



Джудит ФРАНСЕН, директор  
по международному маркетингу  
Randstad Holding



## Randstad Award в мире: прошлое, настоящее, будущее

### Что такое Randstad Award?

В 2000 году компания Randstad совместно с ассоциацией ICMA Group впервые запустили проект Randstad Award в Бельгии, чтобы оценить 50 локальных брендов работодателей. За 14 лет тесного сотрудничества этот проект распространился на 3400 организаций по всему миру.

**Randstad Award — это награда, которая каждый год вручается самому привлекательному работодателю по мнению большого числа людей в разных странах**

Для проведения исследования в форме онлайн-интервью приглашаются представители работающего и неработающего населения каждой страны. Создается репрезентативная выборка (около 7000 опрашиваемых в одной стране). Каждая выборка основана на особенностях национальной демографии, включает в себя сту-

дентов, работающих и неработающих людей в возрасте от 18 до 65 лет и акцентируется на людях младше 40 лет (потенциальные сотрудники из этой группы являются основной целевой аудиторией опроса).

Вначале респондентов просят в случайном перечне 150 самых крупных компаний (минимум 1000 сотрудников для небольших стран) отметить те, о которых они знают или хотя бы слышали. Затем участники отмечают, хотели бы они работать в этих компаниях.

Ответы респондентов на этот конкретный вопрос определяют победителя Randstad Award: компания, которая набирает наибольшее число баллов, считается самой привлекательной для работы. В завершение респонденты оценивают каждую компанию, которую они знают, по 10 показателям, выработанным за 14 лет реализации проекта Randstad Award. Эти показатели определяют восприятие бренда работодателя. Исследование проводится с августа по декабрь.

Проект Randstad Award — это самое большое исследование в мире по улучшению бренда работодателя, включающее на данный момент 23 страны-участницы

В декабре 2013 года этот анализ впервые был проведен в России. Мы проанализировали 10 крупных и экономически активных городов с севера на юг и с запада на восток. Более 8500 участников ответили на вопросы интервью, и мы выбрали самых привлекательных работодателей в России.

### Как возникла идея проекта Randstad Award?

Измерение привлекательности компаний изначально было частью более обширного исследования рынка труда, где участников опрашивали на разные темы. Эта идея привлекла особое внимание из-за большого дефицита в то время рабочей силы в Европе. Наши консультанты встречались с временными работни-



ками, которые четко определяли, с какими компаниями они сотрудничали, а с какими нет. Во время обсуждения вопросов по изучению рынка труда появилась идея провести опрос о преимуществах работодателя. Эта тема была выделена отдельно: «Что делает компании привлекательными или непривлекательными для работы в них?» Это зависит только от уровня зарплаты или от чего-то еще? Так идея изучения рынка труда трансформировалась и стала затрагивать вопросы улучшения бренда работодателя.

Теперь основополагающие принципы Randstad Award построены на том, что восприятие работниками потенциальных работодателей основано не на удачном пресс-релизе, известности руководителя или широкой известности бренда, а главным образом зависит от эффективных и последовательных изменений внутри той или иной компании.

Информационное взаимодействие лишь частично определяет имидж компании. На общественное мнение в основном влияют факты, действия и предложения — это тот принцип, по которому работает организация. Поэтому каждая компания-работодатель может до определенной степени самостоятельно повлиять на привлекательность своего бренда.

#### **Изменились ли вопросы Randstad Award со времени первого исследования?**

За годы исследования основные элементы не изменились. Они представляют собой функ-

циональные ценности при поиске работодателя, особенно такие, как известность и привлекательность компаний, а также их имидж по 10 функциональным показателям.

**Randstad развивает надежную исследовательскую методологию, которая измеряет относительную привлекательность крупнейших работодателей в отдельной стране для того чтобы поддерживать организации в их стремлении улучшить свой бренд работодателя**

С 2012 года в интервью ежегодно добавляется несколько «меняющихся вопросов», что помогает сделать некоторые интересные выводы об актуальных проблемах. С третьего года исследования изменения в анкете и методе все же остаются незначительными. Ключевые блоки за 10 лет не изменились.

#### **В этом году в исследовании появился индекс REMAS: что это такое и зачем это нужно?**

Randstad Award измеряет относительную привлекательность компании по количеству ответивших респондентов, которые ее знают и хотели бы в ней работать. Это демонстрирует привлекательность компании по отношению к узнаваемости бренда.

**Если бы проект Randstad Award основывался на абсолютной привлекательности (привлекательности по отношению ко всей выборке вне зависимости от того, знают люди о компании или нет), то только крупные компании, известные большинству людей, получили бы самые высокие оценки**

Чтобы избежать этого, имидж работодателя компании уравнивается узнаваемостью ее бренда. Таким образом, Randstad Award достается самому привлекательному работодателю.

REMAS — оценка привлекательности работодателя Randstad (Randstad Employer Attractiveness Score) — это направляющая в исследовании 2013–2014, и она будет включена во все отчеты компании. Это другой способ измерять относительную привлекательность: REMAS можно сравнить с индексом потребительской лояльности (ИПЛ), который представляет собой положительную оценку компании (теми, кто хотел бы в ней работать) за вычетом ее отрицательной оценки (тех, кто не хотел бы там работать). Мы вводим индекс REMAS для того чтобы облегчить понимание и объяснение оценки привлекательности компании. Также он может предоставить иные полезные и интересные результаты и информацию.

#### **Где и как прошла первая церемония награждения?**

Мысль провести мероприятие по случаю вручения награды Randstad Award пришла только на третий год. Первым победителем стала компания IBM. С тех пор формат церемонии не слишком изменился. В первые годы мы называли награду Randstad HR Award, но спустя несколько лет опустили аббревиатуру HR, поскольку работа над брендом работодателя выходит далеко за рамки управления персоналом.

Статуэтка, которую вручают в качестве награды Randstad Award, была создана специально для Randstad Марселем Вандерсом, одним из ведущих мировых дизайнеров. Намагниченный шар символизирует привлекательность компании, притягивающей сотрудников, словно магнит.



### **Могли бы Вы рассказать о каких-нибудь интересных фактах из истории Randstad Award?**

Самым неожиданным победителем в истории вручения награды стала фармацевтическая компания. Она получила приз в 2005 году, когда эта отрасль все еще испытывала проблемы. Вероятно, самой неустойчивой компанией в истории Randstad Award был банк, рейтинг которого в течение многих лет стабильно рос. В 2007 году банк поднялся с 15-го места на 2-е и для многих был конкурентом за награду 2008 года, но ожидания не оправдались, так как в 2008 году банк опустился на шестое место. Затем разразился банковский кризис, и компания откатилась далеко назад.

Но смысл — не в рейтинге. В каждой стране после проведения исследования мы разговариваем с его участниками. Мы посещаем каждую компанию из проекта Randstad Award, представляем ей отчет, обсуждаем основные мнения, привлекательность сектора и самой компании, ее статус и зоны роста.

### **Как связаны показатели, выявляемые в ходе исследования, с классическими методиками развития бренда работодателя?**

Серьезный привлекательный бренд работодателя строится на сильном EVP (ценностном предложении работодателя). Нарботки Randstad Award дают компаниям возможность узнать, как их воспринимают потенциальные работники, сравнить себя с конкурентами, вникнуть в потребности сотрудников и переоценить свое EVP.

Создание или улучшение концепта EVP является первым шагом на пути привлечения боль-

шего количества профессионалов в компанию. Важно передать информацию о EVP через процессы рекрутинга, стиль работы, тренинги, сообщения и рекламу. Следующий важный шаг — осуществить обещания, которые предполагает бренд работодателя, для того чтобы выработать устойчивую репутацию желанного нанимателя.

Randstad Award предлагает данные своего исследования в качестве полезного инструмента определения показателей EVP. Затем консультанты по бренду могут помочь компаниям сформировать собственный бренд работодателя.

### **В 2014 году в исследование включены новые страны: Венгрия, Швеция, Швейцария, Люксембург и Россия. Доля всех 23 стран-участниц в мировой экономике составляет более 75%. Означает ли это, что награда Randstad Award будет вручена мировому победителю?**

Да, в 2014 году компания Randstad представит обладателя всемирной премии Randstad Award. Мы определили список из 50 лучших компаний, основываясь на данных рейтинга Fortune 500. Основной критерий таков: эти международные компании должны быть представлены как минимум в 25 странах.

Опрос провела независимая исследовательская компания ICMA Group. Это было самое крупное независимое исследование бренда работодателя, проведенное на глобальном уровне и включающее мнения примерно 200 000 человек в 23 странах. Вслед за национальными наградами Randstad Award, которых удостоиваются работодатели в 23 странах, самому привлекательному работодателю в мире вручается всемирная премия Randstad Award.

**Победитель Global Randstad Award выбирается из списка 50 лучших крупнейших компаний на основании ряда объективных критериев:**

- наибольшее количество сотрудников;
- компания (не общественная организация);
- деятельность по меньшей мере в 25 странах;
- одинаковое название компании во всех странах;
- минимум 30% сотрудников за пределами страны-основательницы

Победителем становится международная компания с наивысшим среди 22 из возможных 23 стран показателем привлекательности (получившая положительные оценки «четыре» или «пять» по пятибалльной шкале), который определяется на основе ответов на вопрос: «Хотели бы вы работать в этой компании?»

После объединения данных по 23 странам-участницам они соотносятся с ВВП стран (внутренним валовым продуктом), для того чтобы сбалансировать влияние страновых факторов и отразить действительную экономическую реальность.

На сегодняшний день ICMA Group на основе опроса 200 000 респондентов во всех странах определила пятерых претендентов на получение премии Global Randstad Award. В их число вошли BMW, Coca-Cola, General Electric, Samsung и Sony. Три компании из пяти получают, соответственно, первую, вторую и третью премии как самые привлекательные работодатели в мире. Международный победитель будет объявлен Randstad 7 мая 2014 года.