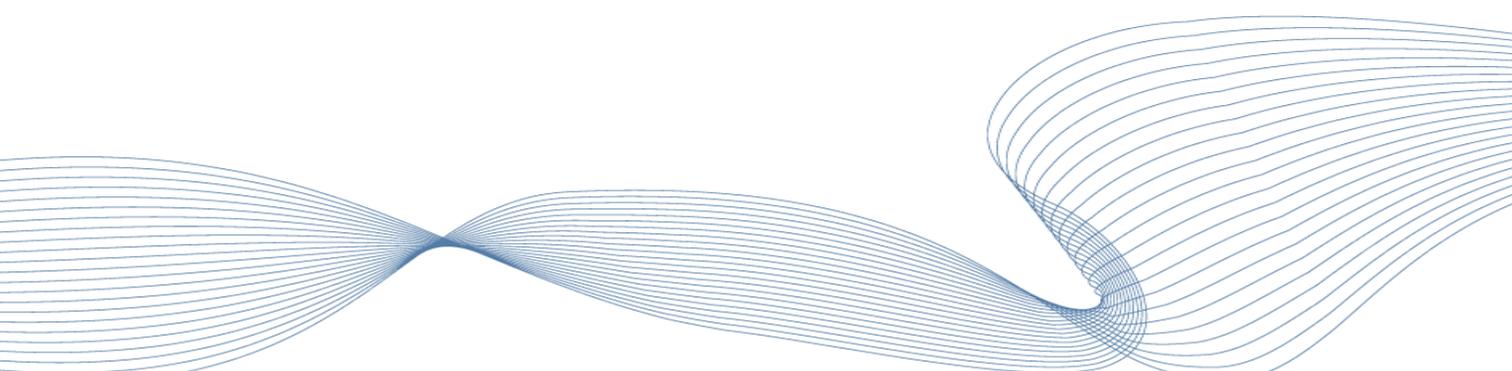


Automatisiert. Intelligent. Mobil.
„Smarte Terminplanung“ im digitalen Zeitalter

November 2015



Spotlight-Analyse im Auftrag von:



Die nachfolgende Spotlight-Analyse erstellte PAC im Auftrag der COSYNUS GmbH, einem auf mobile Anwendungen und integrierte Kommunikation spezialisierten Softwarehersteller und Anbieter des Terminplanungsdienstes „SmartMeeting“.

Sie basiert auf Ergebnissen der PAC-Trendstudie „Zusammenarbeit virtueller Teams in deutschen Unternehmen“, in deren Rahmen mehr als 150 Führungskräfte aus kleinen, mittleren und großen deutschen Unternehmen telefonisch befragt wurden. Die Erstellung der im Oktober 2015 publizierten Studie wurde durch mehrere Unternehmen, darunter COSYNUS GmbH als Silbersponsor, finanziell unterstützt.

Link: www.pac-online.com/trendstudie-zusammenarbeit-virtueller-teams-deutschen-unternehmen

Herausgegeben von:

COSYNUS GmbH – SmartMeeting

Europaplatz 5, 64293 Darmstadt

Pierre Audoin Consultants (PAC) GmbH

Holzstr. 26, 80469 München

Kontakt:

Andreas Stiehler (+49 [0]175 583 6452, a.stiehler@pac-online.com)

INHALT

| | |
|---|----|
| 1. Zusammenarbeit: Erfolgsmotor und Kostenfaktor | 4 |
| 2. Die Terminplanung muss auf den Prüfstand | 5 |
| 3. Terminplanung im digitalen Zeitalter | 8 |
| 4. Etablierung digitaler Terminplanungsdienste | 11 |
| 5. SmartMeeting: Interview mit Michael Reibold, Geschäftsführer von COSYNUS | 12 |

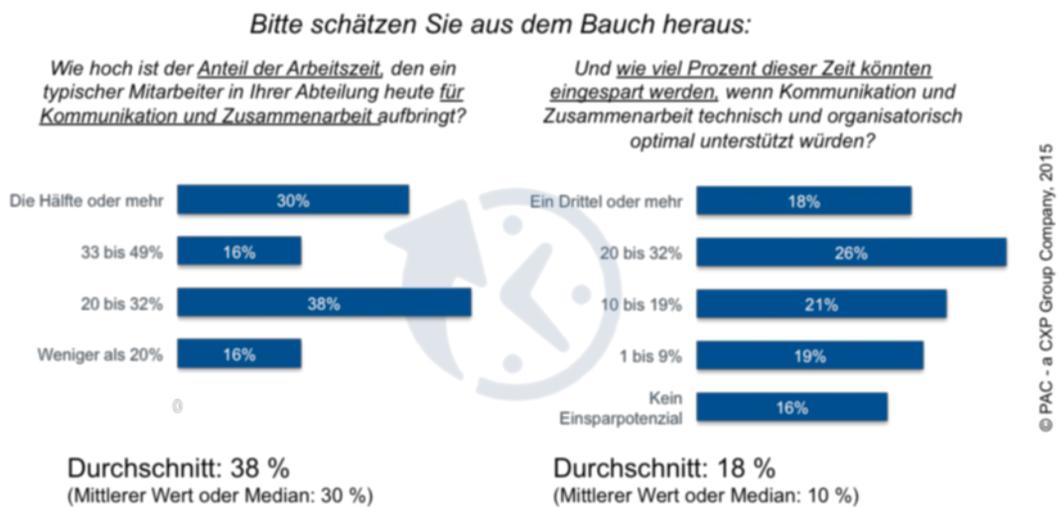
1. ZUSAMMENARBEIT: ERFOLGSMOTOR UND KOSTENFAKTOR

Die zunehmende Bedeutung der Zusammenarbeit für den Geschäftserfolg von Unternehmen steht heute außer Frage. Eindrucksvolle Belege hierfür liefern die Ergebnisse der aktuellen PAC-Studie „Zusammenarbeit virtueller Teams in deutschen Unternehmen“ (Oktober 2015).

- Mehr als 70 % der befragten Führungskräfte aus kleinen, mittleren und großen deutschen Unternehmen registrieren eine zunehmende Relevanz der Zusammenarbeit für den Geschäftserfolg.
- Sie geht einher mit einem steigenden Anteil an Projekten und Aufgaben im Fachbereich, die Teamarbeit – häufig über Abteilungs- und Unternehmensgrenzen hinweg – erfordern (77 %).
- Damit verbunden ist aber auch ein deutlich erhöhter Zeitaufwand (69 %). Etwa ein Drittel ihrer Arbeitszeit verbringen die Mitarbeiter in den befragten Fachbereichen heute schon mit Kommunikation und Zusammenarbeit.

Kurzum: Wer nach Möglichkeiten zur Verbesserung des Betriebsergebnisses sucht, muss die Zusammenarbeit auf den Prüfstand stellen. 80 % der von PAC befragten Führungskräfte sehen hier Verbesserungsbedarf. Das Potenzial für Effizienzsteigerung beträgt nach ihrer Einschätzung im Durchschnitt fast 20 %.

Die Verbesserung der Zusammenarbeit ist aber nicht nur eine Frage der Kosten und Betriebsergebnisse. Etwa zwei Drittel der Führungskräfte (66 %) berichten von frustrierten Mitarbeitern und knapp die Hälfte (46 %) von akuten Burnout-Risiken als direkte Folge der ineffizienten Zusammenarbeit. Damit verbunden sinken Innovationsfähigkeit (49 %) und Produktivität (38 %), bis hin zur Qualität des Kundenservice (32 %).



n = 152

2. DIE TERMINPLANUNG MUSS AUF DEN PRÜFSTAND

Aber wo ansetzen? Fragt man Mitarbeiter und Manager, so verweisen diese häufig zunächst auf technische Probleme bei der Durchführung virtueller Meetings, bis hin zu eingeschränkten Möglichkeiten bei der gemeinsamen Bearbeitung von Dokumenten. Sie bemängeln die eingeschränkte Mobilität bei der Nutzung von Kernanwendungen und deren fehlende Integration, die häufig zu einer Überlastung der Mitarbeiter führt. All diese Kritikpunkte sind wichtig und werden durch die Studienergebnisse illustriert.

Darüber hinaus deutet die Studie aber noch auf ein weiteres zentrales Handlungsfeld hin, das auf den ersten Blick nicht sofort offensichtlich ist – die **Abstimmung und Koordination von Terminen im Vorfeld von Präsenz-/Online-Meetings oder Telefonkonferenzen**. Eine genauere Betrachtung zeigt jedoch die immensen Auswirkungen einer ineffizienten Terminplanung.



Denn jedes Meeting – insbesondere solche über Abteilungs- und Unternehmensgrenzen hinweg – erfordert eine Vielzahl an Aktivitäten und meist Vorabstimmungen mit mehreren Personen.

- **Initiierung:** Der Koordinator wählt einen in seinem Kalender möglichen Termin sowie ggf. mehrere Alternativtermine für ein Meeting aus und schlägt diese per E-Mail, Telefon oder Termineinladung den Teilnehmern vor.
- **Abgleich:** Die Teilnehmer müssen ihre Kalender öffnen, die Terminvorschläge abgleichen und dem Koordinator berichten bzw. dessen Termineinladungen beantworten.

- **Matching:** Der Koordinator sammelt die eingehenden Rückmeldungen und wertet diese aus. Im günstigsten Fall ermittelt er daraus eine für alle passende Zeit. Bei der Vereinbarung über Telefon oder E-Mail muss er die Teilnehmer über den möglichen Termin informieren. Nutzt er Termin-einladungen und wurden auf diesem Weg auch alternative Termine vorgeschlagen, muss er diese absagen. Zusätzlich werden die Teilnehmer oft noch parallel über den endgültigen Termin per Telefon oder E-Mail informiert.
- **Eskalation:** Im schlechteren Fall muss rückgefragt werden, da die Zeiten nicht für alle passen, oder im Worst Case benötigt die Koordination so viel Zeit, dass die berichteten Zeitfenster obsolet sind und der gesamte Vorgang von neuem starten muss.

Für sich genommen benötigen all diese Aufgaben nur wenige Minuten. In der Summe ergibt sich jedoch ein erheblicher Zeitaufwand.

Im Rahmen der Studie befragte PAC (exklusiv im Auftrag von COSYNUS) die Führungskräfte nach der Zeit, die sie durchschnittlich für die Terminplanung benötigen sowie nach der Anzahl der Meetings. Das Ergebnis:

- **Im Durchschnitt verbringen die Mitarbeiter etwa 23 Minuten mit der Terminabstimmung pro Meeting.** Freilich ist die Schwankungsbreite der Nennungen groß – die Zeiten variieren je nach Größe des Unternehmens sowie abteilungs- und projektspezifischen Erfordernissen. Doch selbst der mittlere Wert (Median), der bei 10 Minuten liegt, ist erheblich. Und mehr als 75 % der Befragten berichten als Durchschnittszeit für die Terminplanung mindestens 5 Minuten pro Meeting.
- **Die Anzahl der Meetings pro Mitarbeiter liegt aus Sicht der Führungskräfte bei durchschnittlich 3 Meetings pro Woche.** Auch hier zeigt sich eine große Schwankungsbreite. Der für eine sehr konservative Schätzung zu veranschlagende mittlere Wert pro Mitarbeiter liegt bei 2 Meetings.

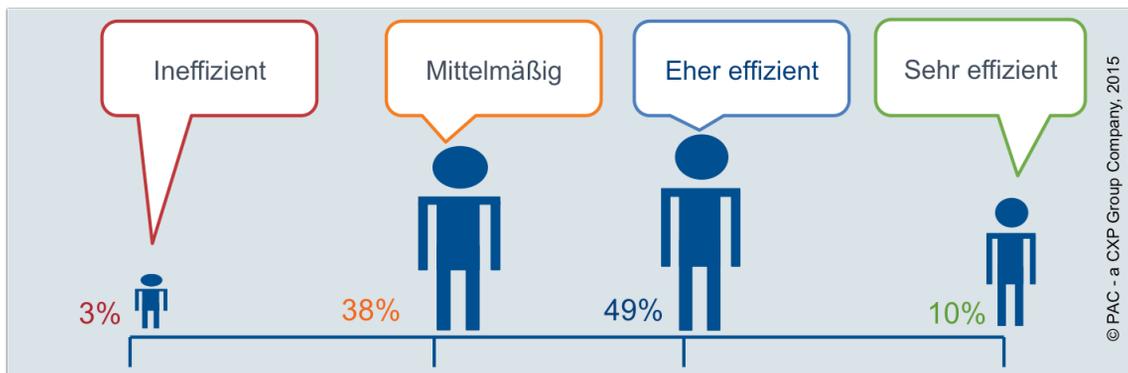
Dies bedeutet: **Mehr als 1 Stunde pro Woche bzw. einen halben Tag pro Monat verbringen die Mitarbeiter im Durchschnitt mit Terminplanungen im Vorfeld von Meetings.** Natürlich sollte angesichts der großen Schwankungsbreite eine solche Schätzung nur als grober Anhaltspunkt betrachtet werden. Andererseits sind bei der Abschätzung der Auswirkungen einer ineffizienten Terminplanung noch die folgenden Faktoren zu berücksichtigen.

- **Die Anzahl der Meetings dürfte bei hochbezahlten Führungskräften, Vertriebsmitarbeitern und Spezialisten** wegen deren Einbindung in eine Vielzahl von Projekten **deutlich höher** ausfallen als im Durchschnitt der Mitarbeiterschaft.
- Ebenso sollte bei **Branchen mit einem hohen Anteil an Wissens- und Kreativarbeit bzw. mit einer hoch fragmentierten Wertschöpfung** – wie beispielsweise ITK-Unternehmen oder Agenturen – eine deutlich höhere Meetinganzahl veranschlagt werden.
- **Als negative Folgen einer ineffizienten Terminplanung sollten schließlich** nicht nur die Zeitverluste, sondern **auch und insbesondere die Vielzahl an Störungen betrachtet** werden. Jede

Unterbrechung zur Identifikation freier Zeitfenster stört die Konzentration und fördert so letztlich Burnout-Probleme und senkt die Produktivität.

Das beträchtliche Verbesserungspotenzial in diesem Bereich wird zunehmend auch von den Führungskräften erkannt. So schätzen heute mehr als 40 % der Befragten die Effizienz bei der Terminplanung über Unternehmensgrenzen hinweg allenfalls als mittelmäßig ein. Und jeder fünfte Manager hält die Anschaffung einer spezifischen Lösung zur Verbesserung dieser Prozesse für wichtig.

Frage: Wie bewerten Sie die Effizienz der Zusammenarbeit über Unternehmensgrenzen hinweg bei Terminabsprachen und Koordination von Meetings?



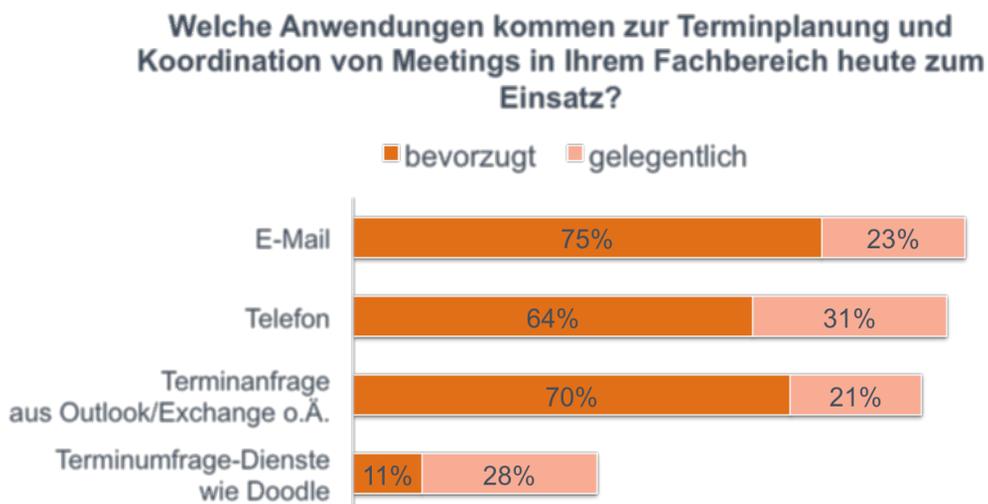
Der Anteil der „Unzufriedenen“ dürfte noch weitaus größer sein, wenn sich Alternativen zu herkömmlichen Technologien bereits etabliert hätten. Tatsächlich sind Services für eine dedizierte Unterstützung der Terminplanung aber erst in der Entwicklung und somit den meisten Führungskräften noch unbekannt.

3. TERMINPLANUNG IM DIGITALEN ZEITALTER

So kommen im überwiegenden Teil der Unternehmen zur Terminplanung heute noch vornehmlich E-Mail und Telefon zum Einsatz – oft in Verbindung mit Terminanfragen aus Outlook/Exchange oder vergleichbaren Groupware-Systemen. Die oben aufgelisteten Reibungsverluste lassen sich damit jedoch nicht vermeiden.

Zwar meint etwa jeder dritte Fachbereichsleiter, eine spezifische Lösung zur besseren Terminplanung im Einsatz zu haben. Bei genauerer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass es sich dabei allenfalls um unterstützende Funktionen von Groupware- und Kalendertools handelt. Solche Assistenten vereinfachen in der Regel die interne Koordination, stoßen jedoch schnell an ihre Grenzen – wenn Partner aus anderen Unternehmen oder mobile Mitarbeiter einzubinden sind.

Terminumfragedienste wie Doodle wiederum sind zwar im Konsumentenmarkt populär, konnten sich aber im Business-Umfeld bislang nicht durchsetzen. Tatsächlich ist deren Mehrwert mit Blick auf die Verringerung der Reibungsverluste bei der Terminplanung auch begrenzt. Ihr Vorteil: Sie vereinfachen die Koordination, indem sie die freien Zeitfenster für alle Teilnehmer transparent machen. Aber sie entbinden die einzelnen Teilnehmer nicht davon, die freien Zeiten im Kalender zu identifizieren, zu blocken und abschließend zu bestätigen. Darüber hinaus erfüllt dieser Dienst nicht oder nur bedingt die im Business-Umfeld üblichen Sicherheitsanforderungen.



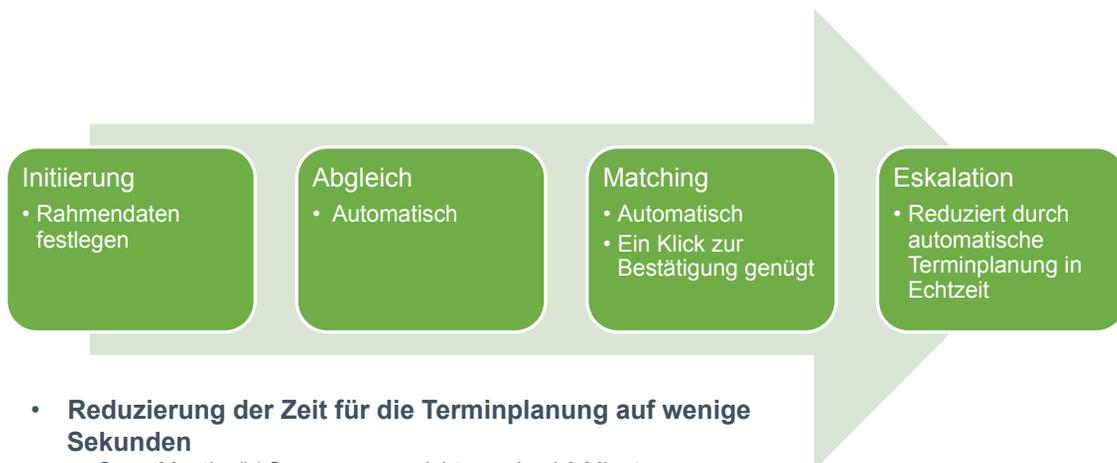
Kurzum: Es gibt ein beträchtliches Potenzial für einen dedizierten digitalen Terminplanungsdienst,

- der Initiierungs-, Abgleich- und Matchingprozesse automatisiert
- und so den Zeitaufwand, die Anzahl der Störungen und insbesondere auch die Eskalationen dramatisch reduziert,
- indem er die Möglichkeiten der Digitalisierung ausschöpft.

Denn die für die Automatisierung der Terminplanung notwendigen Informationen sind ja bereits in den Systemen vorhanden. Sie müssen nur intelligent zusammengeführt werden. Über mobile Apps in Verbindung mit einem intelligenten Cloud-basierten Dienst lassen sich die notwendigen Schritte deutlich reduzieren bzw. wesentlich benutzerfreundlicher abbilden.

- **Initiierung:** Um eine Meetinganfrage zu starten, benötigt ein solcher digitaler Terminplanungsdienst nur den anvisierten Zeitraum, in dem das Meeting stattfinden soll, die Dauer des Meetings sowie die Teilnehmer – mehr nicht. Diese Informationen kann der Initiator in wenigen Sekunden problemlos über eine mobile App liefern. Das Verfassen von E-Mails und/oder das Abtelefonieren der Teilnehmer werden überflüssig. Auch Termineinladungen – die oftmals systemübergreifend nicht zuverlässig genutzt werden können – entfallen gänzlich.
- **Abgleich und Matching:** Den Abgleich verfügbarer Zeitfenster der potenziellen Meetingteilnehmer ebenso wie das Matching übernimmt der Dienst selbst, indem er die hierzu notwendigen Informationen aus den Kalendersystemen zusammenführt und aufbereitet. So kann der Dienst die für alle Teilnehmer verfügbaren Zeiten ermitteln, daraus Vorschläge erstellen und diese per App (Push) an die Teilnehmer leiten. Für die Rückmeldung ebenso wie für den finalen Kalendereintrag reicht ein Klick zur Bestätigung in der mobilen App aus. Bis zur finalen Rückmeldung sorgt der Dienst dafür, dass die vorgeschlagenen Termine in den Kalendern der Teilnehmer geblockt werden.
- **Eskalation:** Durch die enorme Beschleunigung des Terminplanungsprozesses lassen sich Eskalationen von vornherein reduzieren. Zudem werden Terminkonflikte durch einen Kalenderabgleich im Vorfeld signifikant minimiert. Dass der Dienst weitere Mechanismen zur Unterstützung der Eskalationsbearbeitung beinhalten sollte, versteht sich von selbst.

Verglichen mit der herkömmlichen Methodik reduzieren sich damit die für die Terminplanung notwendigen Aktivitäten sowie die damit verbundenen Zeiten und Unterbrechungen dramatisch. Im Normalfall wird der Initiator nur einmal bei der Eingabe der Eckdaten tätig. Die Teilnehmer wiederum müssen nur einmal die aus den verfügbaren Zeiten erstellten Terminvorschläge bestätigen.



- **Reduzierung der Zeit für die Terminplanung auf wenige Sekunden**
„SmartMeeting“ / Cosynus verspricht: maximal 3 Minuten
- **Reduzierung von Störungen und Eskalationen**
Ein Klick genügt
- **Weitere Optimierungsmöglichkeiten**
u.a. intelligente Reiseplanung und Lern-Algorithmen

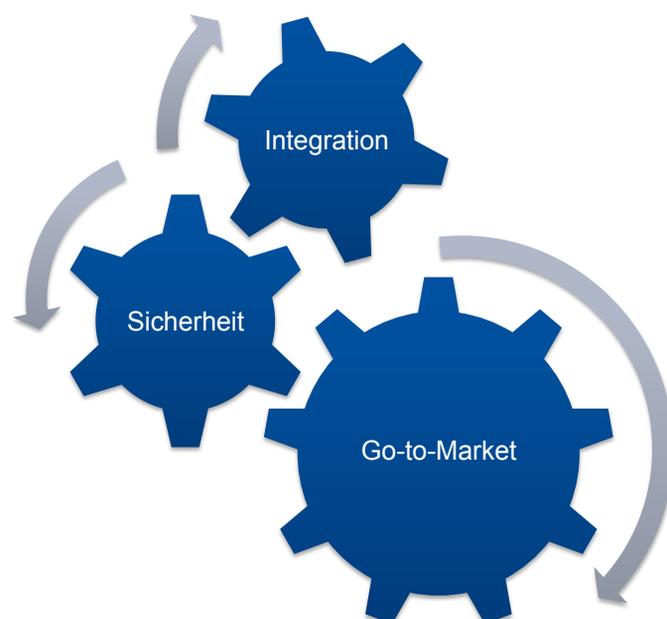
Darüber hinaus bietet eine intelligente Terminplanung, welche die Möglichkeiten der Digitalisierung ausgeschöpft, noch deutlich mehr Möglichkeiten der Verbesserung:

- **Reiseplanung und -optimierung:** Zur Terminplanung gehört häufig auch die Reiseplanung. Schließlich müssen bei Vor-Ort-Meetings die Teilnehmer erst zum vereinbarten Treffpunkt gelangen. Durch Integration mit entsprechenden Karten- und Reisediensten kann der Dienst diese Zeiten planen oder sogar einen optimalen Meetingort vorschlagen.
- **Berücksichtigung persönlicher Präferenzen:** Die Präferenzen mit Blick auf Meetingzeiten lassen sich vom Dienst erlernen, können aber auch vom Nutzer selbst vorgegeben werden. Entsprechend erhält er dann nur noch Terminvorschläge innerhalb der von ihm festgelegten Zeiträume.
- **Optimierung der (vorgeschlagenen) Meetingzeiten durch Lernalgorithmen:** Der Dienst selbst kann aus dem Annahme-/Ablehnungsverhalten der Nutzer lernen und die Erkenntnisse bei der Erstellung zukünftiger Terminvorschläge berücksichtigen. Der Dienst wird so zum persönlichen (mitdenkenden) Assistenten, der aus Erfahrung weiß, wann dem Mitarbeiter ein Meeting am besten in den Plan passt.

4. ETABLIERUNG DIGITALER TERMINPLANUNGSDIENSTE

Angesichts dieser Vorteile erstaunt es eher, dass sich ein digitaler Terminplanungsdienst nicht längst am Markt etabliert hat. Bei näherer Betrachtung zeigt sich jedoch, dass es für die Etablierung nicht ausreicht, nur innovative und nutzerfreundliche Funktionen zu entwickeln und über eine mobile App abzubilden. Genauso wichtig ist die Adressierung der folgenden Kernherausforderungen:

- **Integration:** Ein digitaler Terminplanungsdienst wird nur dann wesentlich zur Effizienzsteigerung beitragen, wenn er sich in die gängigen Groupware-Systeme nahtlos integriert. Dabei genügt es nicht, nur die Kalender auszulesen, um freie Zeitfenster zu ermitteln. Er sollte auch in der Lage sein, selbstständig Einträge in die Kalender vorzunehmen, um Termine zu blocken, zu bestätigen oder notwendige Terminänderungen vorzunehmen.
- **Sicherheit:** Kalenderinformationen sind hochsensibel, und die Intelligenz des Dienstes lagert im Rechenzentrum des Betreibers. Das bedeutet, der Dienst muss den Schutz persönlicher Daten aktiv unterstützen – indem die Teilnehmer u. a. selbst festlegen können, mit wem und bis zu welchem Grad sie Kalenderinformationen teilen wollen. Zudem muss der Transfer der Informationen sowie auch deren Verwendung in der Cloud des Betreibers optimal abgesichert werden.
- **Go-to-Market:** Mit der digitalen Terminplanung gehen Netzeffekte einher. D. h., je mehr potenzielle Teilnehmer den Dienst aktiv einsetzen, desto größer ist der Nutzen für jeden Einzelnen. Der Dienstanbieter muss also dafür sorgen, möglichst viele potenzielle Teilnehmer zu aktiven Nutzern zu entwickeln. Trotz der vielen Vorteile ist dies eine große Herausforderung.



5. SMARTMEETING: INTERVIEW MIT MICHAEL REIBOLD, GESCHÄFTS-FÜHRER VON COSYNUS

Unter der Brand „SmartMeeting“ hat nun erstmals ein deutscher Anbieter, der in Darmstadt ansässige und auf mobile Anwendungen und integrierte Kommunikation spezialisierte Softwarehersteller COSYNUS GmbH, einen solchen Dienst entwickelt. SmartMeeting befindet sich derzeit in einer Testphase und soll 2016 in den kommerziellen Betrieb gehen.

Im nachfolgenden Interview erläutert Michael Reibold, Geschäftsführer von COSYNUS und in dieser Funktion auch verantwortlich für Vision und Projektmanagement von SmartMeeting, wie die oben angeführten Herausforderungen bei der Etablierung des Dienstes gemeistert werden sollen.



Wie weit sind Sie bei der Etablierung von SmartMeeting? Können Unternehmen diesen Dienst heute schon nutzen?

Seit Mitte des Jahres haben wir die mobile SmartMeeting App und den Cloud-Service in einer Testphase bei derzeit 50 Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Die Anwender in den teilnehmenden Organisationen können alle Kernfunktionen von SmartMeeting bereits nutzen. Interessierte Unternehmen nehmen wir gerne in die Testgruppe mit auf – denn unser Ziel ist es, SmartMeeting in den nächsten Monaten noch durch ein breites Anwender-Feedback weiter zu perfektionieren.

In welche Groupware- und Kalendersysteme ist SmartMeeting integriert? Oder anders gefragt: Können heute alle Unternehmen – unabhängig von den eingesetzten Groupware-Systemen – diesen Dienst nutzen?

Der automatische Kalenderabgleich steht für Microsoft Exchange bereits zur Verfügung – weitere Kalendersysteme wie zum Beispiel Google Calendar, Apple iCloud und Tobit David folgen in den nächsten Monaten. Viele Anwender aus der Testphase berichten, dass der Nutzen sogar bereits ohne den Kalenderabgleich erheblich ist: Die Meeting-zentrische Konzeption, die dynamische Verarbeitung aller Antworten in Echtzeit, die mobile Nutzung mit der SmartMeeting App sowie die Berücksichtigung des persönlichen Zeitprofils bei der Terminplanung bieten eine signifikante Zeitersparnis – und ein extrem positives Nutzererlebnis.

Der Datenschutz ist hier ein wichtiges Thema – wie ist dieser gewährleistet?

Wir arbeiten seit Beginn der Entwicklung eng mit Datenschutzexperten zusammen. Grundsätzlich kann der Anwender selbst entscheiden, ob und wie er seinen Kalender freigibt – sowohl für den Kalenderezugriff aus der SmartMeeting App als auch für die Kalenderverbindung zum SmartMeeting Cloud-Service. Bei letzterer werden ausschließlich belegte Zeiträume übertragen. Unternehmen, die intern einen Free/Busy-

Assistenten bei der Terminplanung nutzen, kennen diese Art des Datenzugriffs bereits seit Jahren. Der optionale Zugriff der SmartMeeting App auf den persönlichen Kalender des Smartphones dient nur der Anzeige der Kalendereinträge – hierbei findet keinerlei Datenübertragung statt.

Und wie sieht es aus mit der Sicherheit der Daten, die von dem Dienst selbst weiterverarbeitet werden? Wo befinden sich die Daten, wie werden diese verarbeitet und gesichert?

Der SmartMeeting Cloud-Service wird in einem Rechenzentrum in Deutschland betrieben – als deutscher Anbieter unterliegen wir hierbei natürlich allen relevanten gesetzlichen Regelungen zu Datenschutz und -sicherheit. Im Gegensatz zu vielen anderen Cloud-Lösungen finanziert sich SmartMeeting nicht über Werbung oder Weitergabe von Daten an Dritte zur Analyse von Nutzerverhalten – wir haben ein transparentes Geschäftsmodell, und der Anwender kann sich darauf verlassen, dass Datenschutz und Sicherheit der Daten unsere ersten Interessen sind. Wir verfügen zudem als Mobility-Experte über mehr als zehn Jahre Erfahrung mit dem sicheren Betrieb von mobilen Unternehmenslösungen.

Auch wenn mich der Dienst als Unternehmen überzeugt – er macht nur Sinn, wenn alle meine potenziellen Partner diesen Dienst auch nutzen. Wie wollen Sie dies erreichen?

Durch automatisierte Kundenempfehlungen – bei der Terminplanung mit der SmartMeeting App lädt der Initiator Teilnehmer ein, die SmartMeeting bisher noch nicht genutzt haben. Wer einmal mit der SmartMeeting App die „nächste Generation der Terminplanung“ erlebt hat, wird daran interessiert sein, alle Termine über SmartMeeting zu planen – denn dadurch spart er sich und allen Teilnehmern bei jeder Terminplanung erheblich Zeit. Neben Kundenempfehlungen setzen wir natürlich alle „klassischen“ Marketingmaßnahmen zur Einführung eines neuen Produkts ein. Nutzt ein Teilnehmer eines Meetings die SmartMeeting App noch nicht, führt der SmartMeeting Cloud-Service die Terminplanung mit ihm nach einem normalen Terminanfrage-Verfahren durch. Somit kann mit diesem Teilnehmer ein Termin vereinbart werden, er kann jedoch die intelligenten SmartMeeting-Funktionen noch nicht nutzen.

Rechnen Sie damit, dass die Nutzung eines solchen Dienstes von größeren Unternehmen – z. B. aufgrund von Sicherheitsbedenken – untersagt wird? Wenn ja: Was tun Sie dagegen?

Wir gehen davon aus, dass sich Freiberufler sowie KMU schneller für SmartMeeting entscheiden können. Bei Großunternehmen erwarten wir eine langsamere Ausbreitung – nicht aufgrund von Sicherheitsbedenken, sondern wegen der üblicherweise längeren Projektlaufzeiten in größeren Organisationen. Mit ausgewählten Großunternehmen stehen wir bereits in Kontakt bzgl. einer individuellen Anpassung der Lösung. Diese haben bereits erkannt, dass sich mit SmartMeeting die Kosten der Terminplanung erheblich reduzieren lassen und sie mit der SmartMeeting App ihren Mitarbeitern ein Social Collaboration Tool an die Hand geben, das die Terminplanung deutlich vereinfacht. Wir haben aus der Testphase ein außergewöhnlich positives Feedback zur SmartMeeting App – insbesondere von Mitarbeitern, die Smartphones intensiv für die geschäftliche Kommunikation nutzen.

ÜBER SMARTMEETING – EIN PRODUKT DER COSYNUS GMBH

SmartMeeting ist eine automatisierte und intelligente Terminplanungs-Technologie, die unternehmens- und systemübergreifend arbeitet. SmartMeeting wurde konzipiert für alle, die Termine, Web-Meetings oder Telefonkonferenzen vereinbaren und organisieren: von dem Freiberufler über KMU bis zu großen Unternehmen und Organisationen. Die Zusammenarbeit – vom Kalenderezugriff bis zum Termineintrag – wird individuell geregelt. SmartMeeting ermittelt Termine bzw. Terminvorschläge, zu denen alle Beteiligten zeitlich verfügbar sind. Die Verarbeitung von Zu- und Absagen für Terminvorschläge erfolgt in Echtzeit. SmartMeeting reduziert so die Kommunikation bei der Vereinbarung und die dafür benötigte Zeit bei allen Beteiligten auf das absolute Minimum.

SmartMeeting ist ein Produkt der COSYNUS GmbH.

Weitere Informationen unter <http://www.smartmeeting.online> oder Telefon +49 6151 9448-0

ÜBER PAC

Pierre Audoin Consultants (PAC) wurde 1976 gegründet und gehört seit Juni 2014 zur CXP Group, dem führenden unabhängigen europäischen Marktanalyse- und Beratungsunternehmen für die Software- und IT-Dienstleistungsindustrie sowie für Themen rund um die digitale Transformation.

Wir bieten unseren Kunden umfassende Support-Services in der Bewertung, Auswahl und Optimierung ihrer Softwarelösungen sowie bei der Bewertung und Auswahl von IT-Dienstleistern und begleiten sie bei der Optimierung ihrer Sourcing- und Investitionsstrategien. Die CXP Group begleitet IKT-Entscheidungsträger bei ihrer digitalen Transformation.

Schließlich steht die CXP Group Software- und IT-Dienstleistungsanbietern mit quantitativen und qualitativen Analysen sowie strategischer und operativer Beratung bei der Optimierung ihres Go-to-Market-Ansatzes zur Seite. Auch öffentliche Einrichtungen vertrauen bei der Entwicklung ihrer IT-Richtlinien auf unsere Studien.

Mit 40 Jahren Markterfahrung, 17 Niederlassungen in weltweit 8 Ländern und 140 Mitarbeitern unterstützt die CXP Group jährlich mehr als 1.500 IKT-Entscheidungsträger und die operativen Unternehmensbereiche sowohl großer als auch mittelständischer Unternehmen und deren Provider. Die CXP Group besteht aus drei Gesellschaften: Le CXP, BARC (Business Application Research Center) und Pierre Audoin Consultants (PAC).

Weitere Informationen unter www.pac-online.com.

