transformation ermittelt.



KUNDEN BINDEN

Neue attraktive Kundenerlebnisse entwickeln.



MITARBEITER UNTERSTÜTZEN

Mit neu erfundener Produktivität hin zu einer datenorientierten Kultur.



ABLÄUFE OPTIMIEREN

Modernisierung von Portfolios, Transformation von Prozessen und Kompetenzen.



PRODUKTE TRANSFORMIEREN

Innovation von Produkten und Geschäftsmodellen.

Nutzen Sie Daten, die einen vollständigen Einblick in Ihren Kunden liefern, um unkomplizierte, individuelle Kundenerlebnisse zu schaffen. Erhalten Sie verwertbare Einsichten, die Sie zur Personalisierung im großen Stil und oder zur individuellen Ansprache eines Kunden nutzen können.

Erweitern Sie die Möglichkeiten Ihrer Mitarbeiter, damit jeder auf seine Weise mehr erreichen kann. Schaffen Sie Arbeitsplätze, die Mobilität und flexibleres Arbeiten ermöglichen, während die Sicherheit Ihrer Organisation, Ihrer Mitarbeiter und sämtlicher Informationen und Daten sichergestellt ist.

Beschleunigen Sie die Reaktionsfähigkeit Ihres Unternehmens, verbessern Sie Servicelevels, senken Sie Kosten mit intelligenten, zukunftsweisenden Prozessen und gestalten Sie die Koordination von Mitarbeitern und Ressourcen effizienter.

Nutzen Sie Daten als strategische Ressource, um neue Umsatzchancen zu identifizieren und zu ergreifen. Ermöglichen Sie Fortschritt durch Erkenntnisse, automatisieren Sie manuelle Prozesse, bieten Sie Kunden personalisierte Erlebnisse und nutzen Sie neue Geschäftsmodelle, um Services, Produkte und Interaktionen völlig neu zu gestalten.

„Die digitale Transformation versetzt unsere Vertriebs- und Marketingteams in die Lage, über den kurzfristig orientierten Verkauf von Lizenzen hinauszugehen und ein umfassendes Verständnis der Kundenbeziehung zu entwickeln.

*Je tiefere Einblicke wir in die Nutzung unserer Produkte durch die Kunden gewinnen, desto mehr ändert sich auch die Art und Weise, wie wir sie ansprechen, wie wir sie dabei unterstützen, die Wertschöpfung zu steigern, und **wie wir aus ihnen echte Microsoft-Fans machen.**“*

- Chris Capossela
CMO, Microsoft



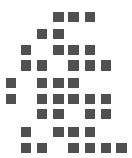
KUNDENBINDUNG NEU DENKEN

Mit dem Aufstieg mobiler und sozialer Technologien sind die Kunden nun mächtiger als jemals zuvor. Da sie stets online und stets in der Lage sind, Informationen in Sekundenschnelle zu finden, haben sie ihr Kundenerlebnis selbst in der Hand; dieser Trend zwingt Unternehmen aller Größenordnungen, die Methoden zu überdenken, mit denen sie ihre Kunden ansprechen und binden.

Im Marketing-, Vertriebs- und Kundenserviceprozess konzentrieren wir uns nicht länger auf einzelne „Kontaktpunkte“, sondern müssen stattdessen sinnvolle und langfristige Beziehungen aufbauen. Hierzu sind häufige Interaktionen im Internet und im realen Leben erforderlich.

5 von 6

Millennials in den USA treten über soziale Netzwerke mit Unternehmen in Kontakt¹



Kundenbindung neu denken



Kundenorientierung im gesamten Unternehmen: Sorgen Sie dafür, dass sich alle Mitarbeiter voll und ganz auf den Kunden und seine Zufriedenheit konzentrieren, Kundenerfahrung und Strategie aneinander ausrichten, eine durchgängige Serviceerfahrung bieten und ihrem Handeln die Wünsche des Kunden zugrunde legen.



Kunden als Fans dank individueller Ansprache: Holen Sie Ihre Kunden dort ab, wo sie stehen. Personalisieren Sie die Ansprache auf Grundlage von Kundendaten und machen Sie Kunden zu engagierten Fürsprechern, die Ihren Produkten emotional verbunden sind.



Datengestütztes Wissen über unsere Kunden: Nutzen Sie die Vorteile hochwertiger, datengestützter Erkenntnisse und schaffen Sie Kundenerlebnisse, die begeistern.



Marketingleiter als Entscheidungsträger in Technologiefragen: Treffen Sie gemeinsam mit der IT-Abteilung Entscheidungen über Technologien und Tools, die für einen Vorsprung gegenüber Mitbewerbern erforderlich sind.

¹ Five Truths for Future Marketers. SDL-Studie. 19. März 2014

DIE TRANSFORMATION DER KUNDEN-BINDUNG BEI MICROSOFT



MIT UNSEREN PRODUKTEN EMOTIONAL ANSPRECHEN

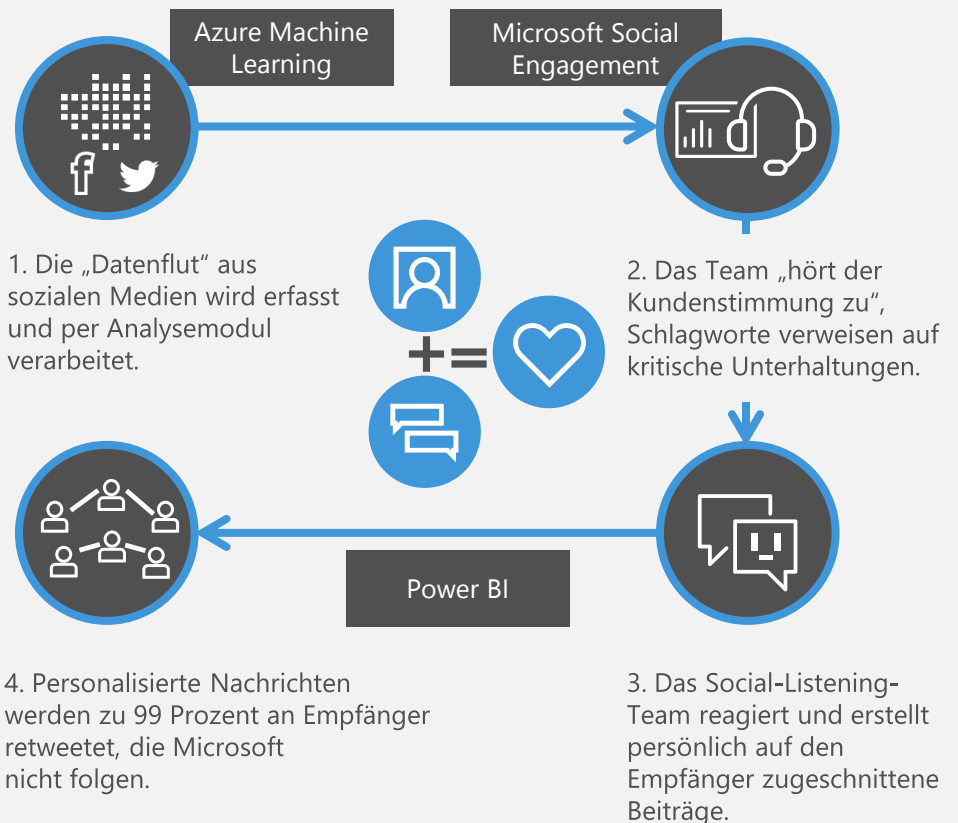
Fünf von sechs Millennials treten über sozialen Medien mit Ihrem Unternehmen in Kontakt¹. Somit entscheidet die Fähigkeit, die Stimmung auf sozialen Kanälen gegenüber Produkten und Dienstleistungen zu beeinflussen, über den Erfolg einer jeden Kundenbindungsstrategie.

Bei Microsoft haben wir daher das *Social Command Center* entwickelt, um die Kundenstimmung einzufangen und unsere Social Media Handles wie @Xbox, @OneDrive und 26 weitere Marken unterstützen zu können.

Die 130 Mitarbeiter im Social Command Center in den USA sind ausschließlich mit Online-Diskussionen von Kunden befasst und beteiligen sich an Online-Konversationen mit Einzelnen und ganzen Communities.

Dank der richtigen Technologie können wir über das Command Center allein in den USA täglich 16.000 Social-Interaktionen steuern.

SOCIAL LISTENING UND PERSÖNLICHE



Überzeugen Sie sich selbst, wie Sie mit sozialen Medien echte Fans gewinnen.



¹ Five Truths for Future Marketers, SDL-Studie, 19. März 2014

DIE TRANSFORMATION DER KUNDENBINDUNG BEI MICROSOFT



BEZIEHUNGEN DANK 360-GRAD-ANSICHTEN INTENSIVIEREN

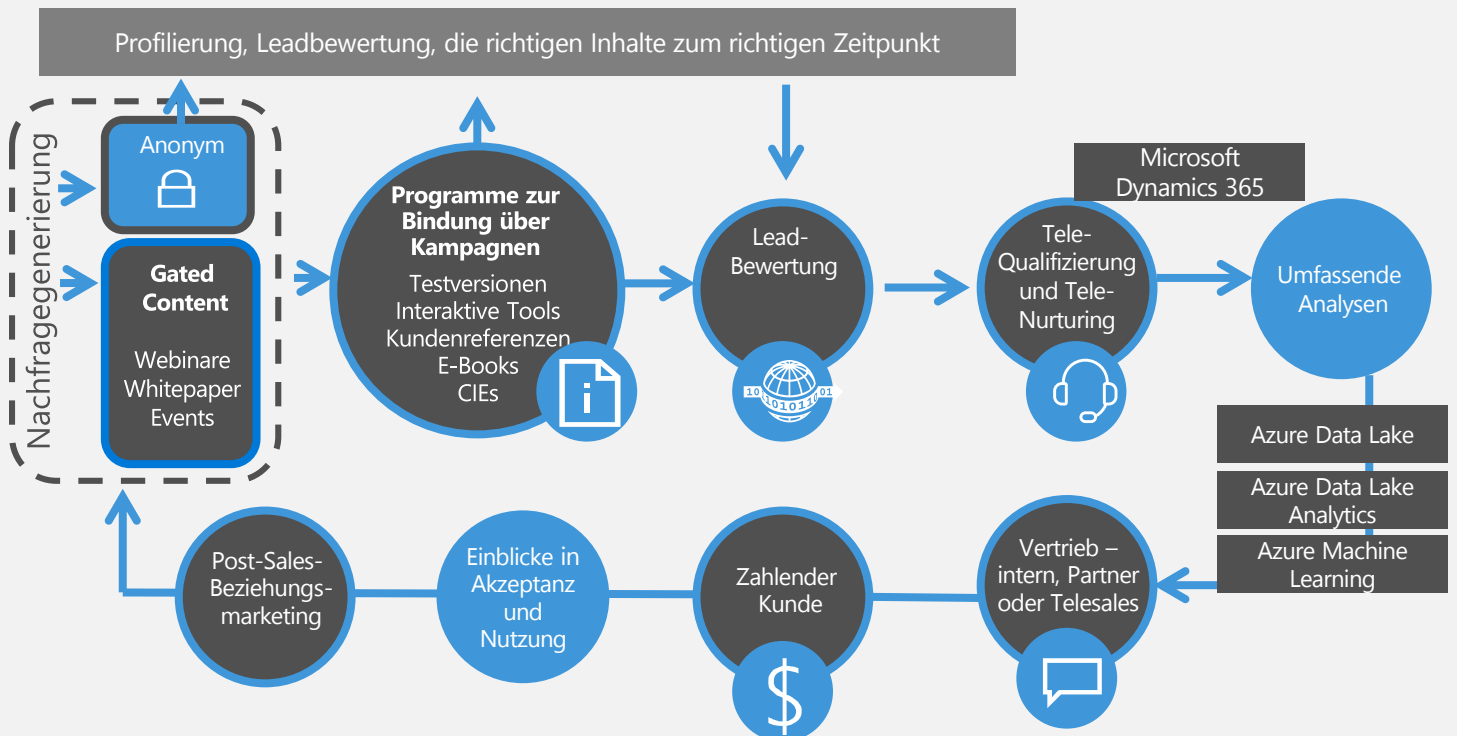
Der erste wichtige Schritt Ihrer Kundenbindungsstrategie besteht darin, konsistente und umfassende Erkenntnisse über Ihren Kunden über alle Touchpoints und Kanäle hinweg zu gewinnen. Bei Microsoft wurde dazu ein neues Projekt ins Leben gerufen, das nicht nur Erkenntnisse über Kunden aus verschiedenen Vertriebs- und Marketingkanälen zusammenführt, sondern auch die Grundlage für tragfähigere, kontextbezogene Beziehungen zu unseren Kunden in allen Segmenten bildet.

Unser Global Engagement Program umfasst die Customer Journey auch vor und nach dem Verkauf; so können wir Kunden während des gesamten Kundenzyklus – von unbekannten potenziellen Kunden über Nutzer von kostenlosen und Testversionen bis hin zu zahlenden Kunden – über die am besten geeigneten Kanäle (E-Mail, Internet, mobil, produktintern, sozial) digital betreuen.

Ziel dieser Plattform ist es, ein kontinuierliches Kundenerlebnis mit kontextbezogenen und personalisierten Informationen zu bieten und unsere Kunden so aktiv zu motivieren, unsere Produkte zu erwerben, dauerhaft zu nutzen und Loyalität auszubilden.

Grundlage unseres Global Engagement Program sind Tools für ein automatisiertes Marketing zur Nachfragegenerierung und E-Mail-Marketing, Datenverwaltung mit Azure und die Nutzung von Analysefunktionen (Azure Data Lake, SQL Azure, Azure ML, Azure Stream Analytics, Power BI).

UMFASSENDE ERKENNTNISSE ÜBER DEN KUNDENZYKLUS



DIE TRANSFORMATION DER KUNDENBINDUNG BEI LOWE'S



MIT EINEM NEUEN ANSATZ EINFACH BESSER WOHNEN UND LEBEN

HERAUSFORDERUNG

- Lowe's betreibt 1.840 Baumärkte in den USA sowie in Kanada und Mexico.
- Da Wohnraumprojekte stark visuell bestimmt sind, kann es schwierig sein, das Konzept für eine umfassende Umgestaltung nur mit Fliesenproben und Farbfächern zu entwickeln.



LÖSUNG

- Gemeinsam mit Lowe's entwickelte Microsoft eine völlig neue Visualisierungs- und Designstrategie, bei der Hologramme genutzt werden.
- Mithilfe von HoloLens verschafft Lowe's seinen Kunden in ausgewählten Pilotgeschäften die Möglichkeit, ihre Interior-Projekte ganz neu zu erleben.
- Mit HoloLens können die Kunden vielfältigste Designoptionen für Küchenmöbel, Theken, Geräte und Einzelteile wie etwa einen Spritzschutz auf visuell ansprechende und interaktive Art und Weise ausprobieren.

ERGEBNIS

- Die Kunden von Lowe's erhalten durch HoloLens völlig neue Möglichkeiten, Design- und Geräteoptionen in vollem Maßstab durchzuspielen; gleichzeitig spart dies kostbare Standfläche.
- Lowe's kann eine breite Optionspalette rasch und kostengünstig zeigen. Digital kann sie mit weit geringerem Aufwand aktualisiert werden, als dies bei einem realen Ausprobieren verschiedener Fliesen- oder Möbelmodelle der Fall wäre.
- Designer vor Ort, Freunde oder Partner können in Echtzeit anzeigen, was der Kunde gerade sieht oder verändert, und benötigen dafür nur ein mobiles Surface-Tablet.

FAHRPLAN FÜR VERÄN- DERUNG



Kundenbindung beginnt mit einem Verständnis des Kundenverhaltens. Analyseanwendungen spielen dabei eine entscheidende Rolle, um enorme Datenmengen zu verstehen und zu untersuchen und so Stimmungsmuster und Verhaltensmuster im Kundenstamm zu erkennen.

Der Fahrplan hin zu einem digital orientierten Unternehmen umfasst die folgenden zentralen Punkte:

- **Sorgen Sie für die nötige Infrastruktur**, um die Kundenbindung zu fördern, etwa Telemetrie, eine umfassende Kenntnis des Kunden oder moderne Handelssysteme.
- **Fördern Sie virale Such-, Test- und Kaufoptionen**, die Cross-Selling und Upselling unterstützen, und integrieren Sie diese Funktionen in unsere Dienste.
- **Stellen Sie sicher, dass Kerndienste API (Application Platform Interface)-fähig sind**, um die Integration zu erleichtern.

FAHRPLAN FÜR EINE STÄRKERE KUNDENBINDUNG

PHASE 1: DAS DATENMODELL ENTWERFEN UND ABSTIMMEN

- Wählen Sie zwischen einem zentralisierten und einem föderierten Datenmodell.
- Legen Sie fest, wo die Daten verwaltet werden: Datenverwaltung im Unternehmen oder extern.

PHASE 2: EIN UMFASSENDES BILD VOM KUNDEN GEWINNEN

- Sammeln Sie interne und externe Daten über Ihre Kunden aus allen Kanälen.
- Unterstützen Sie die Erfassung, Speicherung, Konvertierung und Distribution großer Datenmengen.
- Aggregieren Sie Daten aus allen unternehmenseigenen Systemen für Berichte und Analysen (beispielsweise mittels einer zentralen Datenbank).
- Schaffen Sie die Möglichkeit eines Datenaustauschs mit Go-to-Market-Partnern.

PHASE 3: ERKENNTNISSE GEWINNEN UND VERKNÜPFEN

- Bestimmen Sie die Customer Journey und Kundenbedürfnisse.
- Modellieren und analysieren Sie die Daten auf Kundenmuster und sonstige Erkenntnisse.
- Stellen Sie Arbeitsbereiche für Zusammenarbeit und Austausch bereit.
- Stellen Sie sicher, dass Kernsysteme als Dienste aktiviert sind (API-fähig).

PHASE 4: FÜR PRÄDIKTIVE ERLEBNISSE UND ANGEBOTE SORGEN

- Implementieren Sie eine prädiktive Modellierung von Kundenvorlieben und -wünschen mit Echtzeitanalysen von Geschäfts- und Kundendaten.
- Erzeugen Sie aus Ihren Erkenntnissen über den Kunden kundenspezifische Angebote.
- Bieten Sie dem Kunden mithilfe prädiktiver Analysen Entscheidungsvorschläge an.
- Erstellen Sie ansprechende Inhalte und Medienbeiträge.

GESCHÄFTSVORTEILE

- Umfassende Einblicke
- Sichere Compliance

- Besseres Kundenerlebnis
- Engere Zusammenarbeit
- Höhere Kundenzufriedenheit
- Geringere Betriebskosten

- Besserer Kundenservice
- Aussagekräftigere Geschäftserkenntnisse
- Umsatzsteigerungen

- Mehr Up-Selling/Cross-Selling
- Höhere Zufriedenheit bei Ihren Fans
- Größerer Marktanteil/Share-of-Wallet
- Geringere Kundenfluktuation



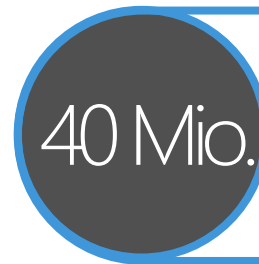
„Die digitale Transformation beginnt bei den Mitarbeitern und bei der Art und Weise, wie die Unternehmenskultur ihnen die Möglichkeit gibt, das Geschäft zu transformieren und auszubauen. Bei Microsoft streben wir nach einer wachstumsorientierten Kultur, die geprägt ist von grenzenloser Neugier auf die Bedürfnisse unserer Kunden und der ständigen Suche nach neuen Marktchancen.“

- Kathleen Hogan
Chief People Officer, Microsoft

MITARBEITER UNTERSTÜTZEN

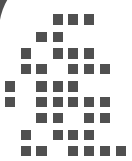
Für eine digitale Transformation sind die Unternehmen auf ihre Mitarbeiter angewiesen. Digitalisierung und Automatisierung schreiten so rasch voran, dass das Kompetenzniveau der Unternehmen und die Fähigkeit der Belegschaft, sich diese neuen Technologien anzueignen, nicht Schritt halten können.

Achtzig Prozent aller Unternehmen stimmen der Aussage zu, dass die Lücke zwischen den aktuellen Kompetenzen ihrer Mitarbeiter und zukünftigen Geschäftsanforderungen nur zu real ist. Damit dieser Trend sich nicht negativ auf die Gesundheit eines Unternehmens auswirkt, greifen IT-Führungskräfte zu Strategien für die Vermittlung digitaler Kompetenzen und steigern die Mitarbeiterbindung mit der Einführung neuer Technologien.



Bis zum Jahr 2020 werden weltweit **40 Millionen** hochqualifizierte Arbeitskräfte fehlen¹

Bis zum Jahr 2018 werden 30 Prozent aller Unternehmen Vermittlungsstrategien für digitale Kompetenzen formalisieren, um Geschäftsergebnisse zu verbessern und die Mitarbeiterbindung zu steigern.²



Unterstützung für Mitarbeiter neu denken



Strategisch: Gehen Sie gezielt an Mitarbeiterprioritäten und entsprechende Strategien heran. Investieren Sie in die Förderung einer kunden- und transformationsorientierten Kultur mit besonderem Schwerpunkt auf Wachstum.



Datengestützt: Nutzen Sie die verfügbaren Daten, um Einblicke in Ihre Belegschaft zu gewinnen und strategische Entscheidungen zu treffen.



Self-Service und vereinfachte Prozesse: Schaffen Sie neue Bereitstellungssysteme und -modelle für HR-Dienstleistungen. Vereinfachen Sie Self-Service-Tools im Personalwesen und standardisieren Sie Routineprozesse.



Kompetenzen: Investieren Sie in Schulungen und die Entwicklung neuer Kompetenzen.

¹ Mark J. Barrenechea, „Digital: Disrupt or Die“, OpenText, 2015

² Research Institute for Corporate Productivity, 19. Oktober 2015

MITARBEITER UNTERSTÜTZEN BEI MICROSOFT



DAS ORTSUNABHÄNGIGE BÜRO: MICROSOFT JAPAN

Unsere Arbeitsweise wie auch unsere Arbeitsplätze unterliegen einem grundlegenden Wandel. Erfolgreiche Unternehmen nutzen die Vorteile der Mobilität, um Produktivität und Zusammenarbeit der Mitarbeiter zu fördern; gleichzeitig begrenzen sie die Risiken, die entstehen, wenn größere Freiheiten und mehr Freiraum gewährt werden. Auf diese Weise muss Sicherheit nicht zu Lasten der Produktivität gehen.

Für Microsoft sind Telearbeit und mobile Technologien zentrale Lösungen für die geschäftlichen Herausforderungen von heute. Eine mobile Belegschaft spart

Kosten, steigert die Geschäftskontinuität, verringert den ökologischen Fußabdruck, verbessert die Work-Life-Balance und trägt dazu bei, qualifizierte Fachkräfte zu gewinnen und zu halten.

Auch wenn die Telearbeit in Japan seit den 1990er Jahren gefördert wird, operieren viele Unternehmen noch immer unter den Vorzeichen tief verwurzelter geschäftlicher und kultureller Traditionen. In der Folge wird die Mobilität von Arbeitskräften nur sehr langsam übernommen. Um die angestoßenen Veränderungen voranzubringen, hat Microsoft Japan eine Initiative für mehr Telearbeit, „Telework

Week“, ins Leben gerufen, die die Akzeptanz von mobilen und cloudbasierten Technologien in japanischen Unternehmen steigern will.

2015 nahmen 651 Partnerunternehmen an der „Telework Week“ teil. Sie bekamen so die Möglichkeit, Lösungen von Microsoft zu testen und den nahtlosen Zugriff über cloudbasierte Software und Dienste von Microsoft zu erleben. Die Initiative förderte die Wahrnehmung des Themas bei Microsoft Japan und steigerte die Akzeptanz von Telearbeit.

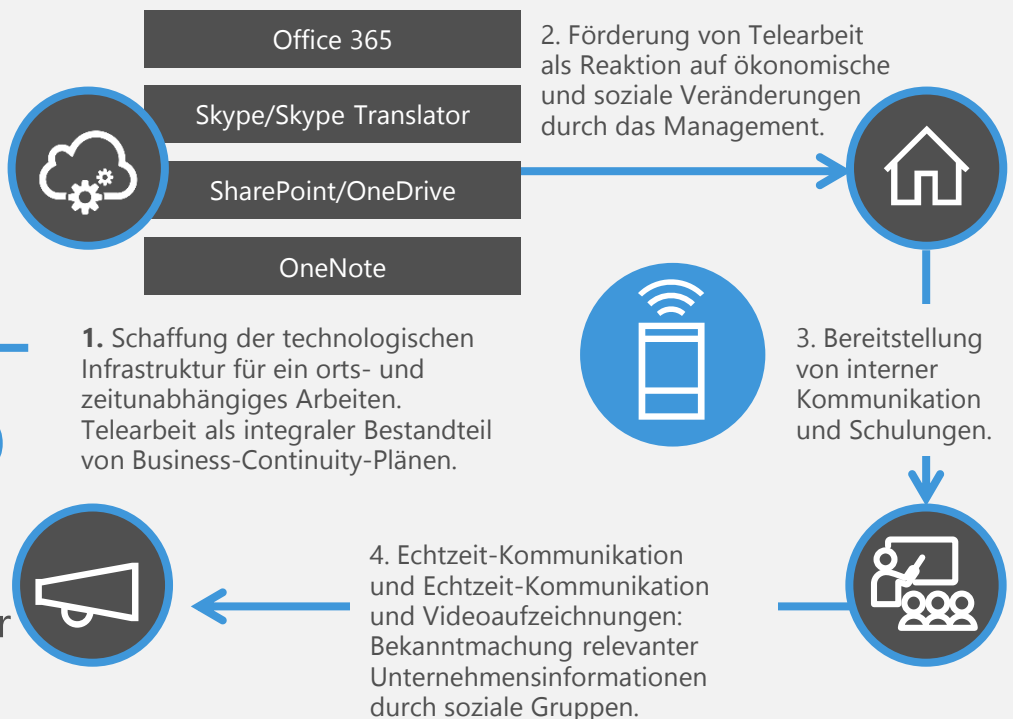
DAS ORTSUNABHÄNGIGE BÜRO

3.281

jährlich gewonnene
Produktivitätsstunden
bei Microsoft Japan

10.000 USD

Einsparungen an
Immobilienkosten
pro Jahr und Mitarbeiter
bei Vollzeit-Telearbeit



MITARBEITER UNTERSTÜTZEN BEI MICROSOFT



EIN UMFASSENDES PERSONALPORTAL MIT SELF-SERVICE

Microsoft führte erhebliche Neuerungen ein, um besser auf die sich stets verändernden Anforderungen unserer Kunden eingehen zu können. Damit jedoch nicht genug: Das Unternehmen entwickelte eine auf Mobilität und Cloud-Technologie ausgelegte Strategie und regte entsprechend eine weitreichende Neustrukturierung und einen Wandel in der eigenen Firmenkultur an.

Um diese Strategie und den damit verbundenen kulturellen Wandel voranzubringen, änderte Microsoft seine Herangehensweise an Performance-Management und Mitarbeiterentwicklung: Nun werden Teamarbeit und Flexibilität weit stärker betont. Bei der Entwicklung und Implementierung des neuen Ansatzes übernahm das Personalwesen die Führung

und erarbeitete eine neue Vision unter dem Titel *HR Reimagined*.

Zentraler Punkt von „HR Reimagined“ war die Bereitstellung eines cloudbasierten Self-Service-Personalportals, das jederzeit und überall genutzt werden kann. Zudem wurden neue Anwendungen entwickelt, um qualifizierte Mitarbeiter zu gewinnen, weiterzuentwickeln und zu binden. Das neue Personalportal eröffnet viele Möglichkeiten: Die Mitarbeiter können persönliche Daten aktualisieren, während Manager HR-Transaktionen verfolgen und genehmigen können. Auch bietet es direkten Zugriff auf das zentrale Support-Center AskHR.

Zudem erhalten interne Nutzer über Self-Service-BI in einem zentralen Echtzeit-

Dashboard Zugriff auf personalbezogene Daten. So können Manager wichtige mitarbeiterbezogene Erkenntnisse verfolgen.

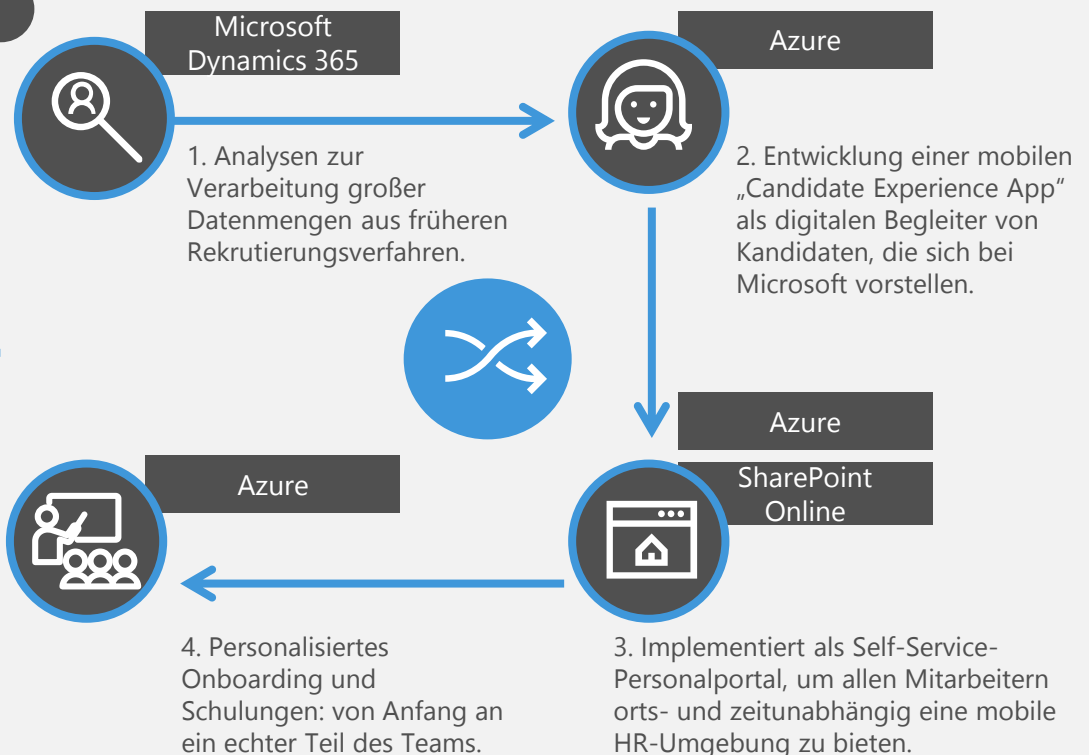
Daneben nutzt Microsoft nun Talentanalysen, um die im Rekrutierungsverfahren erhobenen Datenmengen auszuwerten, und unterstützt den Recruiting-Prozess mit einer mobilen App, um beispielsweise jüngere Arbeitnehmer mit einem besseren Anwendererlebnis anzusprechen.

Die im Rahmen der Initiative „HR Reimagined“ entwickelten Tools und Ressourcen werden von den Microsoft-Mitarbeitern tagtäglich genutzt und haben durch eine Standardisierung auf Azure bereits Produktivitätssteigerungen und Kosteneinsparungen ermöglicht.

HR REIMAGINED

100.000
Mitarbeiter

25.000
Mitarbeiter arbeiten
täglich in Yammer
zusammen



ZUSAMMENARBEIT FÜR ALLE



MITARBEITER
UNTERSTÜTZEN



„ Ein CIO hat nicht nur die Aufgabe, Performance-Ziele zu erreichen und die Kosten für Technologieressourcen möglichst gering zu halten. Tatsächlich geht es um eine Zusammenarbeit mit der Unternehmensleitung. Bei Kennametal wissen wir, wie unglaublich wichtig es ist, die richtigen Mitarbeiter an Bord zu haben und deren Zusammenarbeit zu unterstützen, um unsere Ziele erreichen zu können. “

- **Steve Hanna**
CIO, Kennametal

HERAUSFORDERUNG

- Mit 14.000 Mitarbeitern in 60 Ländern, deren Kernkompetenzen obendrein breit gefächert sind, fand Kennametal es schwierig, Einzelpersonen miteinander zu vernetzen.
- Kennametal benötigte eine sichere Methode, um die Zusammenarbeit von Tausenden von Materialwissenschaftlern und Ingenieuren zwischen Deutschland, den Vereinigten Staaten und Indien zu fördern und die rund 5.000 Werksmitarbeiter besser anzubinden, die nicht über einen eigenen Desktop-Computer verfügen.

LÖSUNG

- Implementierung von Office 365 für Konferenzen, Zusammenarbeit, Chats und Telefonie.
- Aufbau eines unternehmensweiten Intranets für den Zugang zu aktuellen Meldungen, BI und das soziale Netzwerk Yammer.
- Die Werksmitarbeiter von Kennametal nutzen nun ihre mobilen Geräte, um direkt auf das Intranet zuzugreifen.

ERGEBNIS

- Die Mitarbeiter bringen ihren Standpunkt stärker in die Produktentwicklung ein und tauschen Ideen über soziale Netzwerke aus.
- Über OneDrive haben alle Mitarbeiter Zugriff auf zentrale Ressourcen und einen freien Wissensaustausch.
- Die Termintreue von Kennametal ist in nur 14 Monaten im zweistelligen Bereich gestiegen, da nun alle Mitarbeiter Einblick in die gemeinschaftliche Teamleistung haben.

Video
ansehen ➡



FAHRPLAN FÜR VERÄNDERUNG



Wissen und aufschlussreiche Einblicke sind in Ihrer Infrastruktur vorhanden: Sie müssen nur auffindbar sein.

Wenn Sie Informationsbarrieren aufheben, ohne jedoch Kompromisse bei der Sicherheit machen zu müssen, erhalten Sie ein umfassendes Verständnis dessen, wie Ihre Mitarbeiter ihre Zeit nutzen. Mit den folgenden Schritten können Sie die Produktivität Ihrer Belegschaft optimieren:

- **Bereitstellung einer mobilen Umgebung** auf jedem Gerät
- **Transformation von Geschäftsprozessen** im Personalwesen und anderen Unternehmensbereichen
- **Benutzerfreundlichere und intuitivere Gestaltung von Prozessen** für alle Plattformen
- **Produktive Zusammenarbeit auf neuem Niveau** mit Office 365
- **Etablierung einer datenorientierten Kultur** mit kuratierten, einfach zugänglichen Daten

FAHRPLAN: MITARBEITER UNTERSTÜTZEN

GESCHÄFTSVORTEILE

PHASE 1: DAS SICHERHEITSMODELL FÜR DATENTAXONOMIE UND -KLASSIFIZIERUNG VERSTEHEN

PHASE 2: MENSCHEN UND TEAMS VERNETZEN

- Unterstützen Sie den reibungslosen Ideenaustausch und gemeinschaftliche Entwicklungsaktivitäten unabhängig von Ort und Zeitzone.
- Steigern Sie die Produktivität, übergreifend für funktionale Teams, Lieferantennetzwerke und geographische Grenzen.
- Erreichen Sie alle Beteiligten, überall.

PHASE 3: DURCH MOBILE PRODUKTIVITÄT NEUEN NUTZEN GENERIEREN

- Mithilfe von Daten aus bereits eingeführten Produkten, sozialen Netzwerken und Analysen neue Geschäftschancen und Planungsziele herausarbeiten
- Sorgen Sie für schlankere Strukturen, um die gemeinschaftliche Wertschöpfung im Unternehmen zu unterstützen.

PHASE 4: ANALYSEN ANWENDEN

Mitarbeiter zu einer noch größeren Kundenorientierung befähigen:

- Gewinnen Sie Erkenntnisse über Markttrends und Kundenstimmung zu einzelnen Produkten und lassen Sie diese in die Produktentwicklung einfließen.
- Unterstützen Sie die Entscheidungsfindung, Planung und Vernetzung mit Kunden.

- Höhere Mitarbeiterproduktivität
- Besserer Wissensaustausch
- Höhere Mitarbeiterzufriedenheit

- Bessere Rendite von Investitionen in Innovationen
- Senkung der Produktentwicklungskosten

- Bessere Ideenfindung dank Marktdaten
- Kürzere Innovationszyklen
- Höhere Umsätze aus innovativen „First to Market“-Produkten



„Jedes Unternehmen – unabhängig von seiner Branche – denkt und agiert bereits wie ein digitales Unternehmen oder wird dies in Kürze tun.“

Das bedeutet, dass jeder Teil eines Unternehmens sich wandeln und seine Abläufe neu gestalten muss, um das neue Tempo zu unterstützen.“

- Jean-Philippe Courtois
EVP und President Microsoft Global Sales,
Marketing & Operations

ABLÄUFE OPTIMIEREN

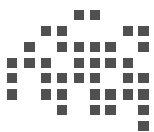
Mit dem Internet of Things (IoT) dreht sich die Wirtschaftswelt schneller als je zuvor. Für die digitale Transformation Ihres Unternehmens ist ein Verständnis dieses Faktors unabdingbar.

So können beispielsweise bisher isolierte Geräte im Außendienst nun kontinuierlich angebunden werden. Das Unternehmen wird dadurch in die Lage versetzt, nicht mehr nur auf Ereignisse zu reagieren, sondern in Echtzeit oder sogar präventiv zu handeln.

Wenn man die Anwendung dieser Möglichkeiten durchdenkt, haben sie das Potenzial für eine völlige Neugestaltung der Kundenbeziehungen, da sie ein ungeahntes Serviceniveau ermöglichen –

ein Serviceniveau, das beständig gesteigert werden kann. Hierzu werden Daten aus breit gestreuten Endpunkten erfasst, mithilfe erweiterter Analysefunktionen ausgewertet und diese Erkenntnisse dann kontinuierlich für Verbesserungen genutzt.

Software-Unternehmen haben dies schon immer getan; nun aber können Unternehmen aus allen Branchen diesen Ansatz übernehmen und neue Effizienzgewinne nutzen, etwa indem sie Kundenprobleme mithilfe von Machine Learning vorwegnehmen und lösen.



Prozessopti-
mierung
neu
denken



Nutzung technologischer Lösungen für mehr Effizienz: Mithilfe von IoT und Sensoren können Umsatz und Kundenzufriedenheit gesteigert werden.



Nutzung digitaler Plattformen für kürzere Lieferzeiten: Geräte im Außendienst können kontinuierlich verbunden werden, Produktion und Lieferzeiten werden durch Analyse von Daten aus breit gestreuten Endpunkten optimiert.



Testen neuer Produkte und Dienstleistungen zu einem Bruchteil der Kosten: Test, Fehlschlag, erneute Tests – heute können Sie dank digitaler Möglichkeiten Produkte und Dienstleistungen zu einem Bruchteil der Kosten testen.



Antizipieren und Lösen von Kundenproblemen, bevor sie überhaupt auftreten.

TRANSFORMATION VON ABLÄUFEN BEI MICROSOFT



VERBESSERTER NUTZUNG VON GEBÄUDEN MIT IOT

Die Microsoft IT Innovation Group und das für die Anlagen zuständige Team beschäftigten sich mit der Frage, wie, wann und welche Art von öffentlichen Versammlungsräumen die Mitarbeiter nutzen. Gesucht wurden Möglichkeiten, die bestehenden Büroflächen besser aufzuteilen und zu nutzen.

Die richtigen Räumlichkeiten für ein Treffen zu finden kann eine Herausforderung sein. Auch wenn Outlook die verfügbaren Konferenzräume anzeigt, so werden diese Informationen häufig von den Organisatoren einer Besprechung nicht aktualisiert, zudem fehlen Angaben über Umgebungsgeräusche oder Temperatur.

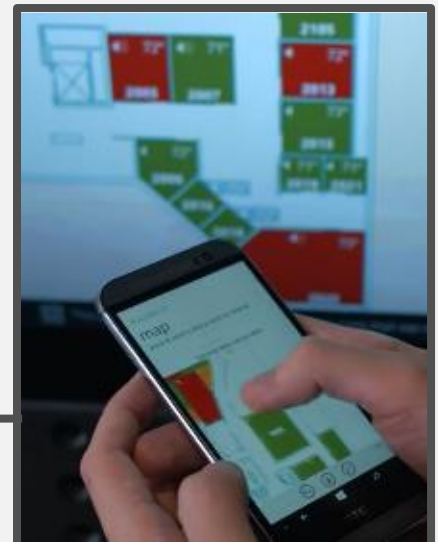
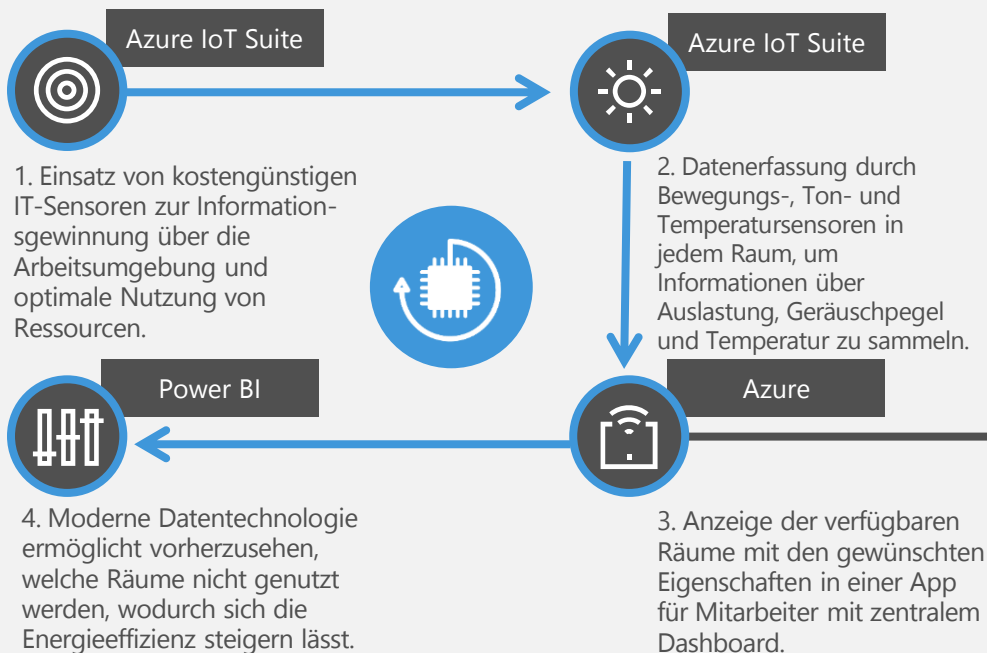
Daher suchte unser Innovationsteam nach einer besseren Lösung unter Einsatz von Sensoren. Mithilfe kostengünstiger IT-Sensoren in jedem Besprechungszimmer erhob das Team Informationen über die Eigenschaften der einzelnen Räume, um so die Arbeitsumgebung optimal gestalten zu können.

Die Sensoren erfassen Daten wie Geräuschpegel, Temperatur und Belegung und speisen diese Daten dann in eine mobile Anwendung ein, die alle Informationen in einer ansprechenden und einfach zu lesenden Dashboard-Ansicht darstellt.

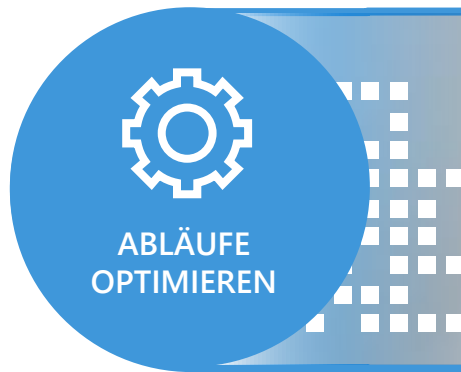
Das Dashboard zeigt den Lageplan und alle verfügbaren Räume als Heatmap an, in der belegte Räume in Rot und verfügbare Zimmer in Grün gehalten sind. Zudem können die Benutzer andere Eigenschaften einsehen, etwa Platzanzahl und Geräuschpegel eines Raums.

Einer der großen Vorteile unserer sensorgestützten Lösung sind Erkenntnisse über Nutzungsmuster von Konferenzräumen und öffentlichen Meetingräumen, die zu messbaren Ergebnissen wie geringeren Energiekosten, besserer Gebäudeplanung und optimierter Auslastung geführt haben.

VERBESSERTER NUTZUNG VON GEBÄUDEN MIT IoT



TRANSFORMATION VON ABLÄUFEN BEI MICROSOFT



PRÄDIKTIVE ANALYSEN IM VERTRIEBSPROZESS

Wenn Sie Ihren Kunden genau zum richtigen Zeitpunkt kontaktieren, verschafft Ihnen dies einen Vorteil. Der Kunde würde gerne kaufen und Sie würden gerne verkaufen. Wie können Sie sicherstellen, dass jeder Vertriebskontakt zum idealen Zeitpunkt stattfindet?

Die größte Herausforderung für Verkäufer ist heute die Fülle von Tools und isolierten Kundenerlebnissen, die die Produktivität beeinträchtigen und für ineffiziente Abläufe sorgen. Im State of Sales Execution Report von Qvidian aus dem Jahr 2015 nannten 22 Prozent der Teilnehmer die unpräzise Informationsvermittlung als zentrales Hemmnis, ihre Quote zu erreichen.

Im Zuge der Bemühungen um eine Modernisierung der weltweiten Vertriebs- und Marketingressourcen entwickelte Microsoft IT eine maßgeschneiderte Lösung, um klassische Aufgaben im Vertrieb nahtlos miteinander zu verzahnen: die Microsoft Sales Experience (MSX).

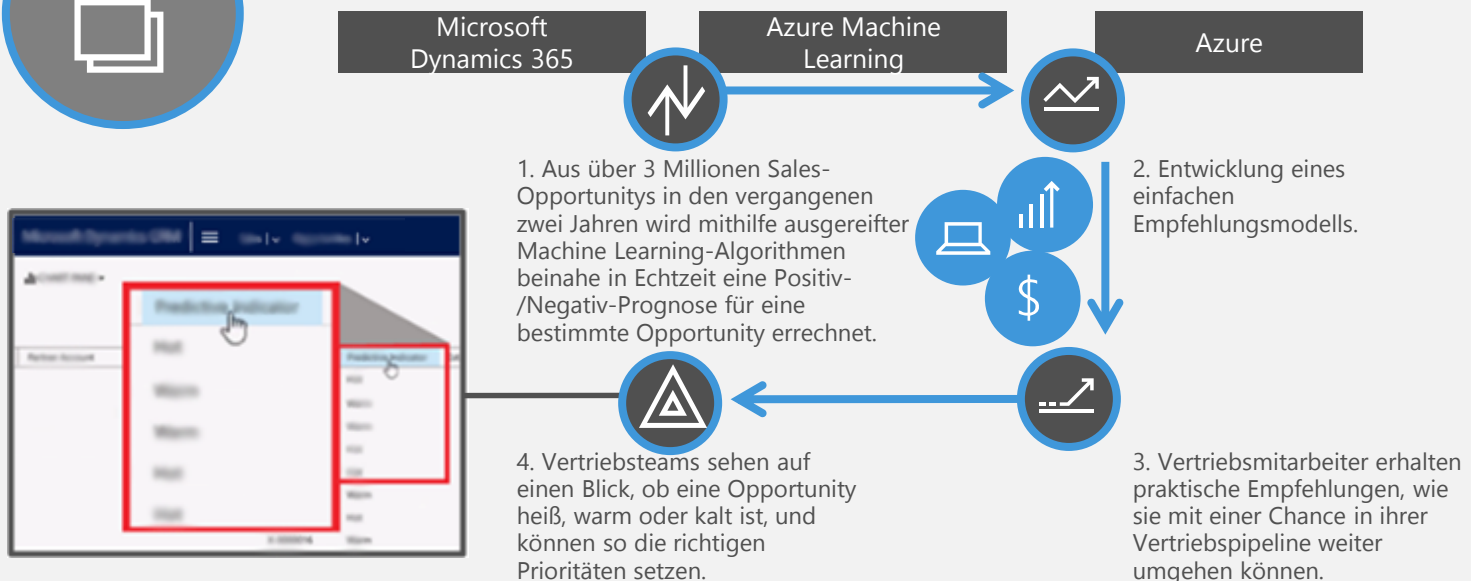
MSX baut auf Microsoft Dynamics 365 auf und wurde vor Kurzem um ein erweitertes Analysemodell ergänzt. Unsere Vertriebsmitarbeiter können so anhand der Wahrscheinlichkeit eines positiven oder negativen Ergebnisses fundiertere Entscheidungen treffen. Die Wahrscheinlichkeitsdaten beruhen auf der Analyse von 3 Millionen Sales-Opportunities aus den vergangenen zwei Jahren.

Mithilfe ausgereifter Machine Learning-Algorithmen errechnet das System auf Grundlage historischer Muster beinahe in Echtzeit eine Positiv-/Negativ-Prognose für eine bestimmte Opportunity.

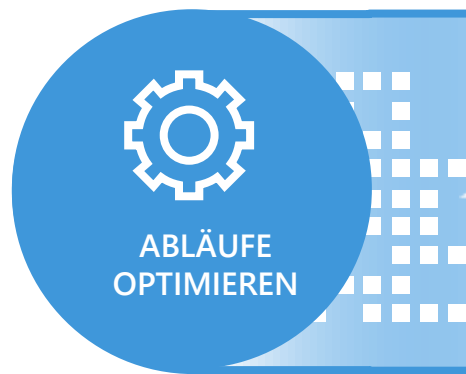
Die Vertriebsmitarbeiter können für jeden potenziellen Abschluss auf diese Informationen zugreifen, die auf Telemetrie und einer Visualisierung in Microsoft Dynamics 365 sowie auf Power BI beruhen. Die Anwendung gibt zudem fallbezogen Empfehlungen für konkrete Maßnahmen, die unsere Vertriebsmitarbeiter als nächste ergreifen könnten. Das Team von Microsoft Dynamics 365 arbeitet derzeit daran, diese Funktionalität bald auch in unserer CRM-Lösung verfügbar zu machen.



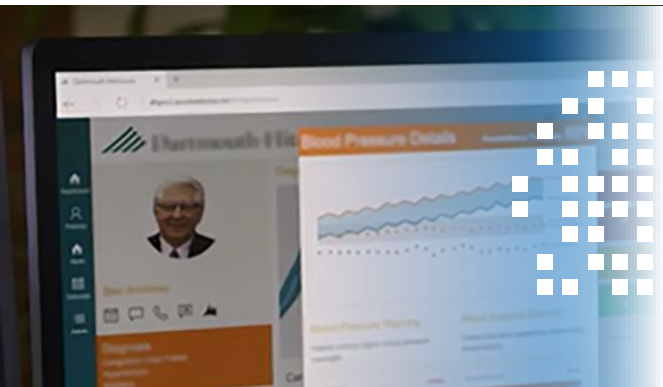
PRÄDIKTIVE ANALYSEN IM VERTRIEBSPROZESS



EFFIZIENZGEWINNE DURCH TECHNOLOGIE



Dartmouth-Hitchcock



„ Mit der Cortana Analytics Suite und Microsoft Dynamics 365 transformieren wir die Art, in der Gesundheitsleistungen heute erbracht werden. Wir profitieren von besseren Patientenergebnissen, geringeren Kosten und einem völlig neuen Niveau der personalisierten Versorgung.“

– Ethan M. Berke, MD, MPH
Medical Director, Clinical Design and Innovation

NEUE WEGE IM GESUNDHEITSWESEN DANK PERSONALISierter VERSORGUNG UND ZUSAMMENARBEIT VON ANBIETERN

HERAUSFORDERUNG

- Das Dartmouth-Hitchcock Medical Center in New Hampshire wollte ein proaktives Gesundheitssystem entwickeln, das verfügbar sein sollte, wo und wann ein Patient es benötigte.
- Ärzte, Pflegekräfte und andere Gesundheitsfachkräfte hatten keinen Echtzeit-Einblick in den gesundheitlichen Zustand ihrer Patienten und auch nicht die Tools, sie effektiver zu behandeln.
- Die medizinischen Teams benötigten eine Möglichkeit, die Versorgung von Einzelpersonen und Communities besser zu koordinieren.

LÖSUNG

- Dartmouth-Hitchcock entwickelte ImagineCare, ein stets verfügbares, cloudbasiertes Gesundheitssystem, in dem Pflegekräfte und Gesundheitscoaches den gesundheitlichen Zustand einer Person in Echtzeit verfolgen und entsprechend reagieren können.
- Daten aus Sensoren und Geräten wie Blutdruckmanschetten, Pulsoximetern oder Aktivitäts-Trackern wie Microsoft Band werden per Smartphone in die Azure Cloud übertragen.
- Die Daten werden in einem mit ausgebildeten Pflegekräften besetzten Contact-Center in ein Dashboard der Cortana Analytics Suite importiert. Ergibt eine Warnung, setzen sich die Mitarbeiter proaktiv mit der betreffenden Person in Verbindung.

ERGEBNIS

- Das auf Grundlage der Cortana Analytics Suite, von Microsoft Dynamics 365 und der Azure Cloud Platform entwickelte System erzeugt einen dynamischen und kontextbezogenen Pflegeplan. Dank der Machine-Learning- und Prognosefähigkeiten von Azure kann dieser Plan besser und genauer auf die Person zugeschnitten werden.
- ImagineCare senkt zudem Kosten, da der Gesundheitsanbieter proaktiv auf Patienten zugehen und so Besuche in der Notaufnahme und unnötige Krankenhauseinweisungen vermeiden kann.

FAHRPLAN FÜR VERÄNDERUNG



Dank digitaler Technologie können Unternehmen heute mit hoher Geschwindigkeit agieren und ihre Reaktionsfähigkeit steigern. Sie entdecken Schwierigkeiten und ineffiziente Abläufe, können präzise Prognosen treffen und bei Bedarf jederzeit Anpassungen vornehmen.

Ihr Fahrplan sollte sich auf drei zentrale Bereiche konzentrieren:

- **Modernisierung von Anwendungsportfolio**, Prozessen und Kompetenzen
- **Migration in die Cloud durch Priorisierung** der besten Chancen für eine solide Finanzierung der Transformation
- **Ausrichtung neuer Automatisierungslösungen** auf die Bereiche, in denen manuelle Arbeitsschritte mit größtmöglicher Effektivität eliminiert werden können

FAHRPLAN: ABLÄUFE OPTIMIEREN

GESCHÄFTSVORTEILE

PHASE 1: IN ALLEN KANÄLEN KOMMUNIKATIONSMÖGLICHKEITEN MIT KUNDEN, DIENSTANBIETERN UND AUSRÜSTUNGSPRODUZENTEN AUFBAUEN

- Etablieren Sie Funktionen für mobiles Arbeiten und Zugriffsrechte, einschließlich Medieninhalten und Kommunikationslösungen.
- Integration von IoT-Konnektivität in Zielgeräte.
- Fördern Sie eine Kultur der Remote-Interaktion und dezentralen Steuerung.

- Weniger Reisekosten
- Geringere Kosten für Schulungen und Zertifizierungen

PHASE 2: TELEMETRIE UND TELEKOMMUNIKATION INTEGRIEREN

- Identifizieren Sie geeignete Analysefunktionen und -werkzeuge.
- Implementieren Sie Machine Learning und eine IoT-Integration.
- Integrieren Sie vorhandene und neue Lösungen für Automatisierung, Telemetrie und Machine Learning in zentrale Berichts- und Dashboard-Dienste.

- Verringerung ungeplanter Ausfallzeiten
- Geringere Ausgaben für Datenmodellierung
- Geringere Infrastrukturkosten für IT-Hosting und Speicherung

PHASE 3: ANALYSE- UND MOBILITÄTSFUNKTIONEN OPTIMIEREN UND AUSBAUEN

- Verbessern Sie die Zusammenarbeit durch eine kontinuierliche Bereitstellung und Erweiterung von Mobilitäts- und Analysefunktionen.
- Dezentralisieren Sie die Steuerung.

- Geringere Wartungskosten
- Ablösung von teuren Verträgen mit Drittanbietern
- Vermittlung von technischem Know-how an Ihre Mitarbeiter



„Mehr als jemals zuvor sind wir an einem Punkt angelangt, an dem Technologie nicht nur bestehende Möglichkeiten erweitert, sondern ganze Geschäftsmodelle dramatisch verändert.“

Wir transformieren Produkte und Dienstleistungen mit nie dagewesener Innovationsgeschwindigkeit und möchten unsere Kunden in die Lage versetzen, die finanziellen Vorteile der digitalen Transformation rascher zu realisieren.“

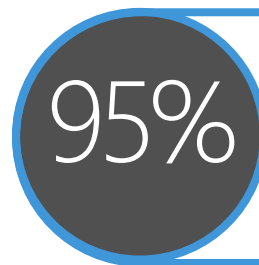
-Rocky Blanton

CVP, Enterprise & Partner Group, Microsoft

PRODUKTE TRANSFORMIEREN

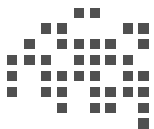
Die Möglichkeit, Software und Technologie direkt in Produkte und Dienstleistungen einzubetten, verändert die Art und Weise, in der Unternehmen Mehrwerte schaffen. Dies ermöglicht neue Geschäftsmodelle und verändert etablierte Märkte grundlegend.

Bedenken Sie: Wenn jedes Unternehmen eigentlich ein Software- oder digitales Unternehmen wäre, wie würde dies die jeweiligen Produkte und das gesamte Geschäftsmodell verändern? Würden Bruttomargen aufgrund digitaler Technologie von „Dingen“ zu Typen von Dienstleistungen verschoben?



der 100 größten Software-Unternehmen werden bis zum Jahr 2020 kognitive Technologien in ihre Produkte integrieren¹

Vor Kurzem ging Microsoft eine Partnerschaft mit Keystone ein, um besser zu verstehen, wie Unternehmen in den verschiedensten Branchen ihre Geschäftstätigkeit auf Grundlage von Daten und digitaler Transformation ausweiten – führende Unternehmen erzielen zusätzliche Betriebseinnahmen von durchschnittlich 100 Millionen USD pro Jahr.²



Transforma
tion von
Produkten
neu
denken



Datengestützte Erschließung neuer Märkte: Finden Sie heraus, wie die von Ihnen erfassten Daten eine Schlüsselrolle in der Erschließung neuer Geschäftschancen spielen können. Nutzen Sie die daraus gewonnenen Erkenntnisse in Ihren Produktions- und Dienstleistungsprozessen, um neue Chancen zu erschließen.



Überprüfung von Geschäftsmodellen für eine Priorisierung von Flexibilität und entstehenden Trends: Entwickeln Sie neue Geschäftsmodelle durch eine Anreicherung von physischen mit digitalen Angeboten. Schaffen Sie digitale Zusatzleistungen rund um traditionelle Produkte.



Der Kunde als Geschäftspartner: Erkennen Sie, wo Ihre eigenen Geschäftsinteressen sich mit denen Ihrer Kunden in einer digital orientierten Welt überschneiden. Suchen Sie nach Chancen, die Ihnen besseren Zugang zu neuen Märkten eröffnen und gleichzeitig technologische und Sicherheitsrisiken verringern.



Verbinden von Produkten zur Erweiterung und Neudefinition ihres Werts: Suchen Sie nach neuen, werthaltigen Verbindungen zwischen zwei Angeboten, und nutzen Sie hierfür ein tiefgreifendere Erkenntnisse, Machine Learning und Analysefunktionen.

¹ Deloitte. Cognitive technologies enhance enterprise software. Deloitte. 2016.

² Interviews von Keystone Strategy, Oktober 2015 – März 2016

PRODUKTE TRANSFORMIEREN BEI MICROSOFT



MITHILFE VON DATEN NEUE MÄRKTE ERSCHLIEßEN

Die erste digitale Assistentin von Microsoft, Cortana, entstand aus mehrjährigen Investitionen in Suchmaschinen und nutzt Backend-Services von Bing, um ein neues Nutzererlebnis zu schaffen.

Über mehrere Jahre hinweg haben die Entwickler von Microsoft Bing an Grundlagentechnologien wie der natürlichen Sprachverarbeitung und der Verknüpfung von realen Objekten mit Internetdaten gearbeitet, ohne dabei an ein konkretes Endprodukt zu denken. Diese Technologien wurden schlussendlich in Cortana zusammengeführt, einer im Jahr 2014 eingeführten digitalen Assistentin.

Eine Kombination aus diesen Grundlagendiensten sowie kontextbezogenen und prädiktiven Technologien macht Cortana so intelligent, dass sie die Wünsche ihrer Benutzer genau erfüllen kann, ohne immer wieder nachfragen zu müssen.

Indem Cortana die spezifischen Gewohnheiten und Interessen von Benutzern erlernt und Bing-Dienste nutzt, kann sie nicht nur Suchen durchführen und bei der Organisation alltäglicher Aktivitäten helfen. Wie ein menschlicher Assistent kann sie auch mit dem Benutzer plaudern und sogar Witze machen. So kann Cortana beispielsweise bei der Anreise zum Flughafen ohne Aufforderung Fluginformationen einholen und Bordkarten abrufen.

In manchen Fällen ist Cortana sogar in der Lage, die Informationen an eine andere Anwendung weiterzugeben.

Cortana ist nicht der einzige beliebte Microsoft-Dienst, der von kontinuierlichem und dynamischem Lernen profitiert.

Dienste wie Skype Translator, die neue Bilderkennung in OneDrive, die Bilder automatisch mit Tags versehen kann, wie auch Clutter nutzen Machine Learning, um ihre Intelligenz und Nützlichkeit zu steigern.

EINE DIGITALE ASSISTENTIN DER NÄCHSTEN GENERATION

Suchmaschine

1. Aufbauend auf in 10 Jahren für Bing geschaffenen Suchressourcen und technischen Kapazitäten.



Erkennung natürlicher Sprache

2. Integration von Grundlagentechnologien wie der natürlichen Sprachverarbeitung und der Verknüpfung von realen Objekten mit Internetdaten.

Predictive Analytics

Machine Learning

3. Entwicklung von Cortana, einer ausgereiften digitalen Assistentin; diese kann Aufgaben kontextbezogen ohne Aufforderung ausführen und die Interaktion mit dem Benutzer personalisieren, wofür Machine Learning sowie kontextbezogene und prädiktive Technologien genutzt werden.

PRODUKTE TRANSFORMIEREN BEI MICROSOFT



FLEXIBLE BEKÄMPFUNG VON CYBERKRIMINALITÄT

SSchätzungsweise 556 Millionen Menschen jährlich werden Opfer von Cyberkriminalität. Die hierdurch entstandenen Schäden belaufen sich auf insgesamt 3 Billionen USD pro Jahr.

Cyberangriffe können am effektivsten abgewehrt werden, wenn die richtigen Menschen über die richtigen Technologien verfügen. Mithilfe koordinierter Maßnahmen kann man die eigene Online-Umgebung effektiver schützen, um Bedrohungen rasch zu erkennen und auf sie zu reagieren.

Microsoft IT und unsere Teams für Cybersicherheit im gesamten Unternehmen kamen zu der Überzeugung, dass wir interne Prozesse testen, flexibler werden und ein effektives Modell für die Zusammenarbeit finden mussten.

Die Projektbeteiligten kamen zu dem Schluss, dass es von zentraler Wichtigkeit war, die Erkenntnisse von über 3.500 IT-Sicherheitsexperten in einem föderierten Modell zusammenzuführen, das ihre Zusammenarbeit ermöglichte.

In der Folge eröffnete Microsoft das Cyber Defense Operations Center. Dieses hochmoderne Zentrum operiert rund um die Uhr und vereint unter seinem Dach Experten für Sicherheitsmaßnahmen aus dem gesamten Unternehmen, die gemeinsam unsere Daten schützen und Bedrohungen in Echtzeit erkennen und abwehren.

In diesem Zentrum arbeiten speziell geschulte und qualifizierte Mitarbeiter, die Billionen von Datenpunkten untersuchen und hierfür genau maßgeschneiderte und

automatisierte Software, Machine Learning, Verhaltensanalysen und umfassende Forensik-Funktionen nutzen. Aus den aggregierten Daten wird ein „Intelligent Security Graph“ erstellt. Dieses Sicherheitssignal wird mit kontextbezogenen Metadaten und Cloud Machine Learning angereichert.

Dank dieser Erkenntnisse der Threat Intelligence können unsere Teams die Fakten rasch zueinander in Beziehung setzen, wenn anomales Verhalten auf einen möglichen Angriff oder sicherheitsgefährdende Aktivitäten hindeutet. Dies ermöglicht eine rasche Reaktion, die Bedrohungen umfassend eindämmt und koordiniert Abhilfe schafft.

15 Milliarden
Ereignisse werden
täglich
von der
Sicherheitsüberwachung
gesammelt

CYBERSECURITY AS A SERVICE



1. Untersuchung von Billionen von Datenpunkten aus Milliarden von Quellen; 3.500 Sicherheitsexperten arbeiten rund um die Uhr.



Azure Machine Learning

2. Aggregierung der Daten in einen „Intelligent Security Graph“, der mit kontextbezogenen Metadaten und Cloud Machine Learning angereichert wird.

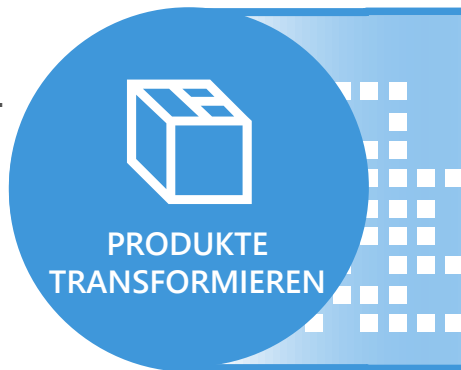


4. Im Falle eines Angriffs wird das erworbene Wissen eingesetzt und für eine rasche Reaktion genutzt.



3. Analyse der komplexen Beziehung von Identitäten, Geräten und Verhaltensweisen, um die richtigen Schlüsse zu ziehen, wenn „anormales“ Verhalten auf einen Angriff hinweist.

NEUE GESCHÄFTS- MODELLE FÜR OPTIMALE FLEXIBILITÄT



TEMENOS
The Banking Software Company



„Es ist spannend zu beobachten, wie sich unser zentrales Banking in die Cloud integrieren lässt. Nun kann jeder Mitarbeiter im Kundenkontakt direkt Darlehen vergeben, Zahlungen entgegennehmen und Bankgeschäfte praktisch überall erledigen – ein einfacher Tablet-Computer genügt.“

– Murray Gardiner,
Temenos MicroBanking Suite

10 Mio.

10 Millionen Menschen haben nun dank der in Azure erstellten, cloudbasierten Lösung von Temenos Zugang zu Bankdienstleistungen.

WELTWEITER ZUGANG ZU BANKGESCHÄFTEN

HERAUSFORDERUNG

- Tausende Unternehmen in aller Welt nutzen die Banksoftware von Temenos zur Verarbeitung ihrer Transaktionen, darunter 38 der 50 größten Banken.
- Ziel von Temenos war das Erstellen einer Banking-Lösung für die 2 Milliarden Menschen weltweit, die keinen Zugang zu Bankdienstleistungen haben.

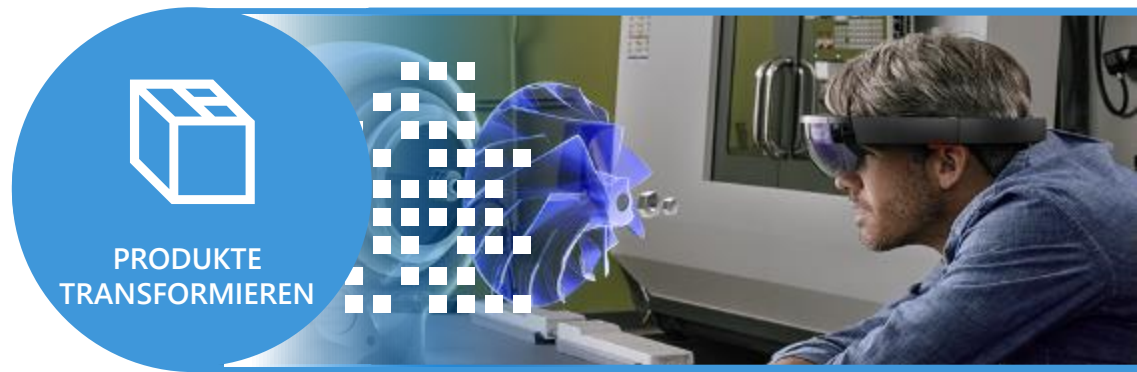
LÖSUNG

- Unter Verwendung der Azure Cloud Services entwickelte Temenos eine Cloud-Version seiner Banking-Kernanwendung T24.
- Nun können Banken, die T24 in der Cloud nutzen, die Anwendung in nur wenigen Monaten implementieren und so die ortsunabhängige Nutzung von mobilen Endgeräten zur Erledigung von Bankgeschäften ermöglichen.

ERGEBNIS

- Dank dieser cloudbasierten Anwendung können die Kunden von Temenos ihre Kunden nun auch in den abgelegensten Gegenden erreichen und so neue Märkte für ihre Leistungen erschließen.
- Mit Azure Cloud Services ist Temenos federführend in der Einbeziehung von weiteren 2 Milliarden Menschen in formelle Finanzdienstleistungen.

FAHRPLAN FÜR VERÄNDERUNG



Jedes Unternehmen wird heute zum Softwareunternehmen. Wir müssen verbundene Dienste entwickeln und Erkenntnisse gewinnen, um herauszufinden, was gewinnbringend für neue Geschäftsmodelle genutzt werden kann. Die diesbezügliche Planung sollte sich auf die folgenden Punkte konzentrieren:

- **Vernetzung von Menschen**, um einen nahtlosen Ideenaustausch zu ermöglichen
- **Nutzung von Erkenntnissen zu Markttrends und der Kundenstimmung** gegenüber einzelnen Produkten, um auf dieser Grundlage Planungsentscheidungen zu treffen
- **Neue Geschäftschancen aus Daten aus bereits eingeführten Produkten**, aus sozialen Netzwerken und aus Analysen zu ermitteln.

FAHRPLAN: PRODUKTE TRANSFORMIEREN

GESCHÄFTSVORTEILE

PHASE 1: MENSCHEN, TEAMS UND PRODUKTE VERBINDEN

- Unterstützen Sie den reibungslosen Ideenaustausch und gemeinschaftliche Entwicklungsaktivitäten unabhängig von Ort und Zeitzone.
- Steigern Sie die Produktivität, übergreifend für funktionale Teams, Lieferantennetzwerke und geographische Grenzen.
- Vernetzen Sie Endgeräte mit IT-Systemen als erster Schritt (API-fähig).
- Integrieren Sie IoT-Konnektivität in Zielgeräte.
- Fördern Sie eine Kultur der Remote-Interaktion und dezentralen Steuerung.

- Weniger Entwicklungskosten
- Effektiverer Wissensaustausch
- Höhere Mitarbeiterproduktivität

PHASE 2: ADDITIVE MANUFACTURING UND ANALYSEFUNKTIONEN NUTZEN

- Setzen Sie 3D-Drucker für raschere Innovation und optimale Nutzung von Additive Manufacturing ein.
- Gewinnen Sie Erkenntnisse über Markttrends und Kundenstimmung zu einzelnen Produkten und lassen Sie diese in Entscheidungen über Planung und Produktverwendung einfließen, einschließlich Leistungstelemetrie für Konstruktionsentscheidungen.

- Bessere Ideenfindung dank Marktdaten
- Kürzere Innovationszyklen
- Höhere Umsätze aus innovativen „First to Market“-Produkten

PHASE 3: MOBILE UND FLEXIBLE PRODUKTIVITÄT IN DER ENTWICKLUNG IMPLEMENTIEREN

- Mithilfe von Daten aus bereits eingeführten Produkten, sozialen Netzwerken und Analysen neue Geschäftschancen und Planungsziele herausarbeiten.
- Optimieren Sie die Produktentwicklung.
- Gehen Sie in aktuellen und zukünftigen Entwürfen auf Kundenanforderungen und -bedürfnisse ein.

- Bessere Rendite von Investitionen in Innovationen
- Niedrigere Kosten für Prototypen, physische Modelle und Tests



„In unserer extrem vernetzten Welt muss man seine Technologiepartner sorgfältig auswählen: Sie müssen nicht nur in der Lage sein, die gewünschten Fähigkeiten zur Verfügung zu stellen, sondern zudem einen Ansatz verfolgen, der Flexibilität, Effizienzgewinne und Differenzierung in Ihrem Unternehmen ermöglicht.“

Microsoft bietet eine beeindruckende Bandbreite an Lösungen; wichtiger noch ist jedoch, dass wir Flexibilität, Integration und Vertrauen die oberste Priorität geben.“

-Satya Nadella
CEO, Microsoft

GUTE GRÜNDE FÜR MICROSOFT

Microsoft ist angetrieben von der Mission, jedem Menschen und jeder Organisation weltweit die Mittel an die Hand zu geben, mehr zu erreichen – Technologie zu schaffen, mit deren Hilfe andere innovativ sein, eigene Technologie entwickeln und Lösungen erstellen können, die etwas bewegen. Dieser Plattform-Ansatz ist der Eckpfeiler der bewährten Microsoft-Strategie, mit der wir sicherstellen, dass unsere Produkte erweitert werden und, wichtiger noch, auf eine Weise bereitgestellt werden, die den Erfolg unserer Kunden mithilfe unseres umfassenden Partnernetzwerks fördern.

Eine Partnerschaft mit Microsoft auf dem Weg hin zur digitalen Transformation bedeutet, dass unsere Kunden auf uns zählen können: darauf, dass wir einen Ansatz verfolgen, der Flexibilität, Effizienzgewinne und Differenzierung ermöglicht.

Flexibel: Die „Flexibilität“ des Kunden ist unsere oberste Priorität. Unser Ziel ist es, technologische Lösungen zu schaffen, die unverzichtbar werden und mühelos in einen Workflow integriert werden können, um die Produktivität unserer Kunden zu steigern.

Es liegt in unserer Verantwortung sicherzustellen, dass unsere Lösungen dem Kompetenzniveau von Mitarbeitern, Entwicklern und IT-Experten entsprechen. Auf diese Weise kommen alle voran. Zudem gibt Microsoft seinen Kunden die Möglichkeit, bestehende Investitionen in die Cloud optimal zu nutzen – durch echte Hybrid-Szenarien und Technologien, die heterogene Umgebungen unterstützen und auf Endgeräten aller Art funktionieren.

Integriert: Für eine höhere Wertschöpfung ist der Ansatz von Microsoft auf Erweiterbarkeit ausgelegt. Unser leistungsstarkes Erweiterungsmodell ist attraktiv für Millionen von Entwicklern und Partnern, die auf unserer Cloud-Plattform entwickeln und unsere differenzierten Funktionen wie Identitätsverwaltung, umfassende Datenverwaltung, Machine Learning und erweiterte Analysen integrieren.

All dem zugrunde liegen unsere unablässigen Bemühungen um ein Ineinandergreifen unserer Lösungen; so können wir unseren Kunden den Aufwand für eine Integration ersparen.

Vertrauenswürdig: Microsoft investiert mit großem Engagement in Sicherheit, Datenschutz und -kontrolle, Compliance und Transparenz. Dies gilt besonders für die Funktionen, die für unsere Kunden am wichtigsten sind: Compliance-Zertifikate, führende Verschlüsselungsfunktionen, Wahl des Speicherorts von Daten und Transparenz hinsichtlich des Umgangs mit und des Schutzes von Daten.

Microsoft hebt sich von anderen Cloud-Anbietern ab, da wir uns nicht auf unseren Errungenschaften ausruhen und uns stets darauf konzentrieren, die Erwartungen unserer Kunden zu übertreffen.

- **Sicherheit:** Mithilfe strenger Sicherheitsmaßnahmen schützen wir die Daten unserer Kunden vor Hackern und unberechtigten Zugriffen; hierfür kommen hochmoderne Technologie, Prozesse und Zertifikate zum Einsatz.
- **Datenschutz und -kontrolle:** Wir geben Ihnen die Kontrolle über Ihre Daten. Dazu gehört auch, dass Sie Ihre Daten nach einem eventuellen Vertragsende mitnehmen und auf Anforderung löschen lassen können.
- **Compliance:** Wir unterstützen Sie dabei, Konformität mit den anwendbaren Gesetzen und Vorschriften wie auch mit wichtigsten internationalen Normen zu gewährleisten. Dabei respektieren wir die digitale Souveränität des jeweiligen Landes.
- **Transparenz:** Wir erklären auf allgemeinverständliche Art und Weise, was wir mit Ihren Daten tun und wie wir sie schützen und verwalten.

Erfahren Sie mehr:
<http://aka.ms/leadingdisruption>

