



## خلاصه کتاب اصول کار

### خلاصه کتاب اصول کار درباره چیست؟

کتاب Work Rules! ما را به درون شرکت گوگل، یکی از قدرتمندترین و موفق‌ترین شرکت‌های جهان می‌برد. نویسنده دقیقا به ما می‌گوید که چطور گوگل این شاهکار را انجام می‌دهد در حالی که همواره به عنوان بهترین کارفرما در جهان رتبه‌بندی می‌شود.

### نگاهی از درون به آنچه کار کردن در گوگل را خاص می‌کند

همه می‌دانند که کار کردن در گوگل یک شغل رویایی است. این فقط به خاطر جذابیت گزینه‌های سهام کلان یا به این دلیل نیست که بارها به عنوان بهترین مکان برای کار انتخاب شده است. فراتر از اینهاست. کار کردن در گوگل به نوعی تداوی‌گر ایده آزادی شخصی است، یا اینکه در بهترین حالت خود کار کنید در حالی که توسط درخشان‌ترین ذهن‌های جهان احاطه شده‌اید.

این چگونه به وجود آمد؟

فرهنگ کاری مشهور گوگل به سادگی از هوا پدید نیامده است. این محصول بخش منابع انسانی گوگل است، یکی از نوآورترین بخش‌های منابع انسانی در جهان. این خلاصه کتاب نگاهی می‌اندازد به آنچه گوگل را از دیدگاه لاسلو باک، رئیس بخش منابع انسانی و قهرمان فرهنگ داخلی گوگل، ویژه می‌کند.

## راز فرهنگ گوگل در ماموریت، شفافیت و صدا است

وقتی در مورد کار کردن در گوگل می‌شنوید، احتمالا به فکر صندلی‌های راحتی، غذای رایگان و سایر مزایای جذاب می‌افتید. اما این تفریح و امکانات رایگان نیست که واقعا گوگل را اینقدر موفق می‌کند؛ بلکه بیانیه ماموریت (Mission Statement) این شرکت درباره شفافیت و حق اظهار نظر است.

ماموریت گوگل ساده و قدرتمند است: «سازماندهی اطلاعات جهان و قابل دسترس و مفید کردن آن برای همه.»

این یک ماموریت عمیق است زیرا اولاً، به جای معنای تجاری، معنای اخلاقی به کار کارمندان می‌دهد. یعنی، اطلاعاتی که کارگران غربال و مرتب می‌کنند در واقع به همه کسانی که از موتور جستجو استفاده می‌کنند کمک می‌کند.

ثانیا، این ماموریت هیچ سقفی ندارد. یک ماموریت معمولی ممکن است تبدیل شدن به رهبر بازار باشد، اما هنگامی که این امر محقق شود، دیگر الهام بخش نیست. با این حال، در گوگل، کارمندان دائماً برای کشف راه‌های جدید سازماندهی اطلاعات انگیزه دارند.

یکی دیگر از اصول کلیدی فرهنگ موفق گوگل، شفافیت آن است.

در یک شرکت نرم‌افزاری سنتی، یک مهندس جدید فقط کد پروژه‌هایی را که روی آن‌ها کار می‌کند می‌بیند. با این حال، در گوگل، یک تازه وارد می‌تواند به همه چیز، از

ابتکارات راه‌اندازی محصول گرفته تا گزارش وضعیت هفتگی کارمند دیگر دسترسی داشته باشد.

علاوه بر این، هر هفته مدیرعامل کل شرکت را در مورد هفته گذشته به روز می‌کند و پس از آن زمانی را برای یک جلسه پرسش و پاسخ ۳۰ دقیقه‌ای اختصاص می‌دهد. به لطف این به‌روزرسانی، همه می‌دانند چه کسی روی چه چیزی کار می‌کند، که تضمین می‌کند که آن‌ها کاری را دوبار انجام ندهند یا روی آن بیش‌ازحد کار نکنند. همچنین مشخص می‌کند که فرد مورد نظر در رابطه با یک پروژه خاص کیست.

در نهایت، گوگل به هر کارمند حق اظهارنظر می‌دهد. این شرکت برای نظر همه ارزش قائل است و به آن‌ها در مورد نحوه اداره شرکت امکان بیان پیشنهاد می‌دهد.

در واقع، روش انجام بیشتر کارها در شرکت از کارمندان سرچشمه گرفته است.

در سال ۲۰۰۹، یک برنامه سالانه Bureaucracy Busters راه‌اندازی شد تا کارمندان بتوانند بزرگترین سرخوردگی‌های خود از بروکراسی شرکت را توضیح دهند.

## **با نگاه فراتر از مدارک تحصیلی و تمرکز بر آموزش مناسب، بهترین افراد را استخدام کنید**

گوگل چگونه چنین فرهنگ موفق را ایجاد کرد؟ آن‌ها افراد برجسته‌ای را استخدام کردند. در اینجا نحوه پیدا کردن آن‌ها را می‌بینید.

دو راه برای داشتن یک کارمند استثنایی وجود دارد: استخدام بهترین‌ها یا آموزش افراد متوسط. همانطور که ممکن است حدس زده باشید، گوگل راه اول را انتخاب می‌کند.

به گفته یکی از اعضای هیئت اجرایی گوگل، یک شرکت معمولی حدود ۶۰۰ دلار برای آموزش و ۴۵۰ دلار برای استخدام می‌پردازد. اما آن‌ها همه چیز را اشتباه انجام می‌دهند.

بدترین سناریو پس از استخدام یک کارجوی عالی این است که او در نهایت در سطح متوسط عمل کند. اما بدترین سناریو پس از استخدام یک کارجوی متوسط این است که آن‌ها مقدار قابل توجهی از منابع آموزشی را تخلیه می‌کنند و در نهایت عملکرد پایین‌تری از حد متوسط دارند!

بنابراین، گوگل زمان و منابع زیادی را برای یافتن فرد مناسب سرمایه‌گذاری می‌کند. آن‌ها به شدت دقیق هستند؛ سالانه تنها ۵۰۰۰ نفر را از بین یک تا سه میلیون کارجو، استخدام می‌کنند. نرخ پذیرش ۰.۲۵ درصد است. آن را با نرخ پذیرش دانشگاه هاروارد مقایسه کنید که ۶.۱ درصد است.

اما در یک کارجو باید دنبال چه چیزی باشید؟ وقتی گوگل برای اولین بار شروع به کار کرد، آن‌ها سالانه تنها ۱۰۰ نفر را استخدام می‌کردند و نامزد مناسب فارغ‌التحصیل آبیوی لیگ بود. با این حال، با گذشت زمان، گوگل متوجه شد که بسیاری از بهترین کارمندان آن‌ها کسانی نبودند که در برجسته‌ترین مدارس تحصیل کرده باشند.

گوگل به جای استخدام افراد دارای مدارک معتبر، شروع به جستجوی کارجوهایی کرد که تاب‌آوری و توانایی غلبه بر موانع را نشان می‌دادند.

آن‌ها متوجه شدند که بهترین رویکرد این است که کسی را استخدام کنید که از شما بهتر باشد و دنبال کسانی باشید که بتوانند همه اطرافیان‌شان را موفق‌تر کنند.

فرآیند استخدام گوگل شامل غربالگری آهسته و دقیق از بهترین‌ها در این زمینه است.

کارن می، معاون فعلی رشد نیروی انسانی در گوگل، قبلاً یک شرکت مشاوره منابع انسانی داشت و در واقع پیشنهادهای مکرر برای کار در گوگل را به مدت چهار سال رد کرد. اما گوگل به ارزش او متقاعد شده بود و صبورانه او را دنبال کرد تا اینکه بالاخره او موافقت کرد که به این شرکت بپیوندد.

## به کارمندان اجازه دهید با کمک داده‌ها نمایش را اجرا کنند

به طور سنتی، این مدیر است که حجم کار، حقوق، ارتقا، مرخصی استعلاجی و غیره کارمندان را کنترل می‌کند. با این حال، شرکت‌ها انتظار دارند که کارمندانشان در کار خود ابتکار و استقلال نشان دهند. تناقض را می‌بینید؟

اگر واقعا می‌خواهید کارمندان مالک شغل خود باشند، همان کاری را که گوگل انجام می‌دهد انجام دهید و سلسله مراتب بوروکراتیک را کاهش دهید.

ارشدترین مدیران اجرایی گوگل همانند کارمندان جدید از امکانات یکسانی مانند منابع و بودجه برخوردار هستند و تنها چهار سطح در سلسله مراتب وجود دارد: مشارکت‌کننده فردی، مدیر، مدیر ارشد و معاون رئیس.

همچنین افراد گوگل برای رهبری و تاثیرگذاری الهام‌بخش آموزش می‌بینند. عنوان معاون رئیس را می‌خواهید؟ ابتدا نشان دهید چقدر می‌توانید پروژه و افراد خود را رهبری کنید.

اما، مانند هر پروژه‌ای، حتی اگر کارمندان توانایی مسئولیت و تاثیرگذاری خود را نشان دهند، باز هم به یک تصمیم‌گیرنده نهایی نیاز دارند. پس چگونه بهترین تصمیمات را می‌گیرید؟ از داده‌ها استفاده کنید، نه نظر مدیریتی. به این ترتیب تصمیم‌گیری شفاف و کمتر جانبدارانه است. بنابراین، یکی از اصول اصلی گوگل این است که «سیاست بازی نکنید. از داده‌ها استفاده کنید.»

این شعار همچنین به پرداختن به موضوعات حساس، به ویژه زمانی کمک می‌کند که پای شایعاتی که احتمالاً آسیب‌رسان هستند در میان است.

در هر شرکتی ارتقای شغلی یک موضوع حساس است و این اغلب توسط شایعات تشدید می‌شود. اما معاون رئیس گوگل از داده‌های خود استفاده کرد تا ثابت کند که هیچ تعصبی در مورد ارتقا در گوگل وجود ندارد. به عنوان مثال، اگرچه برخی معتقد بودند که کار در دفتر مرکزی گوگل ارتقای سریع را تضمین می‌کند، اما داده‌های او ثابت کرد که نرخ ارتقا در آنجا مشابه هر دفتر گوگل دیگری است.

زمانی که به درستی با داده‌ها و بحث‌های باز مدیریت شود، واگذاری قدرت به کارمندان فوق‌العاده موثر است و منجر به اجرای بهترین ایده‌ها می‌شود. حتی زمانی که کسی با تصمیم نهایی مخالف است، استدلال پشت آن برای همه روشن است.

## **هم بهترین و هم بدترین کارمندان شما نشان دهنده فرصت‌هایی برای شرکت شما هستند. از آن‌ها استفاده کنید!**

اگر قبلاً در یک دفتر کار کرده‌اید، احتمالاً با الگوی کلاسیک عملکرد کارکنان آشنا هستید: تعداد کمی از افراد با عملکرد بالا مسئول بیشتر موفقیت‌ها هستند و بقیه با عملکرد ضعیف به تدریج از آن‌ها عقب می‌مانند.

بهترین و بدترین عملکردها دو سر منحنی عملکرد را تشکیل می‌دهند. هر دو در اقلیت هستند، در حالی که اکثر کارمندان عملکرد متوسطی دارند و در وسط منحنی قرار دارند.

بیشتر شرکت‌ها، کارکنانی که عملکرد ضعیفی دارند را اخراج می‌کنند، سپس کارمندان جدیدی را استخدام می‌کنند که به آموزش‌های اضافی نیاز دارند و نمی‌توانند عملکرد عالی را تضمین کنند. بدتر از آن، شرکت‌ها تمایل ندارند از بهترین کارمندان خود به خوبی استفاده کنند.

پس گوگل چگونه از این دو سر به نفع خود استفاده می‌کند؟ آن‌ها عملکردهای برجسته را زیر میکروسکوپ قرار می‌دهند و به کسانی که نیاز به پیشرفت دارند کمک می‌کنند.

بیشتر شرکت‌ها به مطالعه عملکرد بهترین افراد خود فکر نمی‌کنند. این یک فرصت از دست رفته است، زیرا این افراد با بهترین شیوه انجام کارها آشنا هستند.

پس چگونه بهترین عملکردها را مطالعه می‌کنید؟ تحقیقات بوریس گرویسبرگ، استاد دانشگاه هاروارد، نشان می‌دهد که عملکرد بالا به زمینه بستگی دارد. این بدان معناست که مطالعه بهترین شیوه‌های شرکت‌های دیگر کمکی نخواهد کرد. شما باید

خودتان را مطالعه کنید.

گوگل دقیقا همین کار را انجام می‌دهد و عملکرد بهترین کارمندان خود را با استفاده از یک تیم تحقیقاتی داخلی، PiLab یا People and Innovation Lab مطالعه می‌کند.

پروژه اکسیژن از جمله فعالیتهای PiLab است. این پروژه نشان داد که چگونه وجود یک مدیر عالی برای عملکرد مهندسان برتر حیاتی است. در واقع، گوگل‌هایی که برای بهترین مدیران کار می‌کردند، پنج تا هجده درصد بهتر از کسانی که توسط مدیران ضعیف‌تر مدیریت می‌شدند، عمل کردند. PiLab همچنین ویژگی‌های اصلی بهترین شیوه‌های مدیریتی را تعیین کرد تا شرکت بتواند آن‌ها را به مدیران با عملکرد پایین آموزش دهد.

گوگل همچنین می‌داند که در بیشتر موارد، عملکرد پایین‌تر از حد متوسط نتیجه عدم مهارت یا انگیزه است که ممکن است ناشی از مسائل شخصی باشد یا نشان دهنده مشکل بزرگتری در تیم باشد.

در نهایت، برای اینکه گوگل واقعا به کسانی که نیاز به تقویت دارند دسترسی پیدا کند، به طور منظم پنج درصد پایین کارمندان را شناسایی می‌کند و به آن‌ها آموزش می‌دهد، یا سعی می‌کند آن‌ها را در یک نقش مناسب‌تر در شرکت قرار دهد.

## از هدر دادن منابع برای آموزش بد دست بردارید و از بهترین معلمان درون شرکت خود استفاده کنید

۱۵۶.۲ میلیارد دلار. این مبلغ دلاری سالانه است که شرکت‌های آمریکایی در سال ۲۰۱۱ برای برنامه‌های آموزشی هزینه کرده‌اند. با این حال، به طرز تکان دهنده‌ای، بیشتر هزینه‌های شرکت برای آموزش هدر می‌رود. چرا؟ زیرا آموزش توسط افراد اشتباه اداره می‌شود، طراحی نامناسبی دارد، خیلی کلی است، یا به روشی که اثربخشی آموزش را اندازه‌گیری کند، تجزیه و تحلیل نمی‌شود.

آموزش باید اطلاعات خاصی را ارائه دهد که افراد آن را حفظ کنند. یک باور رایج این است که ۱۰،۰۰۰ ساعت طول می‌کشد تا در هر مهارت خاصی متخصص شوید. اما تحقیقات آندرس اریکسون نشان می‌دهد که بهترین راه برای تسلط بر یک مهارت این است که کار را به وظایف کوچکتری تقسیم کنید و با تکرار، بازخورد و اصلاح، هدف بهبود خاصی را در یکی از این کارهای کوچک داشته باشید.

مکنزی، یک شرکت مشاوره جهانی، این کار را به خوبی انجام می‌دهد. مکنزی تمام مشاوران سال دوم را به کارگاه رهبری مشارکت می‌فرستد، جایی که آن‌ها برای برخورد با مشتریان عصبانی آموزش می‌بینند. ابتدا اصول اولیه آموزش داده می‌شود، سپس مشاوران یک سناریو را بازی می‌کنند و یک ویدیوی ضبط شده خود را مشاهده و بحث می‌کنند. این فرآیند تکرار می‌شود تا رفتار مشاور مورد نظر حاصل شود.

آموزش فشرده و گران است، اما تضمین می‌کند که هر مشاور، دوره آموزشی را با استانداردهای عالی و توانایی مقابله با مشتریان عصبانی به بهترین شکل ممکن کامل می‌کند. مکنزی می‌داند که بهترین راه برای اندازه‌گیری آموزش، زمان یا پول صرف شده نیست، بلکه از طریق بهبود رفتار است.

پس چه کسی را باید برای آموزش کارمندانان استخدام کنید؟ خبر خوب این است که آن‌ها در حال حاضر در شرکت شما هستند.

وقتی گوگل به یک مربی برای نمایندگان فروش نیاز دارد، بهترین مدیر فروش را با حداکثر میزان فروش کل پیدا می‌کند و از آن‌ها می‌خواهد که به نمایندگان فروش با عملکرد پایین‌تر آموزش دهند.

وقتی کارمندان به کارمندان دیگر آموزش می‌دهند، نه تنها باعث صرفه‌جویی در هزینه می‌شود، بلکه یک جامعه صمیمی‌تر نیز ایجاد می‌کند. چه کسی می‌تواند مشکلات یک گوگل را بهتر از یک گوگلر دیگر درک کند؟

## گاهی گوگل به شکست پاداش می‌دهد و به کارکنانش حقوق نابرابر می‌دهد. چرا؟

حقوق و دستمزد می‌تواند یک موضوع بحث‌برانگیز باشد. پس گوگل چگونه با آن برخورد می‌کند؟

بیشتر شرکت‌ها در سقف پرداخت برای هر موقعیت و پرداخت «منصفانه» گرفتار هستند، با مقرراتی که مشخص می‌کند تفاوت حقوق برای موقعیت مشابه ممکن است از ۲۰ درصد تجاوز نکند. متأسفانه، این عمل باعث می‌شود که افراد با عملکرد بالا به دنبال جبران بهتر در جای دیگری باشند.

گزارش شده است که بیل گیتس گفته است که یک کدنویس فوق‌العاده ۱۰,۰۰۰ برابر یک کدنویس معمولی ارزش دارد. گوگل این طرز فکر را به اشتراک می‌گذارد، به همین دلیل است که ممکن است فکر کنید «ناعادلانه» پرداخت می‌کند. به عنوان مثال، یک کارگر ممکن است پاداش سهام ۱۰,۰۰۰ دلاری دریافت کند، در حالی که کارگر دیگری در همان موقعیت ممکن است ۱ میلیون دلار دریافت کند. همچنین ممکن است شاهد باشید که یک فرد با عملکرد بالا در یک نقش پایین‌تر، بسیار بالاتر از یک فرد با عملکرد متوسط در یک نقش ارشد حقوق دریافت می‌کند.

اما گوگل همچنین آموخت که اغلب راه‌های موثرتری برای حفظ کارکنان وجود دارد: پرداخت هزینه تجربیات لذت بخش (مثل سفر) به جای دادن مستقیم پول.

در سال ۲۰۰۴، گوگل جایزه بنیانگذاران را برای عملکرد ایجاد کرد. در آن سال، گوگل ۱۲ میلیون دلار به دو تیم جایزه داد و سال بعد ۴۵ میلیون دلار بین یازده تیم تقسیم شد. اما نظرسنجی‌های داخلی نشان داد که این باعث خوشحالی گوگلرها نشد. کاملاً برعکس. این امر باعث شد مردم به دنبال مشاغل دیگری باشند که شانس دریافت یک جایزه سخاوتمندانه بیشتر باشد.

اشتباه آن‌ها پاداش دادن با پول به جای تجربیات لذت بخش بود، مانند شام برای دو نفر یا یک سفر تیمی به هاوایی. معلوم شد که این مناسبت‌های خاص خاطرات

بیشتری را ایجاد کردند و تیم‌ها را بسیار بهتر از پول نقد گرد هم آوردند. اما گوگل فقط زمانی که انتظار می‌رفت پاداش نمی‌داد.

در سال ۲۰۰۹، گوگل ابزار همکاری بلادرنگ Google Wave را معرفی کرد. یک تیم به مدت دو سال روی آن کار کرد و موافقت کرد که در صورت موفقیت Wave، از پاداش خود به نفع غرامت بالاتر از طریق سهام صرف نظر کند. متاسفانه، شکست خورد، اما گوگل به هر حال به تیم پاداش داد. چرا؟ زیرا نوآوری به معنای کاوش در ناشناخته‌ها است، بنابراین باید برای افرادی که ریسک‌های حساب شده را می‌پذیرند، حتی اگر شکست بخورند، پاداش وجود داشته باشد.

## گوگل با نیمه تاریک فرهنگ خود روبرو می‌شود

دیدیم که چگونه توانمندسازی کارکنان، شفافیت و دادن حق اظهارنظر به کارکنان باعث موفقیت گوگل شده است. متاسفانه، گاهی اوقات این شیوه‌ها نتیجه عکس می‌دهند. اما وقتی این اتفاق می‌افتد، گوگل می‌داند که چگونه آن را مدیریت کند.

گوگل هر سال یک نشت بزرگ را متحمل می‌شود. وقتی این اتفاق می‌افتد، تحقیقات انجام می‌شود و مقصر که به طور تصادفی یا عمدی آن را فاش کرده است، پیدا و اخراج می‌شود. نه تنها این، بلکه شرکت به همه اعلام می‌کند که چه چیزی فاش شده و چه اتفاقی برای کارمندی که این کار را انجام داده است افتاده است. هزینه نشت در مقایسه با باز بودن و شفافیتی که شرکت به آن ارزش می‌دهد و از آن حمایت می‌کند، کم است.

چه چیز دیگری می‌تواند گاهی اوقات اشتباه شود؟ فرهنگ گوگل تفکر نوآورانه را پرورش می‌دهد و این به ناچار منجر به هجوم عظیم ایده‌ها می‌شود، که باید به صورت دوره‌ای تنظیم یا حذف شوند تا شرکت به خوبی کار کند.

در واقع، بین سال‌های ۲۰۰۶ و ۲۰۰۹، بیش از ۲۵۰ محصول توسط گوگل راه‌اندازی و سپس متوقف شد.

لری پیچ، مدیر عامل شرکت، مسئول پاکسازی سالانه است که در آن برخی از محصولاتی را که در حال افول هستند، چشمانداز بازار خوبی ندارند، یا توسط دیگران عملکرد بهتری دارند، متوقف می‌کند.

گوگل با باز بودن و توضیح استدلال پشت هر حذف، موفق می‌شود تمرکز و جهت خود را حفظ کند و مدیران خود را به جای عصبانی کردن حفظ کند.

در نهایت، گاهی اوقات حتی مزایای شرکت می‌تواند بد شود. گوگل به خاطر مزایایش معروف است و وقتی آن‌ها را ارائه می‌کند، در ابتدا همه خوشحال می‌شوند. اما بعد از مدتی، برخی از کارمندان ممکن است تصور کنند خود به خود مستحق آنها هستند و احساس حق به جانب بودن پیدا کنند.

مثلا یکی از کارمندان وقتی که کافه تریا از بشقاب‌های کوچک‌تر استفاده می‌کرد، اخمو می‌شد و در اعتراض شروع به انداختن چنگال در سطل زباله کرد و برخی از گوگلرها حتی به کارکنان غذا پرتاب کردند. تلنگر آخر وقتی اتفاق افتاد که برنامه «دوشنبه بدون گوشت» برای سلامت کارکنان راه‌اندازی شد. با این حال، پس از یک ماه، تنها یک کارمند در یک نظرسنجی ناشناس تهدید کرد که به فیس‌بوک، توییتر یا مایکروسافت نقل مکان می‌کند. بنابراین گوگل نظرسنجی را با کارمندان خود به اشتراک گذاشت. در نتیجه، بسیاری از کارکنان از اقدامات این فرد و سطح استحقاق و سو استفاده خجالت زده شدند.

["message\_box text\_color="light]

## توصیه‌های عملی

**فرآیند استخدام را تیمی کنید:** سوگیری تایید (Confirmation Bias) می‌تواند یک فرد را به سمت اطلاعات یا افرادی که با باورهای خودشان موافق هستند سوق دهد. این در مصاحبه‌های شغلی می‌تواند باعث شود که کارفرمایان فقط افرادی را استخدام کنند که نظرات خودشان را تکرار می‌کنند یا شبیه آن‌ها هستند. برای فرآیند استخدام

یک تیم برای مرتب‌سازی و مصاحبه با متقاضیان تشکیل دهید تا از این اشتباه اجتناب کنید. با داشتن بیش از یک نظر در مورد کارمندان احتمالی، در نهایت یک تیم متنوع‌تر خواهید داشت.

**برای استخدام وقت بگذارید:** گاهی اوقات فرآیند استخدام می‌تواند ناامید کننده باشد، به خصوص زمانی که زمان اهمیت دارد. اما نگه داشتن بهترین کارمند جدید به احتمال زیاد در دراز مدت باعث صرفه‌جویی در هزینه می‌شود، زیرا بودجه شرکت برای آموزش یک فرد متوسط هدر نمی‌رود.

[message\_box/]

### درباره نویسنده

لاسلو باک معاون ارشد بخش منابع انسانی در گوگل است. او مسئول جذب، توسعه و حفظ بیش از ۵۰,۰۰۰ گوگلر در سراسر جهان است. در طول دوران حضور او در گوگل، این شرکت بیش از ۱۰۰ بار به عنوان یک کارفرمای برجسته شناخته شده و رتبه اول را در ایالات متحده و ۱۶ کشور دیگر به خود اختصاص داده است.