



Mehmet Erdem Aykin

Turcas Petrol A.Ş

Yatırımcı ve Pay sahipleri İlişkileri Uzmanı

### **Yatırımcı İlişkileri Yöntemleri - Yatırımcı Günleri**

Halka açık şirketlerin mevcut finansal durumları ve gelecek planlarının değerlendirilerek analist, yatırım şirketleri ve diğer tüm mevcut ve potansiyel yatırımcılara paylaşıldığı en etkili yatırımcı ilişkileri uygulamalardan biri şüphesiz “Yatırımcı Günleri”dir. Global olarak oldukça etkin bir şekilde kullanılan bu uygulama, ülkemizde henüz belli başlı şirketler tarafından kullanılmaktadır.

Analistler, Kurumsal Yatırımcılar, Fon Yönetim Şirketleri açısından şirketlerin büyüme stratejisi, yatırım projeleri, pazardaki durumu, finansal yapısı hakkındaki gelişmeleri Şirket Yönetiminden direk olarak dinleyebildikleri, hatta şirketlerin mevcut yapısı hakkında oldukça yeni olan potansiyel yatırımcıların da yukarıda bahsedilen tüm konuları rafine bir şekilde öğrenebilecekleri bir ortam olan “Yatırımcı Günleri” hem mevcut hem de potansiyel yatırımcılar için oldukça önemli bir değerlendirme fırsatıdır.

Bu yüzden, şirketler açısından Yatırımcı Günlerinin sorunsuz ve etkili bir şekilde yönetilmesi son derece önemli olup, ileride tekrarlanacak olan yatırımcı günlerinin gelişimi için de bir referans olma özelliği taşımaktadır.

Dolayısıyla bu uygulamaların geliştirilerek analistler ve diğer yatırımcılara yönelik etkili bir şirket iletişim aracı haline getirilmeleri ve başarılı bir şekilde uygulanabilmeleri için şirketlerin Yatırımcı İlişkileri Departmanlarına önemli roller düşmektedir.

Bu bağlamda ilk dikkat edilmesi gereken husus, doğru zamanın tespit edilmesidir. Şirketler Yatırımcı Günlerini çeyrek dönemlerde yapabilecekleri gibi içinde buldukları sektörün yapısına, kendi beklenti ve stratejilerine göre de yarı yıllık ya da yıllık olarak da yapabilmektedirler. Bu noktada, belirlenecek olan zamanın, hem şirketin mevcut ajandası, piyasanın genel konjonktürü hem de hedef katılımcıların katılımı (başka şirketlerin/kurumların düzenlediği etkinliklerle çakışması gibi) açısından önceden tespit edilerek bir “Zaman Çizelgesi” oluşturulmalıdır. Bu noktada etkili bir Yatırımcı Günü için minimum 2 ay öncesinden hazırlıklara başlanması ideal bir zamanlama olarak düşünülebilir.

#### **Hedef Katılımcı**

Şirketlerin “Yatırımcı Tabanı”nın geliştirilmesi açısından Yatırımcı Günleri, özellikle belirledikleri hedef kitleye tek bir seferde ulaşabilmesi açısından şüphesiz oldukça önem taşımaktadır. Ancak burada mevcut katılımcıların yanında hedef katılımcıların da tespit edilmesi (Örneğin spesifik olarak Yerli Portföy Yönetim Şirketleri, Yerli Fon Yöneticileri, henüz iletişim halinde olunmayan Aracı Kurumlar ya da Nitelikli Yatırımcılar gibi) ve hedef kesime yönelik olarak bir strateji oluşturulması dikkat edilmesi gereken noktalardan biridir.

Diğer taraftan maksimum katılımın gerçekleşmesi için Yatırımcı Gününe fiziki olarak katılamayan diğer yerli ve yabancı katılımcıların da Webcast ya da Audiocast uygulamaları ile internet üzerinden katılımlarının sağlanıyor olması, uygulanabilecek önemli araçlardan biridir.

#### **Konuşmacılar**

Katılımcılar açısından bir diğer önemli bölüm ise, Soru-Cevap kısmıdır. Soru-Cevap kısmı, yatırımcıların Şirketlerin ve İştiraklerinin CEO ve/veya CFO'larına direk olarak soru yöneltebilecekleri bir fırsat ortamı

olduğundan, şirketin üst düzey yöneticileri ile beraber mümkünse ev sahibi şirketin eğer varsa yabancı iştirak ve bağlı ortaklıklarının CEO ve/veya CFO seviyesindeki üst düzey yöneticilerinin de katılımının sağlanması ve faaliyet gösterdikleri alanlara, pazarlara, stratejik yatırımlara yönelik açıklamalarda bulunması, tüm katılımcılar açısından çok faydalı olacaktır.. Özellikle bu bölümün analistlerin ve diğer katılımcıların beklentilerini mümkün olduğu ölçüde karşılayacak şekilde tatmin edici ve ideal bir zamanlama içinde gerçekleşmesi gerekmektedir.

### **Yatırımcı Günü Sonrası**

Yatırımcı günü ertesinde katılımcılara yönelik bir “Teşekkür Mesajı”nın gönderilmesi ve ekinde hazırlanmış olunan bir “Değerlendirme Anketi”nin katılımcılar tarafından doldurulmasının rica edilmesi, ileride yapılacak olan toplantılar için her zaman değerli birer paylaşımdır. Ayrıca katılımcılardan gelen değerlendirmelerinden oluşan bir raporun Kurumsal Yönetim Komitesi ve Yönetim Kurulu ile paylaşılması “Yatırımcı İlişkileri Stratejileri”nin geliştirilmesi açısından da önemli bir çalışma olacaktır.

Son olarak başarılı bir Yatırımcı Günü için diğer öneriler ve dikkat edilmesi gerekenleri aşağıda sıralamak isterim:

### **Öneriler**

- Yatırımcı günü tarihi belirlenirken, aynı güne denk gelebilecek başka konferans vb. etkinliklerin incelenip ona göre bir tarih belirlenmesi yerinde olacaktır
- Zaman çizelgesi oluşturulmalıdır
- Konular ve konuşmacılar hakkında seçici olunmalıdır
- Toplantı Gündemi tüm katılımcıların beklentilerini karşılayacak şekilde hazırlanmalıdır
- Mevcut analist ve yatırımcıların dışında da ulaşılmak istenen hedef katılımcı listesi oluşturulmalıdır.
- Hedef mesajlar üzerinde yoğunlaşılmalıdır
- Katılımcılara gönderilecek davetiyenin mutlak surette tüm şirket yatırımcılarına ulaştırılması sağlanmalıdır
- Katılımcıların internet üzerinden de iştirakinin sağlanması için Webcast uygulamasının kullanımı değerlendirilebilir
- Konuşmacıların yapacağı sunumlar ve verecekleri bilgi seti üzerinde hassasiyetle durulmalıdır. Bu bilgilerin SPK ilkeleriyle de uyumlu olarak kamuoyu ile paylaşılabilir nitelikte olduğundan, eksik ya da hatalı bir bilgi içermediğinden emin olunmalıdır
- Organizasyonun başarılı olarak yönetilmesi için, gerekiyorsa, bir PR ajansı ile iletişime geçilebilir

### **Dikkat Edilmesi Gerekenler**

- Yatırımcı Günü için belirlenen tarih üzerinde mümkün olduğunca yeniden bir değişikliğe gidilmemelidir
- Soru-Cevap kısmı birçok katılımcı için toplantının en önemli bölümlerinden biridir. Bu yüzden Soru-Cevap kısmı için yeterince zaman ayrılmalıdır
- Toplantı alanının fiziki şartlarının yeterli olduğunun önceden test edilmesi, toplantı sırasında yaşanabilecek aksaklıkları minimum seviyeye indirecektir