

Raport widoczności marek w AI

HR i rekrutacja · 17.05-14.08.2026

Które agencje rekrutacyjne i firmy HR modele AI
pokazują, rekomendują i cytują najczęściej?

Próba badania

188 odpowiedzi · 19 zapytań ·
42 marek · 4 modele

Zakres danych

17.05.2026 – 14.08.2026

Publikacja

15.08.2026

Najważniejszy wniosek

Devire było najbardziej widoczną marką w badanym wycinku rynku HR i rekrutacji, z Mention Rate 40,4% i Citation Share 49,2%, najwyższymi wynikami odnotowanymi dotąd w tej serii raportów. Rynek jest jednak mniej jednolity, niż sugeruje ta przewaga: Devire nie prowadzi w Anthropic, gdzie liderem jest VeritaHR, a w OpenAI zdecydowanie wygrywa Grafton z wynikiem 21,5%, radykalnie wyższym niż gdziekolwiek indziej. Drugie i trzecie miejsce w rankingu zbiorczym, Grafton i Michael Page, to marki obecne w większości modeli, ale to Mentor i Unity Centrum, tuż za podium, pokazują najbardziej skrajny wzorzec: każda z nich jest widoczna właściwie tylko w jednym modelu.

188 ukończone odpowiedzi z 302 uruchomionych pomiarów	19 zapytań wszystkie bez nazw marek	42 marek spełniających minimalny próg próby
4 modele AI Anthropic, Gemini API, OpenAI i Perplexity	1382 wzmianek o markach w badanej kategorii	1696 cytowań zarejestrowanych w odpowiedziach

Jak czytać pierwszą edycję

To pierwszy raport mini dla kategorii HR i rekrutacja. Ustanawia punkt odniesienia na podstawie 19 zapytań dotyczących wybranych miast oraz pytań ogólnopolskich, czterech modeli AI i 188 ukończonych odpowiedzi z 302 uruchomionych pomiarów w okresie 17.05-14.08.2026. Wyniki nie są pełnym rankingiem wszystkich agencji rekrutacyjnych i firm HR działających w Polsce.

1

Rozdział 1

Widoczność marek w AI

Devire zdecydowanym liderem, ale nie jedynym punktem odniesienia

Devire osiągnęło Mention Rate 40,4% i AI Share of Voice 9,5%, wyraźnie przed Grafton (34,6% / 7,6%). To najwyższe wartości Mention Rate i Citation Share odnotowane dotąd w tej serii, co wskazuje na mniej rozdrobniony rynek niż w budownictwie czy IT.

#2 Grafton 7,6% Udział głosu w AI	#1 Devire 8,8% Udział głosu w AI	#3 Michael Page 6,5% Udział głosu w AI
--	---	---

TOP 10 marek

Pozycja	Marka	Mention Rate	AI Share of Voice	Citation Share	Recommendation Rate	Wydźwięk +/-	Średnia pozycja
1	Devire	40,4%	8,8%	49,2%	18,1%	67/33/0	5,8
2	Grafton	34,6%	7,6%	35,5%	13,3%	53/47/0	5,7
3	Michael Page	29,8%	6,5%	39,9%	16,0%	77/23/0	5,2
4	Talent Place	27,1%	5,9%	33,4%	16,0%	68/32/0	6,3
5	Hays	26,6%	5,8%	25,5%	13,3%	91/9/0	4,0
6	Antal	25,0%	5,5%	28,8%	14,9%	86/14/0	5,5
7	Randstad	20,2%	4,4%	29,4%	12,8%	67/33/0	6,7
8	DevsData	19,7%	4,3%	27,7%	11,7%	76/24/0	7,2
9	Saleswise	19,1%	4,2%	21,8%	10,6%	61/39/0	6,1
10	HRK	18,6%	4,1%	24,9%	8,5%	63/37/0	6,7

40,4%

odpowiedzi zawierało wzmiankę o Devire

Wniosek

TOP 10 marek odpowiada łącznie za około 57,1% Share of Voice, najwyższy wynik koncentracji w tej serii raportów jak dotąd. Recommendation Rate w tej kategorii jest też systemowo wyższy niż gdzie indziej: nawet dziesiąta marka w rankingu, HRK, ma Recommendation Rate 8,5%, więcej niż liderzy niektórych innych badanych branż.

Jak rozumiemy wskaźniki

Mention Rate pokazuje, w jakiej części ukończonych odpowiedzi pojawiła się marka. **AI Share of Voice** opisuje udział marki w widoczności wszystkich marek zidentyfikowanych w kategorii. **Citation Share** pokazuje udział marki w warstwie cytowań przypisanych markom w badaniu. **Recommendation Rate** wskazuje, jak często marka została przedstawiona jako rekomendacja, i jest to miara odrębna od tego, który lider wygrywa wśród zapytań o charakterze stricte rekomendacyjnym (patrz rozdział 5). **Wydźwięk (+/0/-)** to udział sklasyfikowanych wzmianek marki ocenionych jako pozytywne, neutralne i negatywne.

2

Rozdział 2

Dwie marki z podium to w praktyce specjaliści jednego modelu

Devire dzieli podium modeli z VeritaHR, Grafton i Mentor

Devire prowadzi w Gemini API (9,3%) i Perplexity (11,9%), ale w Anthropic wygrywa VeritaHR (9,6%), a w OpenAI zdecydowanie Grafton (21,5%), wynik ponad dwukrotnie wyższy niż jakiegokolwiek inny lider modelu w tej kategorii.

Model	Lider	AI Share of Voice lidera	Kolejne wyniki
Anthropic	VeritaHR	9,6%	Saleswise 8,5%, Jobhouse 8,0%
Gemini API	Devire	9,3%	Antal 7,5%, Michael Page 7,5%
OpenAI	Grafton	21,5%	Devire 7,4%, Hays 7,4%
Perplexity	Devire	11,9%	Michael Page 8,4%, DevsData 7,5%

Ciekawostka

Grafton osiąga w OpenAI 21,5% AI Share of Voice, prawie trzykrotnie więcej niż jego własny wynik zbiorczy (7,6%) i znacznie więcej niż najlepszy wynik Devire w jego najmocniejszym modelu (11,9% w Perplexity). To najwyższy pojedynczy wynik modelowy odnotowany dotąd w całej serii raportów.

Komentarz eksperta

Skoro Devire ma niemal dwukrotnie wyższy Mention Rate niż druga marka w rankingu, można by założyć, że ta przewaga jest równomiernie rozłożona: że model za modelem, Devire po prostu wygrywa. Dane pokazują coś innego. W Anthropic Devire zajmuje dopiero ósme miejsce (4,8%), za VeritaHR, Saleswise i Jobhouse, markami, które w rankingu zbiorczym w ogóle nie wchodzi do TOP 10. W OpenAI Devire jest wprawdzie wysoko, ale to Grafton zdobywa tam 21,5%, wynik, który nie ma odpowiednika w żadnym innym modelu ani żadnej innej marce tej kategorii. Mechanizm tego zjawiska wynika z tego, że każdy model buduje odpowiedź na innym zestawie źródeł i z innym sposobem wyszukiwania informacji. Jeśli treść i profil firmy są szczególnie dobrze dopasowane do sposobu, w jaki dany model wyszukuje i ocenia źródła, wynik w tym jednym modelu może oderwać się od reszty rynku. Grafton w OpenAI to najbardziej skrajny przykład takiej sytuacji w całej dotychczasowej serii raportów: 21,5% w jednym modelu przy 7,6% w zestawieniu zbiorczym. Warto to zestawić z ogólną skalą liczb w tej kategorii. Mention Rate lidera (40,4%) i jego Citation Share (49,2%) są znacznie wyższe niż w innych badanych branżach, gdzie liderzy osiągaliby zwykle kilkanaście, a nie kilkadziesiąt procent. To może wynikać z mniejszej liczby realnie konkurujących marek w świadomości modeli przy tym zestawie zapytań, a nie z faktu, że Devire jest obiektywnie bardziej dominujące niż liderzy innych branż. Wysoki Mention Rate przy stosunkowo niższym Share of Voice (8,8%) pokazuje, że wiele odpowiedzi wymienia Devire obok innych marek, a nie zamiast nich. Granica interpretacji: wynik pojedynczego modelu opiera się na 41-50 ukończonych odpowiedziach, więc wynik 21,5% Grafton w OpenAI, mimo że wyraźny, dotyczy wciąż stosunkowo niewielkiej liczby konkretnych odpowiedzi. Dla zarządu firmy rekrutacyjnej wniosek jest prosty. Wysoka pozycja w zbiorczym rankingu nie chroni przed tym, by być praktycznie niewidocznym w jednym z czterech głównych modeli. Warto sprawdzić, w którym modelu marka jest najślabsza, zamiast zakładać, że dobry wynik ogólny przekłada się równomiernie na każdy kanał.

**Michał Gaszewski**

Architekt rozwiązań sztucznej inteligencji

3 Rozdział 3

Źródła wykorzystywane w odpowiedziach

Strony własne agencji rekrutacyjnych dominują wśród cytowań

Najczęściej cytowaną domeną było oferteo.pl (4,5%), ale dziewięć z pozostałych dziewięciu miejsc w TOP 10 to strony własne konkretnych agencji lub portal opinii pracowników.

TOP 10 cytowanych domen

1	oferteo.pl	4,5%
2	devsdata.com	3,9%
3	talentplace.pl	3,6%
4	devire.pl	3,3%
5	saleswise.pl	3,3%
6	gowork.pl	3,1%
7	veritahr.com	2,7%
8	michaelpage.pl	2,7%
9	jobhouse.pl	2,7%
10	besthr.pl	2,5%

Domena	Typ źródła	Unikalne przebiegi	Udział cytowań
oferteo.pl	katalog	77	4,5%
devsdata.com	domena marki	66	3,9%
talentplace.pl	domena marki	61	3,6%
devire.pl	domena marki	56	3,3%
saleswise.pl	domena marki	56	3,3%
gowork.pl	treść użytkowników (ugc)	52	3,1%
veritahr.com	domena marki	46	2,7%
michaelpage.pl	domena marki	45	2,7%
jobhouse.pl	domena marki	45	2,7%
besthr.pl	domena marki	43	2,5%

Wniosek

Udział źródeł własnych marek (owned) w całym krajobrazie wyniósł 26,9%, najwyższy wynik w tej serii raportów, a udział sklasyfikowanych cytowań 75,6%, również najwyższy dotąd. W HR i rekrutacji modele w dużej mierze budują odpowiedź na podstawie stron samych agencji, a nie katalogów porównujących oferty.

Klasyfikacja źródeł

Wśród TOP 10 domen znalazł się gowork.pl, serwis z opiniami pracowników o pracodawcach, sklasyfikowany jako treść użytkowników (ugc), a nie katalog ani strona firmowa. To osobna kategoria źródła, warta odnotowania, bo różni się charakterem od reszty zestawienia.

4 Rozdział 4

Co modele mówiły o liderze

Devire opisywane przez pryzmat doświadczenia i nowoczesnych rozwiązań

Wśród sklasyfikowanych wzmianek o Devire 67% miało wydźwięk pozytywny, a 33% neutralny. To niższy udział pozytywnego wydźwięku niż u większości liderów w tej serii raportów, mimo najwyższego w kategorii Recommendation Rate (18,1%).

18,1%

odpowiedzi z wzmianką o Devire
przedstawiało markę jako rekomendację

Motyw przypisywany marce	Liczba wskazań
Doświadczenie i profesjonalizm	2
Nowoczesne rozwiązania i funkcjonalność	2
Pozytywne rekomendacje	2
Elastyczność i skalowalność	1
Łatwość i szybkość działania	1

Wniosek

Devire ma najwyższy Recommendation Rate w kategorii, ale niższy udział pozytywnego wydźwięku niż wiele marek dalej w rankingu, na przykład Hays (91%) czy Antal (86%). Częste polecanie marki i jednoznacznie pozytywny opis to więc dwa niezależne zjawiska, które w tym przypadku się nie pokrywają w pełni.

5 Rozdział 5

Zakres pytań i metodologia

Jakie potrzeby użytkowników obejmowało badanie

Zestaw składał się z 19 zapytań bez nazw marek, dotyczących wyboru agencji rekrutacyjnej, firmy HR lub sposobu znalezienia pracownika w konkurencyjnym rynku. Pytania obejmowały Polskę oraz siedem miast: Gdańsk, Katowice, Kraków, Łódź, Poznań, Warszawę i Wrocław.

Intencja zapytania	Liczba zapytań	Udział w zestawie
Wybór najlepszej marki	7	36,8%
Rekomendacja	5	26,3%
Inna	5	26,3%
Poradnikowa	2	10,5%

Liderzy według intencji zapytania

Intencja	Liczba zapytań	Lider	Mention Rate
Wybór najlepszej marki (best_of)	7	Devire	7,2%
Rekomendacja	5	Grafton	8,0%
Inna	5	Devire	6,9%

Devire prowadzi w dwóch z trzech głównych kategorii intencji, ale nie w zapytaniach stricte rekomendacyjnych, gdzie wyprzedza je Grafton. To rozróżnienie jest ważne: ogólny Recommendation Rate marki (18,1% dla Devire) opisuje, jak często dowolna odpowiedź przedstawia ją jako polecenie, podczas gdy powyższa tabela pokazuje, kto prowadzi konkretnie wśród zapytań typu "kto poleca". Wynik dla dwóch zapytań poradnikowych (howto, n=6) opiera się na zbyt małej próbie, aby prezentować go jako osobny wynik.

Źródło

Okres	17.05.2026-14.08.2026
Rynek	Polska
Modele	Anthropic, Gemini API, OpenAI, Perplexity
Próba	188 ukończonych odpowiedzi z 302 uruchomionych pomiarów
Zapytania	19 niebrandowych zapytań, bez duplikatów i near-duplicates
Metodologia	industry_sov_v1
Zakres SoV	udział branżowy wśród 42 marek spełniających minimalny próg próby w kategorii
Wersja	pierwsza edycja raportu mini, bez porównań historycznych

Trzy wnioski dla rynku

1 Lider zbiorczy nie jest liderem każdego modelu

Devire prowadzi w Gemini API i Perplexity, ale przegrywa Anthropic z VeritaHR i OpenAI z Grafton, które w tym jednym modelu osiąga 21,5%, wynik bez odpowiednika gdzie indziej w tej kategorii.

2 Rekomendacja i pozytywny wydźwięk to różne miary

Devire ma najwyższy Recommendation Rate w kategorii (18,1%), ale niższy udział pozytywnych wzmianek (67%) niż większość pozostałych marek z TOP 10.

3 Ten rynek jest mniej rozdrobniony niż inne badane branże

TOP 10 marek odpowiada za około 57,1% Share of Voice, a Mention Rate i Citation Share lidera są najwyższe w tej serii raportów.