



Önder Mutlu Bulut

Anel Grup  
Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

## Yatırımcı Sunumu İçin Öneriler

Yatırımcı İlişkileri Bölümü ve bölüm çalışanlarının en yoğun dönemlerini yaşadığı mali tablo gönderim süreci sona ererken, bölüm çalışanları açısından önemli olan bir diğer konu için de aynı süreç yavaş yavaş son bulmakta... Yatırımcı Sunumu.

‘Nasıl bir sunum ile şirketimizi ve dönem içinde yaptıklarımızı ifade etmeliyiz? Var olan sunumumuzda yapılması gereken düzenlemeler ile daha fazla yatırımcıya ulaşma şansımız olacak mı?’ vb. soruları karşısında, bölüm çalışanlarına faydalı olması umuduyla, öne çıkan ve hepimizin bildiği birkaç öneri başlığını derleyerek sizlere hatırlatmak istiyorum.

### İşe Taslak Sunum ile Başlayın

Sunumunuzda yüksek çözünürlüklü fotoğrafları, şirketinizi ifade edecek doğru renkleri, fonu ve kurumsal formatı kullanın ve sunumun bütününde aynı formatı kullanmaya dikkat edin. Sunuma direkt kopyala-yapıştır kadar zarar veren başka bir şey daha yoktur. Bir yatırımcı sunumu yıllık rapordan farklıdır. Kullanılan tabloların daha düzenli gösterebilmesi adına yuvarlamalar yapılabilir. Daha ayrıntılı bilgi isteyen dinleyiciler ayrıntılı kayıtlara bakabilirler. Bu yüzden 20-30 dakikalık bir sunumda virgülden sonraki son 3 basamak hiçbir şey ifade etmez.

### Sunumunuzu Doğru Zamanda Hazırlayın

En kötü sunumlar, sunum yapılacak günün önceki gecesinde bitirilen sunumlardır. Sunum içeriğinin büyük bir kısmı önceki yatırımcı sunumunun ve hatta son çeyreğin bilgileri kullanılarak oluşturulabilir. İhtiyaç duyduğunuz grafiğe göre eski bilgilerinizi gerçeği yansıtan yenileriyle değiştirin. Ancak sunumun tamamen tablolardan ibaret olmadığını unutmayın. Şirket stratejisindeki güncellemeler, son finansal sonuçlardan bağımsız olarak tanımlanabilir.

### Sade ve Tutarlı Bilgilere Yer Verin

Dinleyici kitlesinin herhangi bir anda verilen tabloların neresinde olduğunu bildiğinizden emin olun. Toplam satış rakamları, karlılık oranları ve buna benzer temel konulara sunum içinde yer verirken, genel merkez giderleri, vergiler gibi küçük detayları dipnotta açıklamak bile dinleyicilerin kafasını karıştırır. Bu kapsamlı bir finansal raporda yapılabilir ancak 30 dakikalık bir sunumda gereksizdir. Bir İRO olarak şirketle ilgili çok fazla bilgiye sahip olmanız sizi sıkıntıya sokabilir ancak sunumu daha yeni kavramaya başlayan bir dinleyici için bir önceki sayfadaki veriyi tekrar görmek güven vericidir.

### Konuları Karıştırmayın

Birbirleriyle ilgisi olmayan konuları aynı sayfada karşılaştırmak zor ve gereksizdir. Net kar ve maliyet birlikte alınması gereken bir grupken; brüt kar, faaliyet karı, gelirlere göre gider oranları **bir** başka gruptur. Büyüme oranları ise bir diğer kategoridir. Bunların her birinden bahsetmek için ayrı bölüm başlık ve slâytları kullanın.

### Sunumumuzda Finansal Olmayan Bilgilere de Yer Verin

Bir yatırımcı sunumu sayılardan ibaret değildir, yatırımcılar sadece şirketinizin finansal performansı ile ilgilenmezler. Her şirketin bir stratejisi, her stratejinin de bir hikâyesi vardır. Şirketinizin gizlilik ilkeleri elverdiği ölçüde ilgiliye, bu hikâyeyi anlatın, finansal olmayan bilgiler vermek, hikâyeye çok güçlü bir boyut katabilir. Piyasa payı, siparişler ve müşteriler şirketin genel performansı hakkında bilgi verir.

## **Orijinal Sunum İçeriğini Oluşturun**

Özellikle zaman kısıtlaması olduğunda, elimizdeki mevcut malzemelerden bir sunum yaratma eğilimi vardır. Diğer şirket bölümlerinin hazırladığı bölüm sunumundan ve yeni ürün tanıtımından birkaç slâyt ile birkaç excel tablosu bize ancak gereksiz ve faydasız bir sunum oluşturabilir. İyi bir sunum her sayfasında tutarlı bir formata sahip olmalıdır. Yönetimin farklı bir bölüm için ele alarak anlamlı bulduğu bir konu, yatırımcılarınız için hiç bir şey ifade edemeyebilir. Elde olan içerikten faydalanmak iyidir ancak kopyala-yapıştır yapmak yerine mevcut içerik temel alınarak yeni bir sunum yaratılmalıdır.

## **Farklı Grupları Düşünün**

Yatırımcılar genelde şirketi ve finansal durumunu iyi bilirler. Şirket hakkında son çeyrek mali tablosu gibi yeni şeyleri öğrenmek isterler. Öncelikle bekledikleri önemli şeyleri verin. Yatırımcılar bunun gibi sunum ve konferanslara çok katıldıklarından ağıdalı dil ve kelime oyunları gereksizdir, kullanmayın.

Gazeteciler ise şirketin finansal durumuna daha yabancıdır. Bu yüzden bu dinleyici kitlesine şirketin stratejisini özetlemek önemlidir. Siz sunumu yaptıktan sonra sunumun online hayatı başlar. Sunumunuz küçük bir yatırımcı, bir öğrenci ya da profesyonel bir müşteri tarafından görüntülenebilir. Online sunumlardaki en büyük eksiklik sözlü açıklamalardan yoksun olmalarıdır. Bundan dolayı başlık ve tabloların anlaşılır olduğundan emin olunmalıdır.

## **Pratik Yaparak Hazırlanın**

Pratik yapmalı; sunumu baştan sona kadar bilmelisiniz ki, akıcı bir şekilde sunumu sürdürebilesiniz. Önemli tecrübeler CEO ve CFO'lar bile dış sunumlarında risk almayı, sunum üzerinde çalışırlar. Bu, özellikle internet üzerinden yapılan sunumlarda geçerlidir. Çünkü bu sunumlarda duraklama, takılma ve konu dışına sapma canlı bir dinleyici kitlesinin önünde yaratacağından çok daha kötü bir etki yaratır.

Kaynak: <https://irwebreport.com>