



Джудит ФРАНСЕН, директор
по международному маркетингу
Randstad Holding



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

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.

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. Намагнитенный 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.