

## Workcamp 2019

### „Google for Jobs“ und Social Media Produkte im Stellenmarkt - Was Entscheider jetzt wissen und veranlassen müssen

17. September 2019 | Frankfurt am Main (Zusatztermin)

**Lernen Sie, wie „Google for Jobs“ funktioniert. Profitieren Sie von ersten Erfahrungen und Lernkurven. Wir schauen „unter die Motorhaube“ dieses zweischneidigen Schwerts und zeigen, was Sie hier wirklich für Ihre eigenen Stellenmarktangebote wissen müssen. Und vor allem, was noch dazu in der Google-Pipeline steckt.**

Wie kann man von den neuen Möglichkeiten profitieren? Welche Vorgaben gibt es dabei zu beachten? Welche Gefahren drohen für den eigenen Markt? Brauchen uns unsere Kunden hier künftig überhaupt noch?

**Dieses Workcamp gibt Antworten und hilft Ihnen, Ihre eigenen Strategien und Antworten zu entwickeln.**

Offiziell soll der neue Dienst den Nutzern die Jobsuche erleichtern. Doch die Art und Weise der Markteinführung wirft Fragen auf. Nutzt der Konzern hier seine Marktmacht aus? In Zeiten hohen Fachkräftemangels sind umgekehrt Unternehmen immer stärker darauf angewiesen, Fachkräfte und Nachwuchs durch entsprechende Angebote auf sich aufmerksam zu machen. Dazu hat sich ein riesiger Wirtschaftszweig entwickelt, bei dem das große Geschäft schon jetzt an den meisten Verlagen vorbei läuft.

Welche Gefahr besteht durch XING und Co., die „Google for Jobs“ bereits komplett integriert haben und als Verkaufsargument sehr aggressiv nutzen?

**Wie kann man heute in dieser dynamischen Marktlage seine eigenen Stellenmarktangebote ausbauen und erfolgreich verkaufen?**

Wie Umsätze sichern und Marktpotentiale abschöpfen? Wie sollten leistungsfähige Angebote aussehen? Welche Möglichkeiten bestehen im Bereich Social Media und wie kann man integrierte Leistungspakete umsetzen? Welche Produktkombinationen sind sinnvoll? Welche Plattformen und Produkte sind hilfreich und was lässt man besser? Mit welchen Argumenten und Angebotsformen können Sie hier bei Ihren Kunden punkten?

Dieses Workcamp zeigt Ihnen die Bandbreite an Möglichkeiten und wie Sie auf die Herausforderungen von „Google for Jobs“ gezielt reagieren können.

#### Eine Antwort vorweg

**Nichts tun bedeutet im Stellenmarkt künftig deutlich Umsätze zu verlieren!**

#### Agenda

**Termin:** Dienstag, 17. September 2019  
**Dauer:** 10:00 Uhr bis ca. 17:00 Uhr  
**Leitung:** Thomas Szász

**Zielgruppe:** Geschäftsführer, Anzeigenleiter, Verkaufsleiter, Objektleiter, Key-Accounter, Online-Verantwortliche, Digital-Sales-Verantwortliche, Mediaberater

#### Ziel des Workcamps

- Das Vorgehen von Google im Jobmarkt verstehen
- Die technischen Hintergründe aus Entscheidersicht einordnen können
- Chancen, Möglichkeiten und Risiken bewerten können
- Eine Strategie für die eigenen Stellenmarkt-Angebote entwickeln

#### Hinweis zum Workcamp

Dieses Format ist als Workcamp mit aktiver Teilnahme angelegt. Die Teilnehmer können ihre Angebots- und Umsetzungsstände für die Stellenmärkte mit in das Workcamp einbringen und etwaige Fragen und Wünsche bereits im Vorfeld an den Referenten übermitteln.

#### Referent

Thomas Szász ist Experte für die Entwicklung und Implementierung erfolgreicher Vermarktungsstrategien und der Erschließung neuer und vorhandener Potentiale und Märkte. Er ist Gründer und Managing Director der Unternehmen Smartshop Strategies (Beratung/Strategie/Prozesse/Sales) und der Digitalagentur Flux&Volt und verfügt über 25 Jahre Verkaufserfahrung über alle Medien-gattungen und Führungsebenen (Online, Mobile, TV, Radio, Print).



# ANMELDUNG

## „Google for Jobs“ und Social Media Produkte im Stellenmarkt

Dienstag, 17. September 2019

Bitte digital ausfüllen und an [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de) senden  
oder ausdrucken und faxen an **(0 69) 97 38 22-51**  
Sie erhalten eine Anmeldebestätigung per E-Mail.

### „Google for Jobs“ und Social Media Produkte im Stellenmarkt

#### ■ Referent

Thomas Szász  
[www.smartshopstrategies.com](http://www.smartshopstrategies.com)

#### ■ Veranstalter

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH  
Darmstädter Landstraße 125, 60698 Frankfurt/M.  
E-Mail: [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de), Tel. (0 69) 97 38 22-19

#### ■ Kosten

ZMG-Partnerverlage: **590,- €** zzgl. MwSt.  
Ansonsten: **1180,- €** zzgl. MwSt.  
Tagungsgetränke und ein Mittagsbuffet sind im Preis  
enthalten.

#### ■ Veranstaltungsort

ZMG Zeitungsmarktforschung Gesellschaft mbH  
Darmstädter Landstraße 125  
60598 Frankfurt am Main

#### ■ Mindestteilnehmerzahl

6 Personen

#### ■ Teilnehmer/in 1

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Teilnehmer/in 2

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Teilnehmer/in 3

-----  
Name, Vorname

-----  
Funktion/Position

-----  
E-Mail

#### ■ Ansprechpartner/in

-----  
Name, Vorname

-----  
Durchwahl

-----  
E-Mail

#### ■ Rechnungsanschrift

-----  
Firma

-----  
Straße

-----  
PLZ, Ort

#### ■ Datum, Unterschrift

**Stornierung, Rücktritt:** *Kostenfreie Stornierungen* sind schriftlich bis vier Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich. Stornierungen bis 14 Tage vorher werden unter Berechnung einer Bearbeitungsgebühr von 50% entgegengenommen. Bei späteren Stornierungen oder Nichterscheinen sind die vollen Teilnahmegebühren zu entrichten. Selbstverständlich können Sie sich vertreten lassen, bitte nennen Sie uns vorher schriftlich (per E-Mail an [sek@zmg.de](mailto:sek@zmg.de)) den/die Ersatzteilnehmer.

**Absage von Veranstaltungen:** Die ZMG kann die Veranstaltung aus wichtigem Grund, insbesondere bei zu geringer Teilnehmerzahl, bei Ausfall bzw. Erkrankung von mehreren Referenten, Hotelschließung oder höherer Gewalt, absagen. Im Fall einer zu geringen Teilnehmerzahl kann die Absage bis vierzehn Tage vor Beginn der Veranstaltung erfolgen. In allen anderen Fällen einer Absage aus wichtigem Grund sowie bei Änderungen des Programms wird die ZMG die Teilnehmer so rechtzeitig wie möglich informieren. Muss eine Veranstaltung abgesagt werden, wird die bereits gezahlte Teilnahmegebühr erstattet. In diesem Fall bestehen keine Ersatz- oder Ausfallansprüche an die ZMG.