



Analiza polskich wyników raportu

Trendy HR 2017. Zmiana zasad w erze cyfryzacji

Porównanie 10 trendów w zarządzaniu kapitałem ludzkim w Polsce i na świecie

Wyniki globalne	Polska	
1. Organizacja przyszłości 88%	1. Kariera i kształcenie 85%	^ 2%
2. Kariera i kształcenie 83%	2. Pozyskiwanie talentów 82%	^ 1%
3. Pozyskiwanie talentów 81%	3. Doświadczenie pracownika 75%	^ -4%
4. Doświadczenie pracownika 79%	4. Zarządzanie wynikami 73%	^ -5%
5. Zarządzanie wynikami 78%	5. Organizacja przyszłości 69%	v -17%
6. Zmiana modelu przywództwa 78%	6. Różnorodność i włączenie 63%	^ -6%
7. Cyfrowy HR 73%	7. Analityka w obszarze HR 63%	^ -8%
8. Analityka w obszarze HR 71%	8. Zmiana modelu przywództwa 61%	v -17%
9. Różnorodność i włączenie 69%	9. Cyfrowy HR 60%	v -13%
10. Przyszłość pracy 63%	10. Przyszłość pracy 56%	● -7%

^ Dany czynnik ma większą wartość w Polsce w porównaniu do pozycji w ujęciu globalnym

v Dany czynnik ma niższą wartość w Polsce w porównaniu do pozycji w ujęciu globalnym

● Ta sama pozycja

-7% Różnica w wynikach procentowych

Wyniki globalnego badania, w którym, udział wzięło ponad 10 tysięcy osób ze 140 krajów, jako najważniejsze zadanie w 2017 roku wskazują budowanie organizacji przyszłości. W Polsce ten czynnik plasuje się w połowie ranking, zajmując dopiero 5 miejsce. W miarę postępu cyfryzacji firmy stawać będą jednak przed koniecznością wprowadzania zmian. Odchodzi się bowiem od złożonej formy siłosowej na rzecz struktury organizacji cechującej się szybkością, zwinnością oraz łatwością adaptacji

w intensywnie zmieniającym się otoczeniu biznesowym. W Polsce ten aspekt jest dostrzegany jako wyzwanie, z którym będziemy się mierzyć dopiero w perspektywie 5 lat (w roku 2022). Obecnie polskie przedsiębiorstwa zmagają się z innymi kwestiami - przede wszystkim z trudnościami z pozyskaniem osób do pracy. Istotnym aspektem staje się także zagadnienia związane ze szkoleniami i stwarzaniem pracownikom warunków do ciągłego wzbogacania swoich kompetencji zawodowych.

MOŻLIWOŚĆ CIĄGŁEGO KSZTAŁCENIA SIĘ I ROZWOJU NUMEREM JEDEN W POLSCE

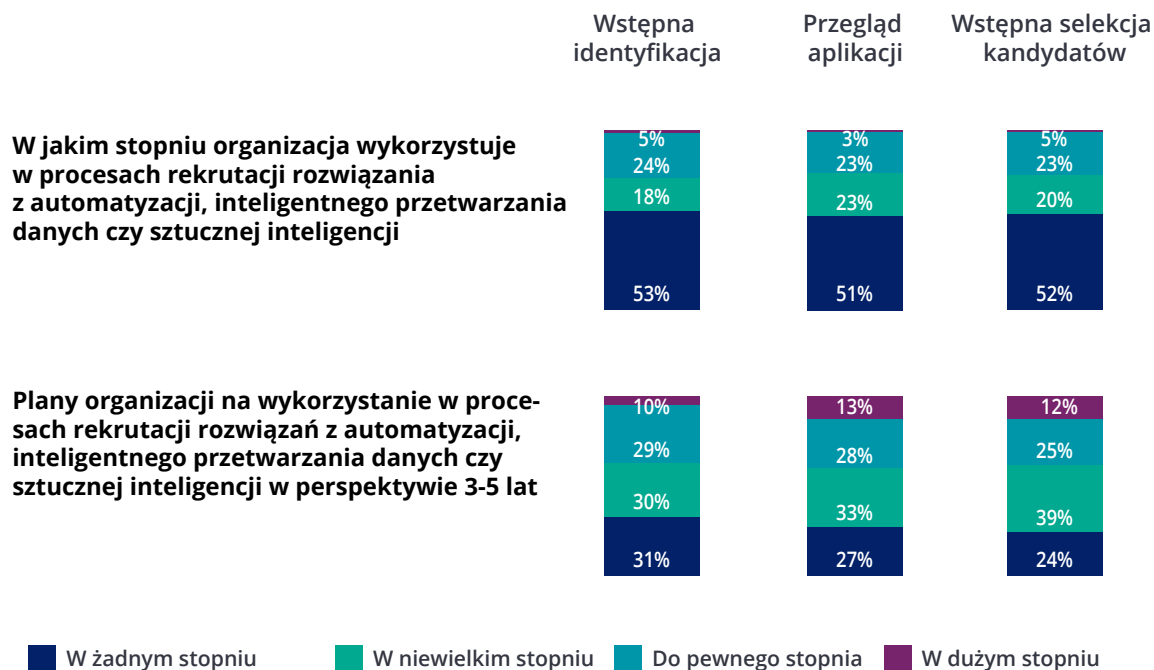
Kariera i kształcenie są najważniejszym trendem wskazanym przez zarządzających kadrami w firmach. 85% badanych postrzega tę kwestię jako ważną lub bardzo ważną. Ten aspekt zajmuje również pierwsze miejsce m.in. w Chinach i Japonii.

Ponad 1/5 respondentów w Polsce przyznaje, że w ich firmie brakuje jasno określonego modelu kariery zawodowej. Znacznie większy odsetek (62%) deklaruje, że organizacja, dla której pracują jest w trakcie zmian bądź też planuje dostosować model kariery zawodowej do panujących realiów na rynku pracy. Ale tylko 6% firm ma już taką zamianę za sobą.

W skali globalnej 83% firm objętych badaniem wdraża bardziej elastyczne modele ścieżek awansu zawodowego lub skłania się ku ich wdrożeniu.

W Polsce ten odsetek jest mniejszy o 11 p.p. W tym obszarze, podobnie jak w pozostałych krajach, dominuje w Polsce zorientowanie na szkolenia i promowanie postaw dążenia do stałego wzbogacania kompetencji zawodowych pracowników.

Obecnie w organizacjach prym wiodą dwa modele kariery zawodowej. Pierwszy z nich, zgodnie ze swoimi założeniami, ukierunkowany jest bardziej na zdobywanie doświadczenia i realizację projektów (37%). Drugi umożliwia pracownikom rozwijanie swoich talentów w różnorodnych kierunkach (35%). Badani deklarują, że w ciągu najbliższych 3 do 5 lat ten obraz się nie zmieni. Charakterystyczne jest jednak to, że coraz bardziej odchodzi się od wizji mocno ustrukturyzowanego modelu kariery zawodowej na rzecz jednostkowego podejścia, uwzględniania faktycznych możliwości i aspiracji pracownika.





KOMENTARZ EKSPERCKI

Justyna Sławik

Recruitment & Employer Branding Manager
Randstad Polska

Na polskim rynku wciąż utrzymuje się wyzwanie związane z pozyskiwaniem talentów. Opracowanie oferty pracodawcy wymaga pełnego zrozumienia wartości już panujących w organizacji i korzyści z pracy w organizacji, a także właściwe ich komunikowanie na zewnątrz. Pierwszym krokiem jest zidentyfikowanie tych elementów, które motywują do pracy w naszej organizacji i tych, które powstrzymują kandydatów przed ubieganiem się o zatrudnienie w naszej firmie. Od kadry zarządzającej wymaga to otwartości i elastyczności na potrzeby pracowników, ale i stałego monitorowania rynku konkurencji i potrzeb pracowników. Przedsiębiorstwa często traktują budowanie marki pracodawcy w charakterze pojedynczych kampanii w mediach społecznościowych. Nic bardziej mylnego. To długofalowe strategie, spójne wewnątrz i zewnątrz, oraz wyraźnie zdefiniowane wizje, jakie wyznacza przed sobą dane przedsiębiorstwo. Doświadczenie pokazuje, że umiejętne budowanie pozytywnego wizerunku pracodawcy wśród obecnych i potencjalnych pracowników, warunkuje napływanie talentów do firm i jednocześnie obniża koszty pozyskiwania personelu.

POZYSKIWANIE TALENTÓW

Trudności z dotarciem do kandydatów o pożądanym profilu i zatrudnieniem osób stanowią obecnie jedną z głównych bolączek rynku pracy. Wraz z postępującą cyfryzacją, wyzwaniem staje się otwieranie rekrutacji na nowe stanowiska pracy i poszukiwanie osób o kompetencjach, na które do tej pory panowało mniejsze zapotrzebowanie lub też w ogóle nie wyróżniano ich w strukturze firmy.

Badanie pokazuje, że wyłącznie 12% firm w Polsce nie zamierza zmienić swojej dotychczasowej strategii zatrudnienia. To pokazuje skalę zjawiska – znaczna część firm faktycznie dostrzega taką potrzebę i w różnym dla siebie czasie aktywnie reaguje na zmiany na rynku pracy.

Ponad połowa organizacji w Polsce przyznaje, że w rekrutacjach nie stosuje rozwiązań z zakresu automatyzacji, inteligentnego przetwarzania danych lub sztucznej inteligencji, bez względu na etap lub zaawansowanie realizowanych procesów. Zaledwie niespełna 1/4 polskich firm w pewnym stopniu wdraża i testuje w swojej firmie tego typu rozwiązania.

Badanie pokazuje, że w perspektywie najbliższych 5 lat polskie firmy sięgną po rozwiązania z zakresu automatyzacji. Jednocześnie Polacy są asekuracyjni w składanych deklaracjach. Bardziej są skłonni przyznać, że organizacja jedynie w niewielkim stopniu wprowadzi tego typu rozwiązania niż zapewnić, że z całą pewnością takie zmiany rzeczywiście nastąpią.



KOMENTARZ EKSPERCKI

Michał Tarnowski

Regional Manager
Randstad Professionals

Stopniowe wdrażanie nowoczesnych technologii oraz postępująca automatyzacja w różnych obszarach firmy sprawiają, że przeobrazeniu ulega wizja tego, kogo poszukujemy do swojej firmy. W obliczu ery cyfryzacji kompetencje, które dziś są najbardziej cenione u pracowników, w ciągu kolejnych 5 lat ustąpią miejsca innym. Na znaczeniu zyska między innymi umiejętność poruszania się w międzynarodowym środowisku pracy czy otwartość na adaptację automatyzacji wybranych procesów wewnątrz firmy. Polacy nie obawiają się, że zaimplementowane do firmy rozwiązania z zakresu nowych technologii odbiorą im ich obecne stanowisko pracy. Za to niemal co druga osoba odczuwa potrzebę odbycia szkoleń z zakresu nowych technologii. Właściwe rozpoznanie potencjału pracownika oraz jego wsparcie w przekwalifikowaniu się może stać się dla niego szansą na awans i rozwój zawodowy.



RÓŻNORODNOŚĆ I WŁĄCZENIE

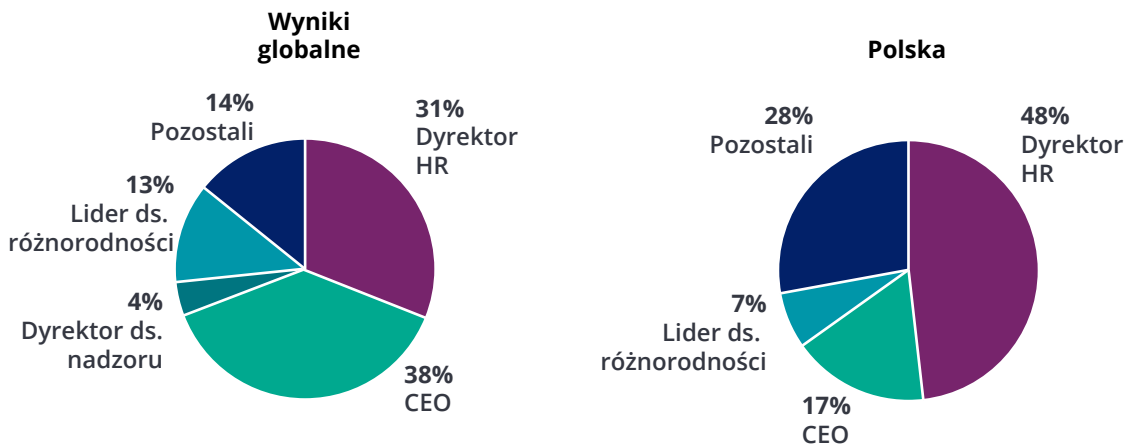
Pomimo, że znaczenie różnorodności i zapobiegania wykluczeniu w warunkach polskich (63%) i globalnych (69%) nie różni się znacząco, to wyraźna jest różnica w pozycji tego obszaru w rankingu. W Polsce ten aspekt plasuje się na 6. miejscu, a globalnie wypada na pozycji 9.

W Polsce wiek (17%), płeć (17%) oraz osobowość (15%) stanowią najczęściej wymieniane elementy, które pracodawcy biorą pod uwagę w działaniach z zakresu zapobiegania wykluczeniu w środowisku pracy.

Blisko 3/4 osób przyznaje, że ich firma realizuje ideę wspierania różnorodności i przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu w miejscu pracy, **jednak tylko 52% polskich firm organizuje szkolenia, aby zwiększyć świadomość w tym zakresie.**

W Polskich firmach głównym inicjatorem i orędownikiem wspierania różnorodności w miejscu pracy jest dyrektor ds. zasobów ludzkich. Prezes jest zaangażowany w tego typu działania w niespełna 1/5 firm. Inaczej ta kwestia wygląda, gdy analizujemy wyniki w innych krajach. Tam większą inicjatywę podejmuje dyrektor zarządzający. Z kolei mniejszą aktywnością, w porównaniu do Polski, wykazuje się dział HR.

Główny inicjator i orędownik wspierania różnorodności i włączenia w miejscu pracy



Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

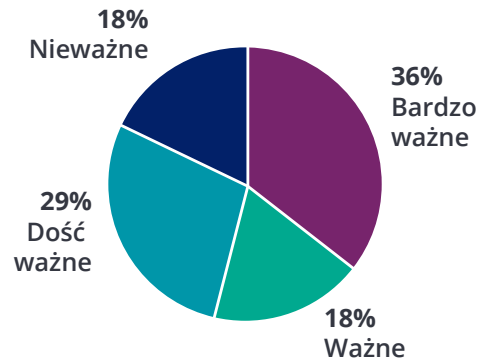
57% przyznaje, że nie ma cyfrowych programów w zakresie przywództwa

ZMIANA MODELU PRZYWÓDZTWA TO WYZWANIE, KTÓRE CZEKA POLSKĘ W PRZYSZŁOŚCI

Potrzeba zmiany modelu przywództwa nie jest jeszcze tak wyraźna w Polsce i zajmuje 8 miejsce w naszym rankingu. Badanie pokazuje jednak, że wkrótce będzie to kolejne wyzwanie z obszaru zarządzania kapitałem ludzkim, przed którym staną pracodawcy. Deklaruje tak 41% badanych. Gdy przyjmujemy dalszą perspektywę czasową, znaczenie tego obszaru plasuje się na drugim miejscu.

Łącznie aż 82% badanych w mniejszym lub większym stopniu podkreśla znaczenie przywództwa w obszarze technologii cyfrowych. Jednocześnie jednak ponad połowa (57%) badanych osób przyznaje, że w ich firmie nie zostały przygotowane ani też wdrożone programy dotyczące tej kwestii.

Znaczenie przywództwa w obszarze technologii cyfrowych



Trzy priorytetowe zadania, które nabrają większego znaczenia w przyszłości



Pozostałe trendy w Polsce

DOŚWIADCZENIE PRACOWNIKA (MIEJSCE 3)

W Polsce łącznie 60% badanych firm przyznaje, że wdrożyło w swojej organizacji pewne elementy lub też pełną strategię budowania doświadczenia pracownika. Deklaruje to o 14 p.p. mniej przedsiębiorców niż w skali globalnej. Wyniki wszystkich krajów łącznie pokazują, że niespełna 1/3 firm w ogóle nie posiada zdefiniowanej strategii zarządzania doświadczeniami pracowników.

Dostrzegamy potencjał i efektywność podejmowania tego typu działań. Dbalność o pozytywne doświadczenia pracownika dla 19% badanych w znaczny sposób, a dla 55% - w pewnym stopniu pomaga utrzymać w firmie najbardziej wartościowe osoby.

Wykorzystywane w Polsce strategie nagradzania w celu zróżnicowania doświadczeń pracowników są zadowalające, ale nie ma też w tym zakresie szczególnego optymizmu. 20% ocenia podejmowane przez ich firmy działania jako skuteczne, a 64% - jako dość skuteczne. Analiza wypowiedzi ankietowanych w skali globalnej pokazuje, że stopień skuteczności podejmowanych przez polskie firmy działań oceniany jest nieznacznie słabiej.

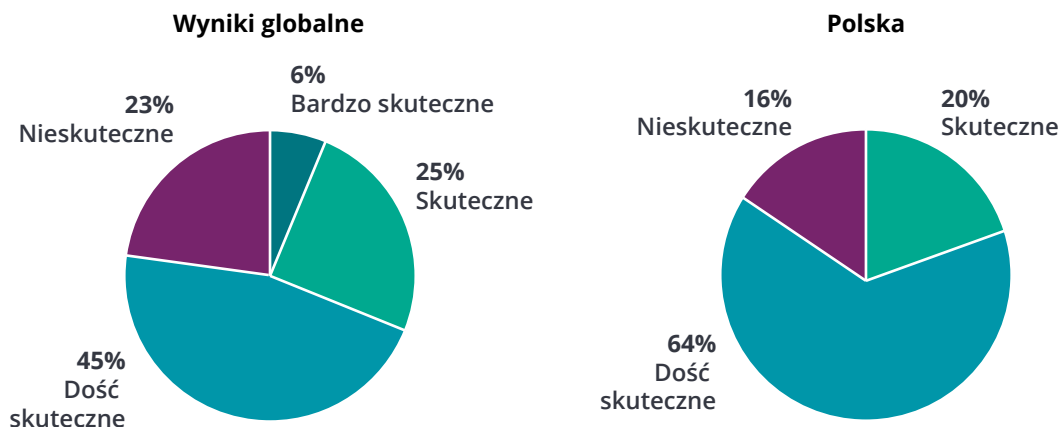
ZARZĄDZANIE WYNIKAMI (MIEJSCE 4)

W ocenie procesu i systemu zarządzania wynikami stosowanego w organizacji dominuje przekonanie, że jest one dobry (47%) lub dość dobry (38%). Jednak 40% firm planuje wdrożenie zmian systemu zarządzania wynikami, a 23% jest w trakcie tego procesu.

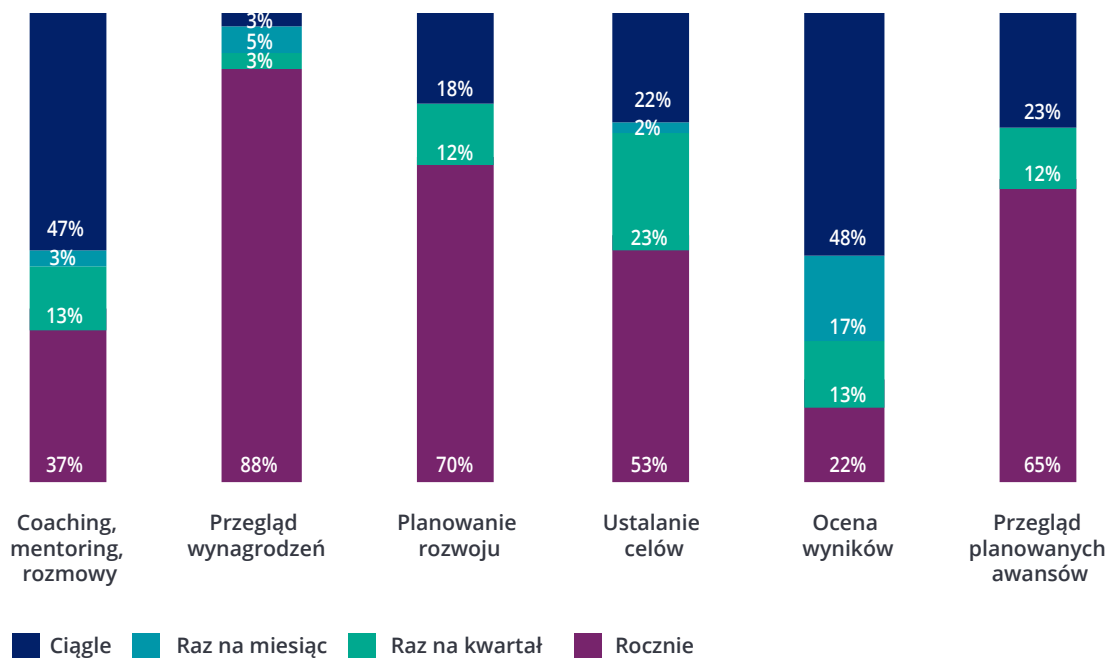
W Polsce 61%, a łącznie we wszystkich krajach połowa firm, wdrażając zmiany w systemie zarządzania wynikami, uwzględniła większy nacisk na ciągłą poprawę wyników oraz coaching.

W kontekście analizy skuteczności stosowania różnorodnych narzędzi systemu zarządzania wynikami istotne wydaje się być oszacowanie, w jakim czasie te procesy są faktycznie realizowane. W Polsce niespełna połowa badanych przyznaje, że ich rozmowy coachingowe i przekazywanie informacji zwrotnej na temat wyników odbywa się na bieżąco.

Skuteczność stosowania strategii wynagradzania i nagradzania w celu zróżnicowania doświadczenia pracownika



Częstotliwość procesów zarządzania wynikami przez menadżerów



Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

ANALITYKA W OBSZARZE HR (MIEJSCE 7)

W Polsce podobnie, jak w innych krajach panuje ogólne zaufanie do jakości danych wykorzystywanych w procesie analityki zasobów ludzkich – w tym 41% osób postrzega jakość tych danych jako dobrą, a 30% - dość dobrą. Brakuje jednak całkowitego przekonania o trafności wykorzystywanych w tym procesie wskaźników.

W Polsce analityka danych najczęściej znajduje zastosowanie w obszarze wynagrodzeń (28%). W pozostałych krajach wykorzystywanie technik analitycznych zauważalne jest głównie w rekrutacji i pozyskiwaniu pracowników (17%).

CYFROWY HR (MIEJSCE 9)

Zdaniem ankietowanych, procesy HR w ich firmach zostały w większości (52%) lub częściowo (42%) zautomatyzowane. Co ciekawe, takie rozwiązania w żadnej mierze nie są włączone do przetwarzania procesów HR.

W Polsce działanie w oparciu o narzędzia bądź technologie cyfrowe w głównej mierze postrzegane jest jako efektywne (39%) lub dość skuteczne (27%). W tym kontekście Polacy bardziej pozytywnie oceniają działanie tego typu rozwiązań niż ankietowani z

pozostałych krajów. Powodem tego mogą być odmienne wyjściowe oczekiwania osób badanych.

Jeśli nasze przewidywania będą wyższe wówczas faktyczne działanie systemu nie przyniesie tyle satysfakcji, ile na samym początku zakładaliśmy.

Niespełna połowa Polaków i 2/3 osób z pozostałych krajów przyznaje, że w ich firmach rozpoczęto proces wdrażania zmian organizacyjnych w dziale HR. Tu jednak wyraźna część firm spośród polskich przedsiębiorstw nadal posiada tradycyjny dział HR.



KOMENTARZ EKSPERCKI

Aleksander Pruziński

Menedżer w zespole Salesforce
Deloitte Digital

The Employee Company

Działy HR przechodzą okres dynamicznych zmian i poszukiwania swojej tożsamości w zmieniających się realiach społecznych. Większość z nich trafnie wyczuwa kierunek tych zmian, mniej lub bardziej skutecznie starając się oprzeć swoją strategię na Employee Experience. Cyfryzacja społeczeństwa umożliwiła już firmom budowanie silnych relacji ze swoimi klientami, dzięki komunikacji opartej na ich potrzebach i zachowaniach, inteligentnej sprzedaży i zindywidualizowanej obsłudze poprzez wykorzystanie elastycznych narzędzi budowanych w metodyce Agile. Czas aby przenieść te doświadczenia i narzędzia do świata HR.

PRZYSZŁOŚĆ PRACY (MIEJSCE 10)

35% deklaruje, że ich organizacja znajduje się na samym początku doświadczeń z wdrażaniem automatyzacji i z tego też powodu prowadzi pilotaże wyłącznie w wybranych obszarach firmy. Perspektywa najbliższych 3 do 5 lat pokazuje jednak, że te działania staną się coraz bardziej zaawansowane, a automatyzacja, inteligentne przetwarzanie danych czy sztuczna inteligencja w coraz większym stopniu zostaną zaimplementowane do polskich firm. 48% firm przewiduje, że będzie wprowadzać wdrożenia w wybranych procesach.

Pozostałe kraje widzą swój stopień zaawansowania w tym zakresie znacznie dalej. 37% przewiduje, że będzie wprowadzać wdrożenia wyłącznie w wybranych obszarach, ale za to aż 27% planuje, że zaimplementuje nowe rozwiązania w całej organizacji.

W Polsce najwięcej działań z zakresu automatyzacji wdrożonych zostaje w działach finansów (19%). Podczas, gdy globalnie największą ilość wdrożeń obserwuje się w działach operacyjnych (22%), tu działy finansowe spadają na odleglejsze pozycje (9% wskazań).

Zaledwie 15% osób obawia się, że postępujący proces robotyzacji i automatyzacji bezpośrednio będzie wiązał się ze zwolnieniami pracowników. Większa część jednak koncentruje swoją uwagę na potrzebie szkoleń w zakresie korzystania z nowych technologii w miejscu pracy (41%).

Postęp w rozwoju inteligencji maszyn stawia pytania, w którym miejscu i w jakiej roli występować będzie człowiek?

Najważniejsze priorytety w rozwoju organizacji w odniesieniu do automatyzacji, inteligentnego przetwarzania danych, sztucznej inteligencji



Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

Trzy wyzwania, które w pierwszej kolejności planują podjąć firmy w Polsce w okresie najbliższych 12 i 18 miesięcy



Obszary, w których firmy w pierwszej kolejności planują podjąć działania w perspektywie najbliższych 5 lat



Deloitte University Press | dupress.deloitte.com

Planowanie działania

Największym wyzwaniem, z którym zmagają się polskie firmy, jest pozyskiwanie talentów. Odpowiadając na nie, pracodawcy stają się bardziej otwarci na potrzeby swoich pracowników. Priorytetem jest także tworzenie warunków pracy ukierunkowanych na innowacyjność, współpracę i rozwój pracownika.

Najbliższe 5 lat zmieni tą perspektywę - na znaczeniu zyskają inne obszary. Wyzwaniem stanie się budowanie organizacji korzystającej z technik cyfrowych, której nadrzędną cechą jest elastyczność. Zmianie ulegnie dotychczasowy model przywództwa. Priorytetowym wyzwaniem stanie się poszukiwanie nowej generacji liderów, którzy będą przygotowani na szybkie zmiany systemu i poradzą sobie z nimi. Od nowego modelu przywództwa będzie oczekiwano większego ukierunkowania na usprawnianie procesów firmy i wprowadzanie innowacyjności w strukturach przedsiębiorstwa.

W zależności od wielkości reprezentowanego przedsiębiorstwa, firmy inaczej postrzegają znaczenie poszczególnych obszarów dotyczących kapitału ludzkiego, a w praktyce stoją przed nimi inne wyzwania. Duże firmy zmagają się przede wszystkim z zadaniem zmiany dotychczasowego stylu przywództwa. Inaczej jest w przypadku średnich i małych przedsiębiorstw w Polsce. Z ich perspektywy najważniejszym wyzwaniem staje się wprowadzanie różnego rodzaju form szkoleń i aktywne wspieranie rozwoju pracowników oraz rekrutacja odpowiednich osób do swojego biznesu (poszukiwanie talentów).

KONTAKT

Michał Tarnowski

Regional Manager
Randstad Professionals
michal.tarnowski@randstad.pl

Justyna Sławik

Recruitment & Employer
Branding Manager,
Randstad Polska
justyna.slawik@randstad.pl

Michał Olbrychowski

Dyrektor
Dział Konsultingu
Deloitte Polska
molbrychowski@deloittece.com

Magdalena Bączyk

Starszy Konsultant
Dział Konsultingu
Deloitte Polska
mbaczyk@deloittece.com

Deloitte.

Nazwa Deloitte odnosi się do jednej lub kilku jednostek Deloitte Touche Tohmatsu Limited, prywatnego podmiotu prawa brytyjskiego z ograniczoną odpowiedzialnością i jego firm członkowskich, które stanowią oddzielne i niezależne podmioty prawne. Dokładny opis struktury prawnej Deloitte Touche Tohmatsu Limited oraz jego firm członkowskich można znaleźć na stronie www.deloitte.com/pl/onas.

„Deloitte” to marka, pod którą pracują wspólnie dziesiątki tysięcy profesjonalistów w niezależnych od siebie firmach na całym świecie, świadcząc klientom usługi obejmujące m.in. audyt, konsulting, doradztwo finansowe, zarządzanie ryzykiem, doradztwo podatkowe. Doradztwem prawnym zajmuje się współpracująca z Deloitte kancelaria Deloitte Legal. Firmy te są członkami Deloitte Touche Tohmatsu Limited, prywatnego podmiotu prawa brytyjskiego z ograniczoną odpowiedzialnością. Każda firma członkowska świadczy usługi na określonym obszarze geograficznym i podlega przepisom prawa oraz regulacjom branżowym kraju lub krajów na terenie, których działa. D TTL wspomaga koordynację działań firm członkowskich, ale sama nie świadczy usług na rzecz klientów. D TTL i jej firmy członkowskie są odrębnymi i niezależnymi podmiotami prawnymi, które nie mogą podejmować zobowiązań za siebie nawzajem. D TTL i jej firmy członkowskie ponoszą odpowiedzialność wyłącznie za własne działania i zaniechania, a nie za działania i zaniechania innych firm członkowskich. Każda z Firm Członkowskich D TTL ma indywidualną strukturę organizacyjną, odpowiadającą przepisom prawnym, regulacjom, praktyce zwyczajowej i innym czynnikom kraju prowadzenia działalności, i może świadczyć usługi profesjonalne na jego terytorium za pośrednictwem spółek zależnych, stowarzyszonych i/lub innych podmiotów gospodarczych.

Powyższa publikacja zawiera jedynie informacje natury ogólnej. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie świadczą tym samym, ani nie przedstawiają w tej publikacji porad księgowych, podatkowych, inwestycyjnych, finansowych, konsultingowych, prawnych czy innych. Nie należy także wyłącznie na podstawie zawartych tu informacji podejmować jakichkolwiek decyzji dotyczących Państwa działalności. Przed podjęciem jakichkolwiek decyzji lub działań dotyczących kwestii finansowych czy biznesowych powinni Państwo skorzystać z porady profesjonalnego doradcy. Deloitte Touche Tohmatsu Limited, firmy członkowskie oraz podmioty stowarzyszone nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek szkody wynikające z wykorzystania informacji zawartych w publikacji ani za Państwa decyzje podjęte w związku z tymi informacjami. Osoby korzystające z powyższej publikacji robią to na własne ryzyko i ponoszą pełną związaną z tym odpowiedzialność.

Copyright © 2017 Deloitte Development LLC. All rights reserved.
Member of Deloitte Touche Tohmatsu Limited

randstad

Randstad Polska Sp. z o. o. (część holenderskiego Randstad Holding nv.) jest jedną z największych na polskim rynku firm doradztwa personalnego i pracy tymczasowej. Oferuje rozwiązania w zakresie:

- doboru i zatrudnienia personelu tymczasowego, w tym także rekrutacji i zarządzania dużymi grupami pracowników tymczasowych w siedzibie klienta (inhouse service)
- rekrutacji pracowników stałych, w tym specjalistów do dziedziny finansów, informatyki, produkcji i łańcucha dostaw
- długoterminowego zatrudnienia zewnętrznego pracowników poprzez oddelegowanie ich do pracy w siedzibie Klienta zachowującego kontrolę nad personelem
- outsourcingu procesów rekrutacyjnych (RPO)
- Assessment i Development Center oraz projektów outplacementowych
- administracji wynagrodzeniami oraz dokumentacją kadrową

Randstad działa poprzez sieć ponad 140 biur regionalnych, zlokalizowanych w głównych miastach Polski. Ponad 1 000 pracowników firmy obsługuje ponad 1600 Klientów, do których oddelegowuje codziennie średnio 26 000 pracowników tymczasowych. W zakresie rekrutacji stałych rocznie realizowanych jest ponad 2 000 projektów. Wysoką jakość usług firmy potwierdza pierwszy uzyskany w branży certyfikat ISO 9001:2008.

Więcej informacji o firmie na stronie: www.randstad.pl