

# RAPPORT

## The State of AI in Vlaanderen

prōfacts



ConXion



## Over het onderzoek

- 0.1 Inleiding
- 0.2 Doelstelling
- 0.3 Over de bevraging

## Executive Summary

### Hoofdstuk 1: De cijfers: Zijn we de hype voorbij?

- 1.1 AI positief onthaald bij Vlaamse bedrijven
- 1.2 AI gebruik binnen Vlaamse bedrijven
- 1.3 AI gebruik per afdeling: wie gebruikt AI?
- 1.4 AI gebruik per afdeling: waarvoor gebruiken we het?
- 1.5 Strategische visie rond AI ontbreekt

### Hoofdstuk 2: De cijfers: Ethische en operationele vragen blijven een struikelblok

- 2.1 De beslissingsnemer als het gaat over AI
- 2.2 Ethische vragen en IT-leiders

### Hoofdstuk 3: De cijfers: gebrek aan digitale vaardigheden rond AI

### Hoofdstuk 4: De cijfers: AI-experimenten leiden tot verdere investeringen

### Hoofdstuk 5: De cijfers: De bestuurskamer speelt een cruciale rol

- 5.1 AI council als startpunt
- 5.2 AI van technische uitdaging naar business uitdaging

### Hoofdstuk 6: Je bedrijf AI-klaar maken

- 6.1 Copilot & AI Stappenplan
- 6.2 Microsoft 365 Copilot pakketten: overzicht

## Over ConXion

# Over het onderzoek



## 0.1 Inleiding

ConXioN voerde, in samenwerking met marktonderzoeksbureau Profacts, het eerste marktonderzoek uit naar het gebruik van artificiële intelligentie (AI) bij bedrijven in Vlaanderen. Uit de bevraging blijkt dat AI als een positieve evolutie wordt gezien, maar dat een structurele strategische aanpak nog vaak ontbreekt: maar **liefst 81% van de bevroegde bedrijven** in Vlaanderen erkennen het enorme positieve potentieel van AI en zien het als een motor voor efficiëntie en innovatie.

Toch blijft kennis een drempel: velen weten nog niet goed wat AI kan betekenen voor hun onderneming. Bedrijven kampen met een tekort aan juiste kennis en digitale vaardigheden, wat de adoptie vertraagt. Bedrijven in Vlaanderen hebben nood aan duidelijke ijkpunten, een strategie en vooral een langetermijnvisie rond AI.

*Uit dit onderzoek blijkt dat de helft van ons door een heldere bril met goede glazen kijkt, terwijl de andere helft nog een bezoek aan de oogarts nodig heeft om scherp te kunnen zien. Er is nog mist, en sommige ijkpunten moeten duidelijker worden gedefinieerd.*

*Dit onderstreept de nood aan change management, maar ook aan meer bekendheid en bewustwording om deze stappen vooruit te zetten.*



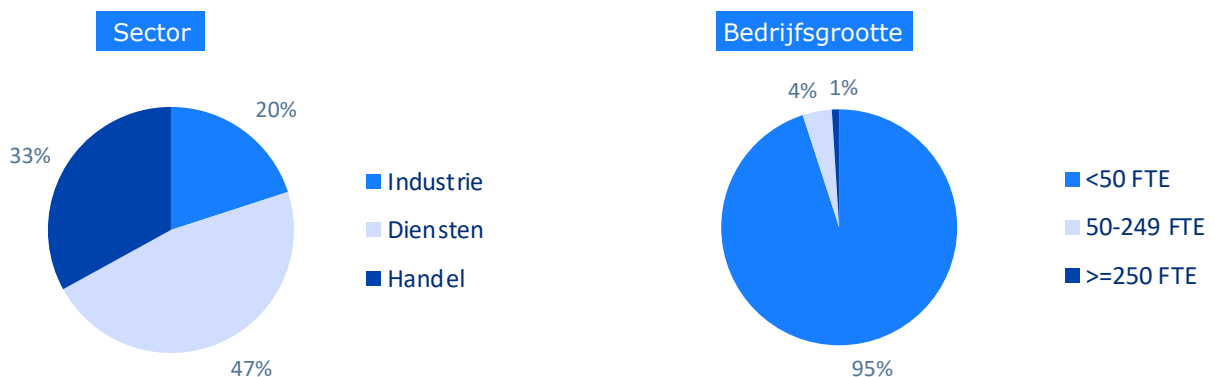
**Carine Vaeremans**  
CEO marktonderzoeksbureau Profacts

## 0.2 Doelstelling

Dit marktonderzoek werd uitgevoerd in samenwerking met marktonderzoeksbureau Profacts als een eerste bevraging van bedrijven in Vlaanderen en biedt een indicatief beeld van de stand van zaken rond AI-adoptie. De doelstelling was om de temperatuur te meten in Vlaamse ondernemingen: waar staan zij met AI? Hoe kijken ze ernaar? Zijn ze er actief mee bezig? Wat weten ze ervan? Wat zien ze als de toekomst?

## 0.3 Over de bevraging

Voor dit onderzoek werden gegevens verzameld via online en telefonische interviews (CAWI & CATI), gericht op professionals binnen zowel Vlaamse kmo's als grotere bedrijven. In totaal werden **172 verschillende bedrijven bevroegd**, waarbij gewogen percentages op basis van sector en aantal FTE's werden toegepast om een representatief beeld te krijgen van Vlaamse bedrijven.



Disclaimer: De resultaten geven waardevolle inzichten, maar gezien de beperkte steekproefomvang zijn verdere analyses nodig om algemene conclusies te trekken. ConXioN blijft de evolutie van AI in het bedrijfsleven in Vlaanderen op de voet volgen.

We walk the talk – AI stack used:



PowerPoint



Copilot



Loop



Teams

# Executive Summary





## AI in Vlaamse bedrijven

ConXioN voerde in samenwerking met marktonderzoeksbureau Profacts een uitgebreide bevraging uit naar het gebruik van artificiële intelligentie (AI) binnen Vlaamse bedrijven. De resultaten tonen aan dat AI niet langer een hype is, maar een technologie met significante impact op innovatie en efficiëntie.

Maar **liefst 81% van de bevroegde bedrijven erkent het potentieel van AI**, terwijl **90% overtuigd is van de voordelen** ervan. Toch blijft de praktische implementatie een uitdaging door een gebrek aan kennis, strategische visie en digitale vaardigheden.



## Status van AI-adoptie

AI wordt positief onthaald, maar de mate van adoptie verschilt sterk per bedrijfsgrootte en sector. Grote bedrijven lopen voorop en implementeren AI vaker in verschillende afdelingen, terwijl kmo's nog zoekende zijn. Marketingafdelingen zetten AI het meest in, gevolgd door IT, klantenservice en sales. Toch blijft AI binnen veel bedrijven beperkt tot pilootprojecten zonder langetermijnstrategie.



## Ethische en operationele drempels

Hoewel AI breed erkend wordt als een waardevolle technologie, worstelen bedrijven met ethische en praktische vraagstukken. Wie neemt de beslissingen over AI-gebruik? Hoe zit het met de veiligheid en de impact op werkgelegenheid? In kleinere bedrijven ligt de eindbeslissing vaak bij de CEO, terwijl in grotere ondernemingen AI-councils en IT-leiders een grotere rol spelen. Dit benadrukt de noodzaak aan duidelijke richtlijnen en educatie rond AI-gebruik en -ethiek.



## Gebrek aan digitale vaardigheden belemmert vooruitgang

Ondanks de groeiende bekendheid van AI-tools zoals ChatGPT en Microsoft Copilot, **kampt 52% van de bedrijven met een tekort aan interne kennis en vaardigheden**. Slechts **13% van de beslissingsnemers heeft een diepgaande kennis van AI**. Dit gebrek aan expertise vertraagt de adoptie en integratie van AI binnen bedrijfsprocessen, wat het belang onderstreept van opleidingen en change management.



## AI experimenten als katalysator voor verdere investeringen

Bedrijven die AI reeds inzetten, tonen een sterke bereidheid om verdere investeringen te doen. **75% van hen wil AI breder implementeren**, niet alleen in marketing, maar ook in klantbeleving, productontwikkeling en cybersecurity. Echter, de strategische visie ontbreekt nog vaak: slechts 12% van de bedrijven heeft een duidelijke AI-strategie. Dit wijst op een opportuniteit voor organisaties om AI structureel te verankeren in hun bedrijfsvoering.



## Rol van de bestuurskamer: van techniek naar business

AI is geen louter technische uitdaging, maar een strategische kwestie die de bestuurskamer moet adresseren. De oprichting van AI-councils biedt een gestructureerde aanpak om AI succesvol te implementeren en te benutten voor langetermijnwaarde. **Toch heeft slechts 10% van de bedrijven een actieve AI-council**, wat aangeeft dat er nog een lange weg te gaan is.

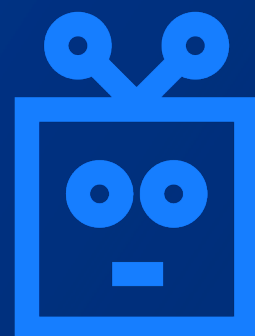


## Conclusie

Vlaamse bedrijven erkennen de waarde van AI, maar moeten investeren in kennis, strategie en digitale vaardigheden om de volledige voordelen te benutten. AI is geen modegril, maar een technologische verschuiving die bedrijven niet kunnen negeren. De ondernemingen die AI slim en strategisch omarmen, zullen op lange termijn een concurrentievoordeel behalen.

# 01

Zijn we de  
hype voorbij?



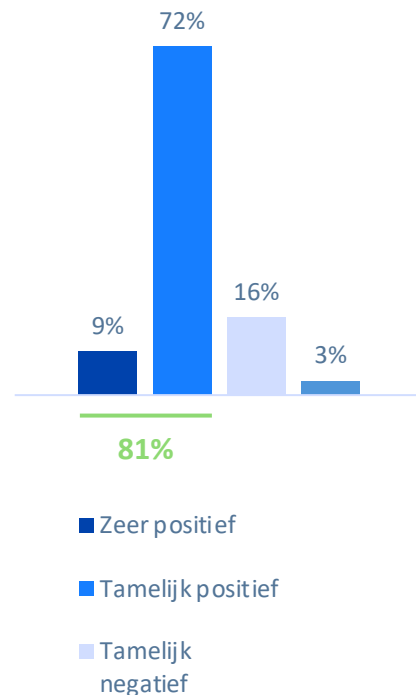
## 1.1 AI positief onthaald bij Vlaamse bedrijven

Zijn we de hype voorbij? Als we naar deze eerste resultaten kijken, zijn we de hype absoluut nog niet voorbij. Er heerst nog veel onduidelijkheid binnen bedrijven in Vlaanderen.

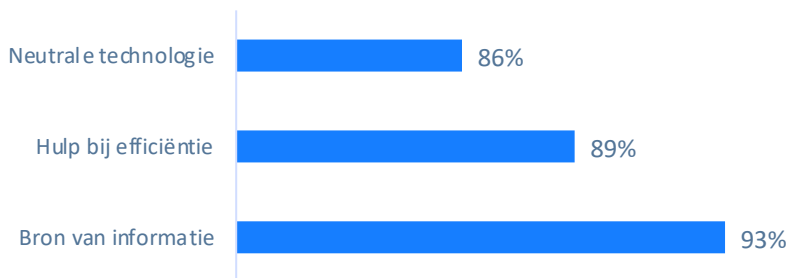
Uit de bevindingen blijkt dat er nog veel werk aan de winkel is om AI bekendheid te geven, om angsten weg te nemen en om ondernemingen te motiveren de volgende stappen te zetten.

**81% van de bedrijven in Vlaanderen zijn overtuigd van de voordelen van AI.** Ze zien het als een katalysator voor innovatie (93%) en efficiëntie (89%).

### Bedrijfsvisie op de opkomst van AI



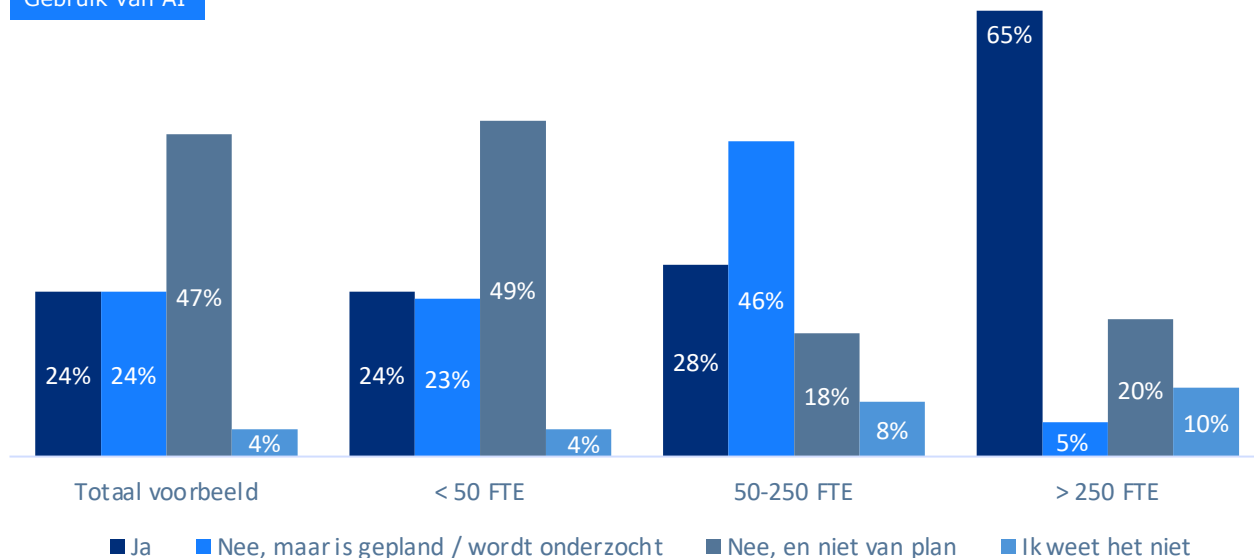
### Perceptie van AI



## 1.2 AI gebruik binnen Vlaamse bedrijven

AI staat nog in de kinderschoenen in Vlaanderen. Wat betreft het huidige gebruik van AI, blijkt uit het onderzoek dat **ongeveer 1 op de 4 bedrijven aangeeft AI vandaag de dag te gebruiken**. De meerderheid van de respondenten, zelfs degenen die nu geen AI gebruiken, geeft aan dat ze dit in de toekomst zeker willen implementeren, hoewel er vaak enige twijfel bestaat over hoe dit precies moet gebeuren. De toekomst van AI is op dit moment nog niet volledig gedefinieerd. Meestal wordt het vandaag de dag alleen gebruikt voor een beperkt aantal processen, aangezien de mogelijkheden van AI ongelooflijk breed zijn.

### Gebruik van AI





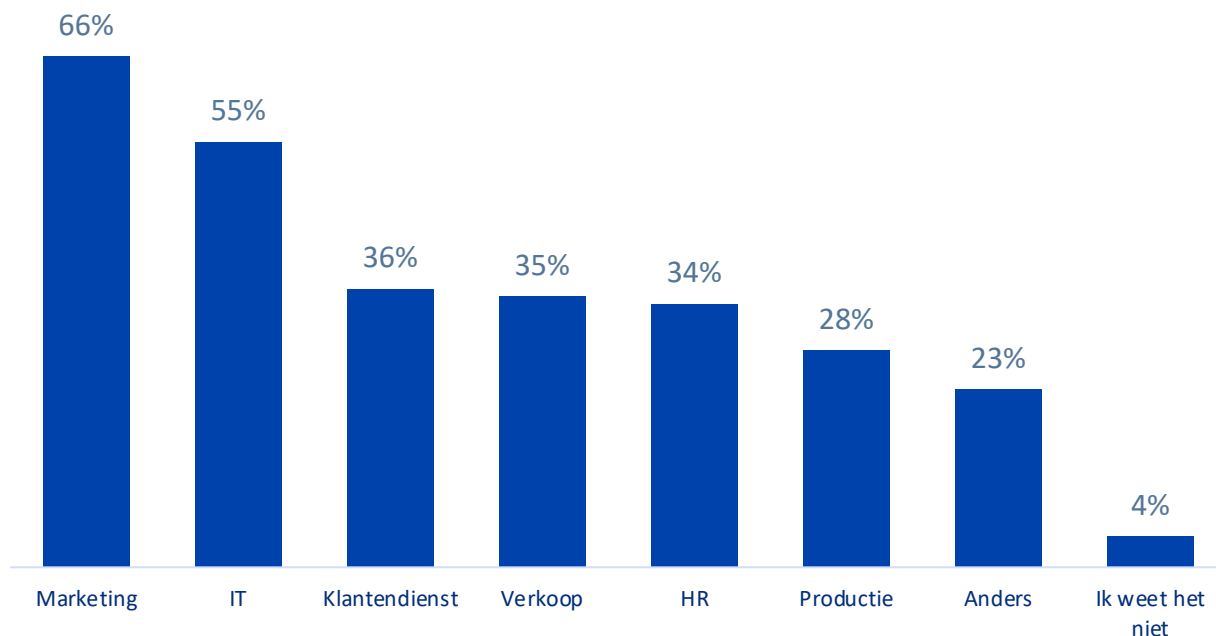
### 1.3 AI gebruik per afdeling: wie gebruikt AI?

Bij bedrijven die AI willen implementeren, wordt vaak gedacht aan toepassingen zoals data-analyse, procesautomatisatie en marketing. Opvallend: Marketing is een van de belangrijkste gebieden waar AI al veel wordt ingezet, maar er is een misverstand dat sommige jobs, zoals die in marketing, zullen worden vervangen door AI. Dit is niet het geval.

In werkelijkheid zal AI juist de rol van mensen veranderen, waarbij er bijvoorbeeld een grotere vraag komt naar menselijke vertalers die in samenwerking met AI werken. We zien dat de toepassingen van AI vaak het meest geavanceerd zijn in grotere bedrijven, terwijl kleinere bedrijven en middenbedrijven vaak nog achterblijven.

De meerderheid van de bedrijven die aangeven AI te gebruiken, overweegt om het op grotere schaal in te zetten, en veel van hen zijn ook van plan om het eerst als een pilotproject te testen. Als de pilot succesvol is, wordt AI verder geïntegreerd in andere bedrijfsprocessen. Bij de bedrijven die AI al gebruiken, komt AI in verschillende afdelingen voor, zoals marketing, IT, klantenservice, sales en HR. Helaas blijven productie en andere afdelingen nog achter in het gebruik van AI, terwijl daar enorme kansen liggen.

#### Wie gebruikt het?



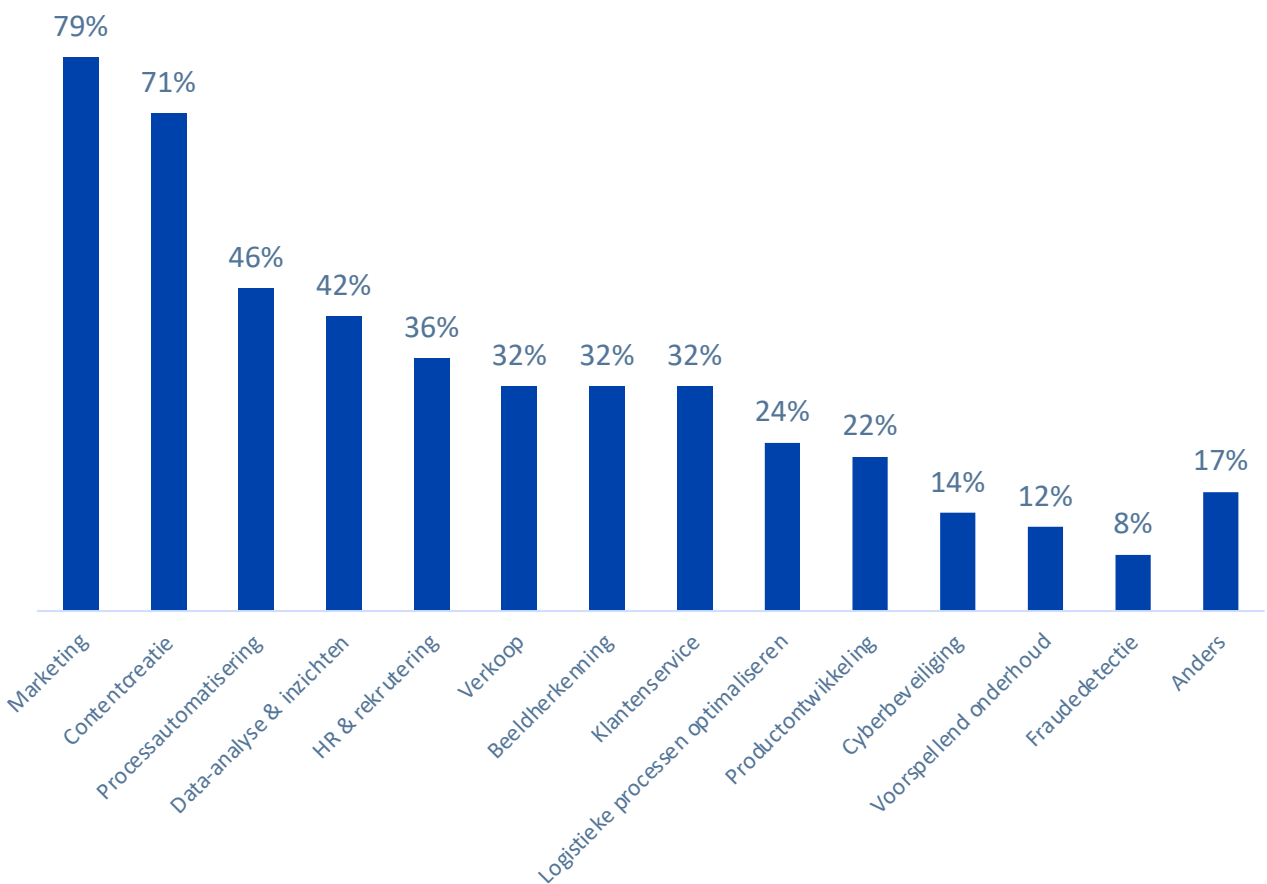
## 1.4 AI gebruik per afdeling: waarvoor gebruiken we het?

Als we kijken naar de toepassingen van AI, zien we dat **marketing en contentcreatie de meest voorkomende gebieden zijn waarop bedrijven AI inzetten**. Bedrijven gebruiken AI bijvoorbeeld om snel inspiratie voor posts te genereren. Daarnaast wordt AI ook ingezet voor procesautomatisatie, maar de lange termijn doelstellingen, zoals klantbeleving, productontwikkeling, innovatie en cybersecurity, worden vaak nog niet volledig benut.

Wanneer we kijken naar specifieke toepassingen zoals Microsoft Copilot, wordt het bijvoorbeeld veel gebruikt voor het schrijven van documenten, het uitvoeren van creatieve taken en het verbeteren van persoonlijke productiviteit. Er is nog steeds veel ruimte om de bekendheid van deze toepassingen te vergroten en het gebruik ervan verder te stimuleren, vooral op het gebied van agents die processen kunnen vereenvoudigen.

Wat betreft de toekomst van AI, denken bedrijven in de korte termijn vooral aan het optimaliseren van marketing en communicatieprocessen. Toch zijn ze zich steeds meer bewust van de waarde van data, en bedrijven willen in de toekomst meer inzetten op data-analyse en klantenervaring. Dit vraagt echter wel om voldoende kennis, middelen en budget. AI moet niet als een kost worden gezien, maar als een investering die bedrijven in staat stelt om competitief te blijven in de toekomst.

### Voor wat wordt het gebruikt?



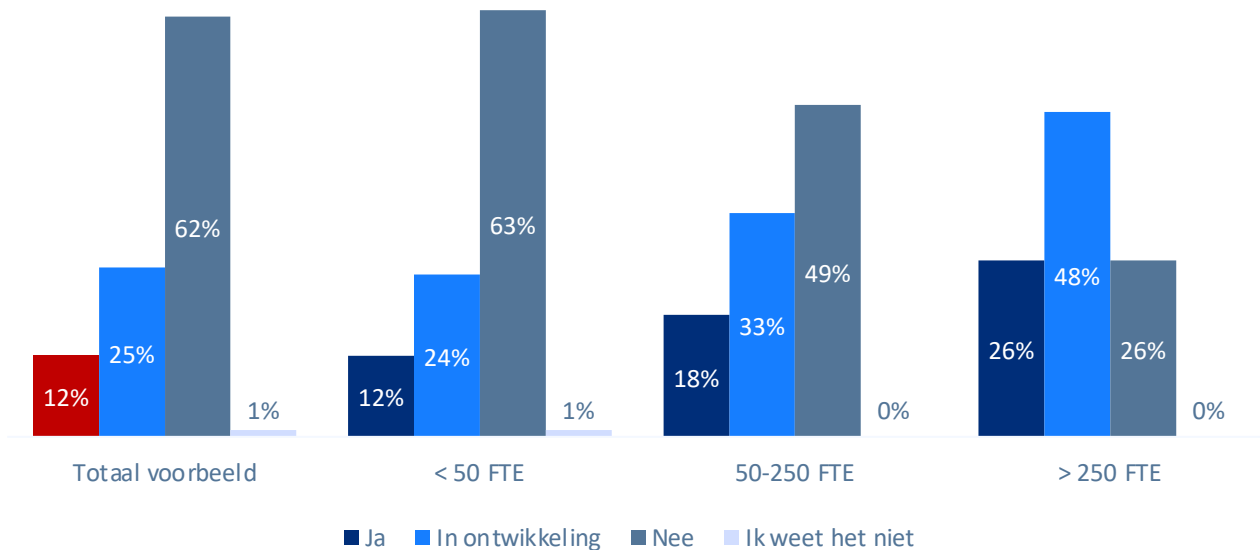
## 1.5 AI gebruik per afdeling: waarvoor gebruiken we het?

Toch geven slechts 12% van de bedrijven aan dat ze op dit moment een uitgewerkte of structurele strategie hebben rond het implementeren van AI. Dit wijst erop dat AI vaak nog als een opportuniteit wordt beschouwd, eerder dan als een geïntegreerd onderdeel van de bedrijfsstrategie. Vooral bij kleinere bedrijven ontbreekt zo'n strategie, met uitzondering van bedrijven met meer dan 250 medewerkers.

In deze grotere bedrijven wordt vaak aangegeven dat er wel een implementatiestrategie bestaat, of dat deze in ontwikkeling is. Het begrip "in ontwikkeling" is echter een rekbaar concept. Ontwikkeling kan variëren van een maand of twee tot een periode van een of twee jaar, afhankelijk van de specifieke roadmap van het bedrijf. Desondanks blijkt dat vandaag de dag nog steeds een op de vier bedrijven zich hier niet actief mee bezighoudt. Als advocaat van de duivel in dit verhaal, is het belangrijk te benadrukken dat bedrijfsleiders zich niet kunnen veroorloven om zich niet bezig te houden met deze ontwikkelingen.

**Het opstellen van een duidelijke roadmap en implementatiestrategie is van groot belang.** Uiteraard zal elke organisatie zelf beslissen aan welk tempo en op welke manier zij dit aanpakken, maar niets doen betekent niet simpelweg stilstaan – het betekent in de huidige tijd juist een enorme achteruitgang.

### Implementatiestrategie voor AI op één plek?



*Durven groeien. Durven innoveren. Durven vooruitgaan. Wat gisteren vernieuwend was, is vandaag de norm. AI is niet alleen een enabler, maar een echte gamechanger voor bedrijven die de toekomst durven omarmen. Waarom nu? Omdat AI geen hype meer is, maar een kans. Een kans die je strategisch moet aanpakken, met de juiste focus op data governance en security. Bij ConXioN geloven we niet in AI om de AI. We geloven in AI die mensen en bedrijven sterker maakt. Technologie als katalysator voor groei, niet als doel op zich.*



**Chris Debyser**  
Oprichter en CEO van ConXioN-Groep

# 02

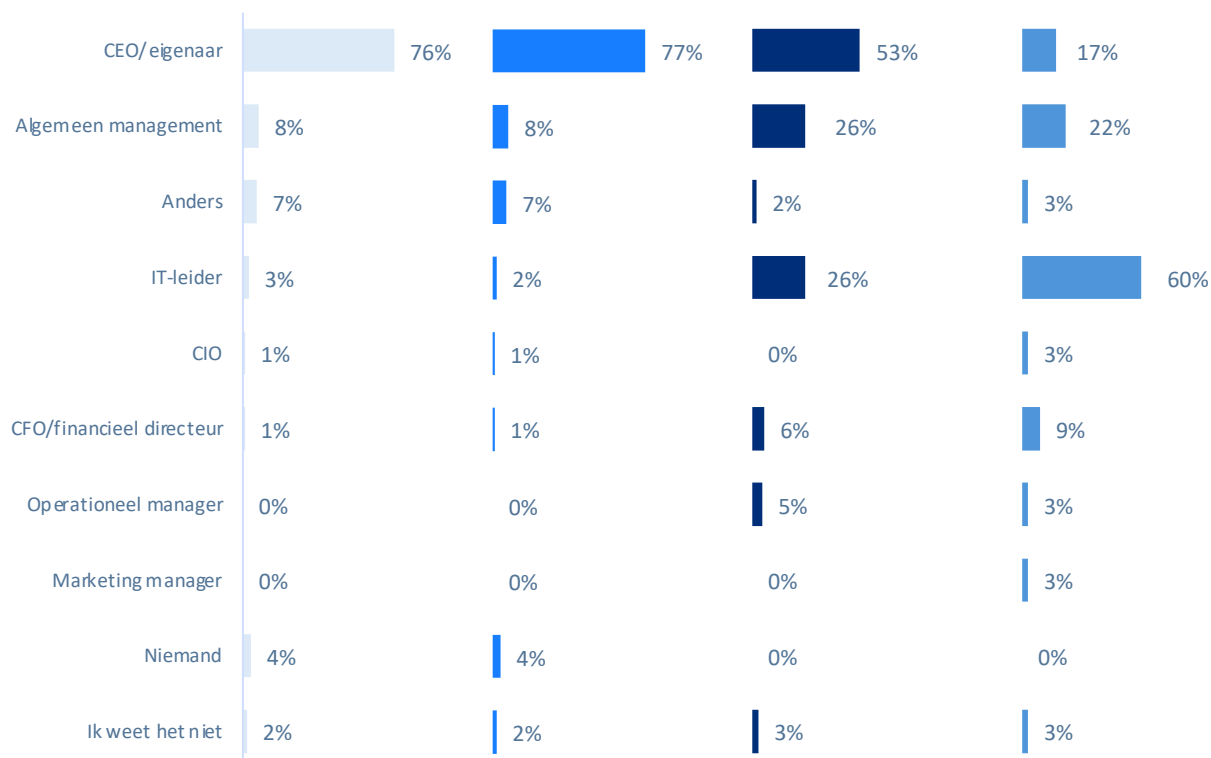
## Ethische en operationele vragen blijven een struikelblok



## 2.1 De beslissingsnemer als het gaat over AI

Vlaamse bedrijven zien de mogelijkheden van AI, maar worstelen met ethische en praktische vragen: zal AI onze werknemers vervangen? Is het veilig om gevoelige gegevens toe te vertrouwen aan AI? Met welke juridische en morele risico's moeten we rekening houden? Waar in kleine en middelgrote bedrijven voornamelijk de CEO de beslissingen neemt op vlak van AI, is die verantwoordelijkheid in grotere bedrijven aan het verschuiven naar IT-leiders en AI-councils.

### Beslissingsnemers over AI in het bedrijf

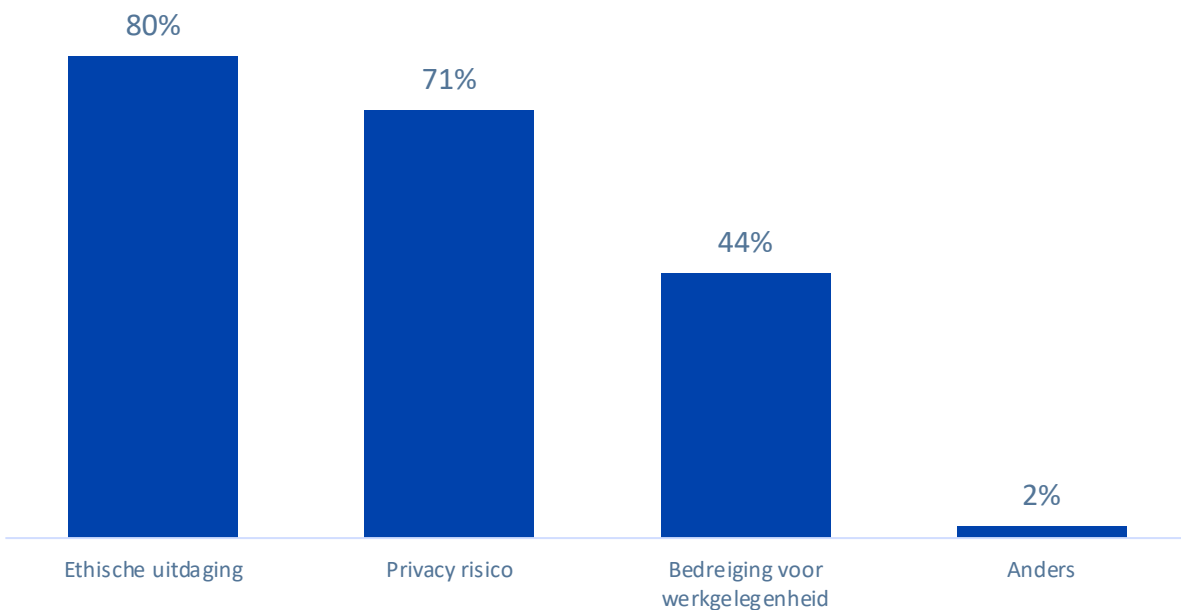


## 2.2 Ethische vragen en IT-leiders

En het zijn net die IT-leiders waar de ethische vraag sterk speelt: wanneer biedt het echt meerwaarde om AI in de processen te gaan integreren en waar blijft menselijke expertise cruciaal? Door deze onzekerheden gaat de adoptie van AI vaak trager dan gewenst. Zij liggen hier zelfs nog meer wakker van dan anderen binnen het bedrijf, zoals medewerkers die AI-toepassingen gebruiken zonder alle mogelijke risico's volledig te begrijpen.

Dit toont aan dat er nog een grote nood is aan bewustwording en educatie over AI-gerelateerde risico's. **Bedrijven hebben nood aan duidelijke richtlijnen en ondersteuning om deze drempels te overwinnen.**

### Perceptie van AI



# 03

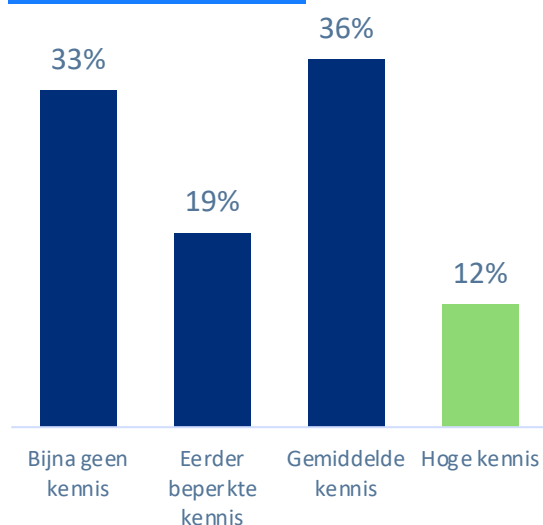
## Gebrek aan digitale vaardigheden rond AI



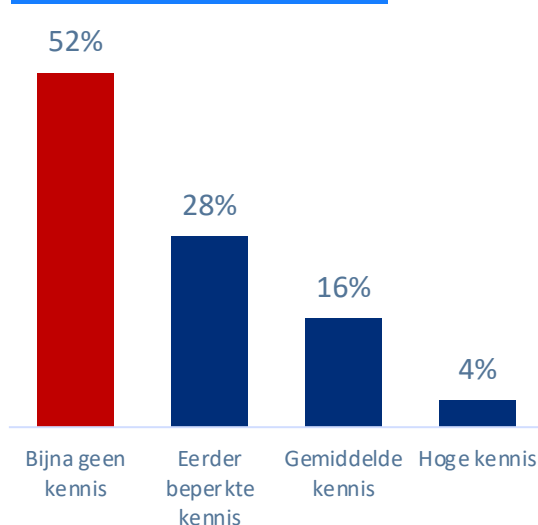
Dit brengt ons bij de vraag: wat is AI precies en wat kan het allemaal? Hoewel iedereen het belang van AI erkent, zien we dat de concrete kennis ervan nog relatief beperkt is. Hoe meer use cases en sprekende voorbeelden er zijn, hoe gemakkelijker het wordt om mensen te inspireren en hen aan te zetten om na te denken over wat AI voor hun bedrijf kan betekenen. In elke sector kunnen we relevante AI-toepassingen bedenken, en hoe meer dergelijke voorbeelden er zijn, hoe meer bedrijven zullen overwegen om AI te implementeren.

Hoewel tools zoals ChatGPT en Microsoft Copilot steeds bekender worden, blijft de integratie ervan in bedrijfsprocessen een uitdaging. Een van de belangrijkste struikelblokken is het gebrek aan de juiste kennis en vaardigheden binnen organisaties. **Maar liefst 52% van de bevroegde bedrijven in Vlaanderen hebben geen tot weinig kennis binnen de organisatie. Slechts 12% van de personen met beslissingsbevoegdheid hebben hoge kennis rond AI.** Het opleiden van medewerkers en het opbouwen van interne expertise zijn cruciale stappen om AI succesvol in te zetten. Er is een grote behoefte aan begeleiding, aan change management en aan investeren in de ontwikkeling van expertise.

#### Personlijke kennis van AI



#### Kennis van AI binnen het bedrijf



### Sessie AI Readiness

Wil je weten hoe je jouw Microsoft 365-omgeving klaarstoomt voor een succesvolle Copilot-implementatie? Dan mag je de Strategic Microsoft Copilot Readiness Session niet missen!

[Bekijk event](#)



### Copilot voor KMO's

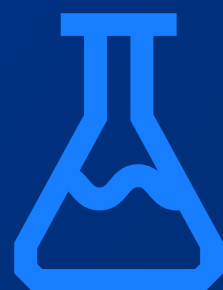
Ben je klaar om de kracht van AI te benutten voor jouw KMO? Tijdens deze interactieve sessie ontdek je hoe Microsoft Copilot, het dagelijks werk kan vereenvoudigen, productiviteit verhogen en groei stimuleren.

[Bekijk event](#)



# 04

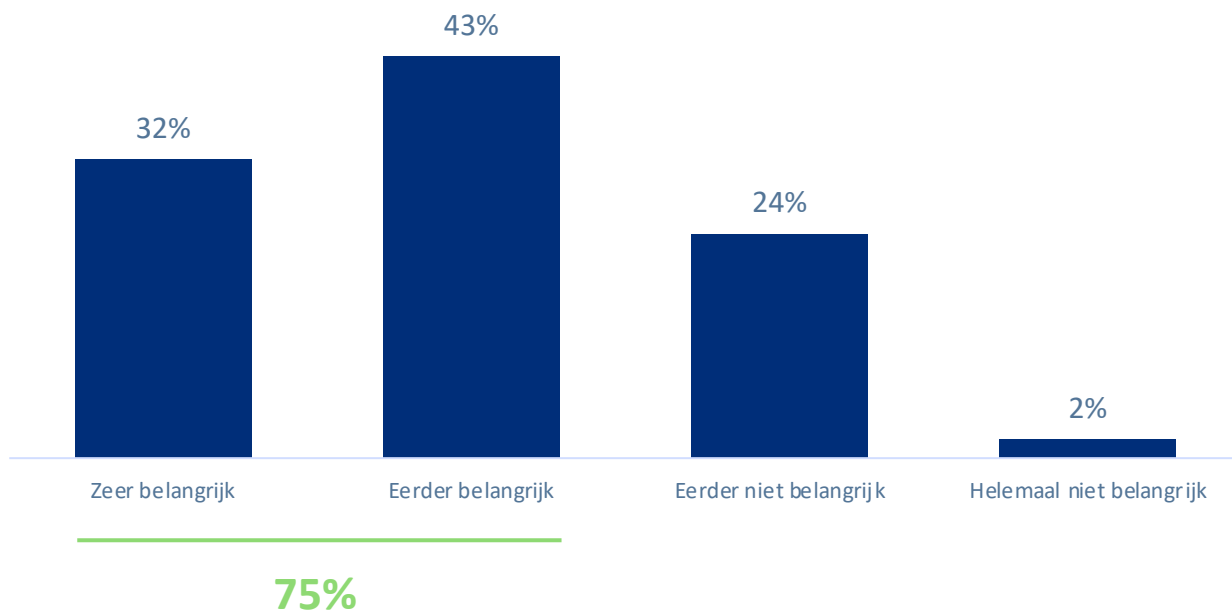
**AI-experimenten  
leiden tot  
verdere  
investeringsen**



Bedrijven die al actief bezig zijn met AI, blijken hier doorgaans verder in te willen investeren. **Meer dan 75% van deze ondernemingen geven aan dat ze AI breder willen implementeren binnen hun organisatie.** Dit suggereert dat er na een eerste positieve ervaring met AI meer tractie ontstaat binnen de onderneming. Wanneer gekeken wordt naar het huidige gebruik van AI, zien we dat marketing de toonaangevende afdeling is waar AI al wordt ingezet.

Maar AI heeft zoveel meer potentieel: klantenservice, productinnovatie, cyberveiligheid en langetermijnstrategie. Helaas is het strategische gebruik van AI nog onderontwikkeld. We zijn geneigd te focussen op korte termijn efficiëntiewinsten en kostenbesparingen, terwijl AI ook een hefboom kan zijn voor concurrentievoordeel en klanttevredenheid op lange termijn.

#### Visie van het bedrijf op het belang van AI in de toekomst



# 05

De

**bestuurskamer  
speelt een  
cruciale rol**



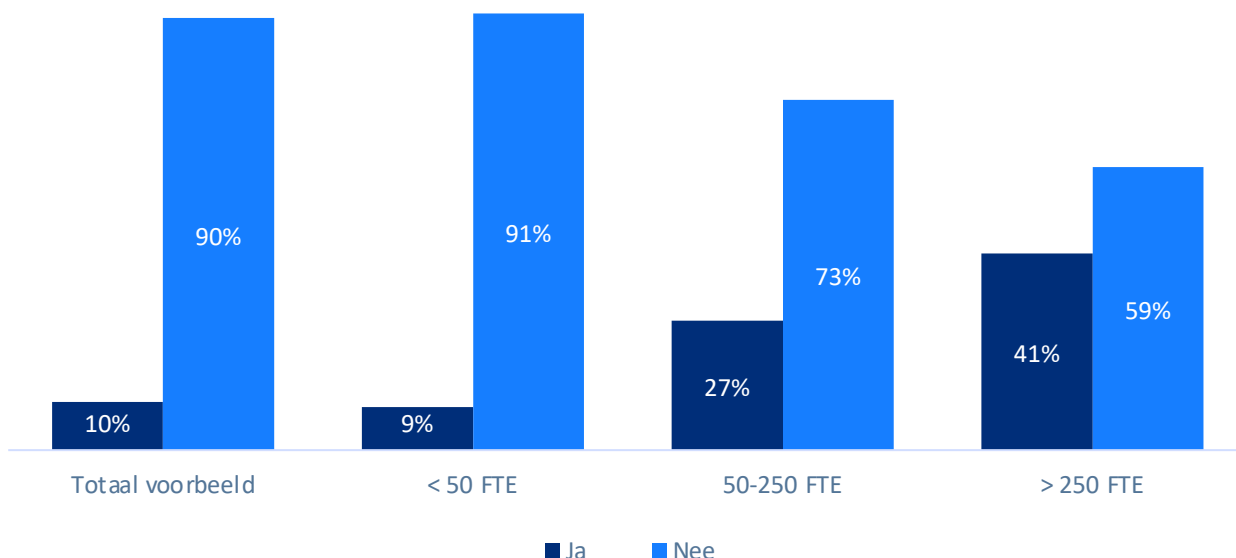
## 5.1 AI council als startpunt

Eén ding is duidelijk: het grotendeel van bedrijven in Vlaanderen willen AI omarmen, maar weten niet precies waar te beginnen. Hier komt de AI council in beeld – een groep experts en besluitvormers die als kompas dienen voor AI-initiatieven. Ze creëren ruimte voor experimenten door kaders te bieden waarin teams veilig en innovatief met AI kunnen werken.

Door actief mee te denken over beleid, ethiek en strategie, zorgen ze ervoor dat AI niet alleen een speeltje blijft van tech-experts, maar een waardevolle pijler wordt binnen het bedrijf. Zo wordt AI niet alleen een idee, maar een concrete kracht achter groei en innovatie. Een belangrijke vraag die gesteld moet worden, was dus of er binnen het bedrijf een AI-council aanwezig is. Uit de totale groep respondenten gaf ongeveer 10% aan dat zij overduidelijk een AI council hebben.

Bij de grotere bedrijven ligt dit percentage hoger: 41% van hen geeft aan dat zij actief met AI bezig zijn. Toch zit er een verschil tussen bedrijven die aangeven een AI-council te hebben en bedrijven waarbij deze council daadwerkelijk actief bijdraagt aan het beleid. Hier is dus nog steeds een kloof zichtbaar. De conclusie is dan ook dat er nog een aanzienlijke weg te gaan is op het gebied van beleidsvorming en de intentie om voluit in te zetten op AI.

### AI council opgericht?



## 5.2 AI van technische uitdaging naar business uitdaging

Het is daarom cruciaal dat bedrijven ervoor zorgen dat ze een evolutie als AI als een business uitdaging zien en niet enkel als een technische uitdaging. Want de toekomst is duidelijk: bedrijven die AI slim inzetten, gaan een concurrentievoordeel halen. Het is geen hype, het is een blijvende technologische shift. Je hoeft niet alles in één keer te implementeren. Besturen spelen een cruciale rol in het voorbereiden van hun organisaties op deze veranderingen. Om een impactvolle eerste stap te zetten, is het **cruciaal om AI te introduceren in de bestuurskamer als een startpunt voor experimenten**. Het is nu aan de ondernemingen om te bepalen of ze voorop willen lopen of achteraan willen aansluiten.

*Een AI-project is geen IT-project. Aan de IT-kant, dat was lineair. Dat was voorspelbaar. Aan de AI-kant moeten we iteratief en experimenteel gaan werken. Ik wil daar echt wel een pleidooi doen, want de taak van de bestuurskamer is immens belangrijk daarin.*



**Jackie Janssen**  
Spreker op Eyes on 2025

### **C-Table Event: Gen AI for the CEO/CFO/CIO/...**

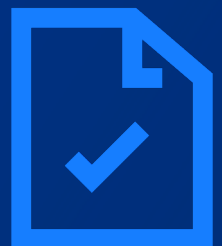
Artificial Intelligence transformeert bedrijven wereldwijd – maar hoe benut je dit optimaal binnen jouw organisatie? Tijdens deze exclusieve sessie ontdek je samen met experts van Microsoft en ConXioN het potentieel van AI en het Microsoft Copilot-ecosysteem.

[Bekijk event](#)



# 06

## Je bedrijf AI- klaar maken



## 6.1 AI Stappenplan

### 01 Strategische voorbereiding

Het begint allemaal met een duidelijk plan. Wat wil je bereiken met Microsoft 365 Copilot? Wij helpen je de juiste richting te kiezen en zorgen ervoor dat jouw Microsoft-omgeving er helemaal klaar voor is.

#### **Ontdek wat Copilot voor jou kan doen**

Samen verkennen we hoe Copilot jouw bedrijf een stap vooruit kan helpen. We kijken naar jouw specifieke doelen en zoeken naar de functies die het meest relevant zijn. Zo zorgen we ervoor dat je geen kansen laat liggen.

#### **Is jouw omgeving klaar voor Copilot?**

Aan de hand van technische Copilot Readiness assessments bekijken we of jouw Microsoft 365-omgeving veilig genoeg is en of je al het maximale uit jouw huidige M365-apps haalt. Zo weet je precies waar je staat en hoe je verder kan

### 02 Technische voorbereiding

Tijd om jouw plannen om te zetten in actie! We helpen je met het klaarmaken van je M365-omgeving en testen Copilot in een proof of concept. Het goede nieuws? We nemen jouw IT-team mee in elke stap, zodat ze daarna zelf vol vertrouwen met Copilot verder kunnen.

### 03 Blijven leren en verbeteren

Na de eerste testfase is het tijd om de puntjes op de i te zetten. We passen jouw omgeving aan op basis van de inzichten die we hebben opgedaan. Als alles goed verloopt, zorgen we ervoor dat de juiste licenties geactiveerd worden en kan je écht van start gaan.

#### **Training voor jouw team**

Iedereen moet kunnen profiteren van Copilot, ook als ze niet super technisch onderlegd zijn. Daarom voorzien we workshops en trainingen om jouw team te laten zien hoe ze Copilot efficiënt kunnen inzetten. Zo haal je echt het meeste uit jouw investering.

#### **Copilot blijft groeien met jou**

Hoe langer je met Copilot werkt, hoe meer je ontdekt wat er nog allemaal mogelijk is. Wist je bijvoorbeeld dat je verschillende databronnen kan koppelen via Copilot Studio of Azure AI? We begeleiden je graag bij het ontdekken van deze extra mogelijkheden, zodat je de kracht van Copilot volledig benut.



## Over ConXioN

ConXioN is altijd een strategische partner geweest voor bedrijven. Nu meer dan ooit, in een tijd waarin Generatieve AI de manier waarop we werken transformeert, nemen we die rol zeer serieus. Aangezien we aan het begin staan van AI voor mainstream bedrijven, zijn de mogelijkheden enorm.

Vlaamse bedrijven willen de weg van AI inslaan, maar die weg is nog erg mistig. Ze weten niet wat ze kunnen verwachten, welke kansen er zijn, welke risico's ze zullen tegenkomen, en het is moeilijk te zien waar ze zich op die weg bevinden. Dus, de weg is mistig voor hen. Als Microsoft-partner helpt ConXioN bedrijven navigeren door die mist. We helpen die mist op te klaren door de kunst van het mogelijke te tonen, door hen te helpen bepalen waar ze staan op hun weg naar automatisering en AI-gereedheid en hen voor te bereiden om die weg te bewandelen op de snelheid die zij willen. Als gevolg hiervan is ConXioN geselecteerd voor het Copilot Jumpstart Program, zodat we bedrijven klaar kunnen stomen voor het gebruik van AI.



ConXioN omarmt het transformerende potentieel van kunstmatige intelligentie (AI) voor bedrijven. ConXioN begeleidt en inspireert haar klanten in hun digitale transformatie op tal van domeinen zoals data en AI, modern workplace, infrastructuur en cloud, softwareapplicaties, cybersecurity, connectiviteit en managed services. Dit mede dankzij sterke partnerships met onder andere Microsoft, HP, Hewlett Packard Enterprise, Sentinel One, Cisco en Fortinet, waarmee ConXioN een voortrekkersrol speelt in IT-innovatie en onderzoek.

Nu AI steeds meer een integraal onderdeel wordt van bedrijfsvoering, zet ConXioN zich in om deze technologieën te benutten om productiviteit en innovatie te verbeteren.

De integratie van AI via platforms zoals Microsoft 365 Copilot onderstreept deze toewijding en biedt tools die de efficiëntie en besluitvormingsprocessen aanzienlijk kunnen verbeteren. Naarmate AI zich blijft ontwikkelen, spelen partners zoals ConXioN een cruciale rol bij het begeleiden en integreren van deze vooruitgang, zodat bedrijven concurrerend blijven in een snel veranderend digitaal landschap

ConXioN is sinds 27 jaar voornamelijk actief in Vlaanderen en Nederland en telt ondertussen 8 vestigingen. Hierbij kan je rekenen op de expertise van een 200-tal medewerkers. De ConXioN-Groep zet sterke groeiprestaties neer met een omzet van ruim 60 miljoen euro.