



Özlem McCann
Aksa Enerji Üretim A.Ş.
Yatırımcı İlişkileri Müdürü

YATIRIMCI İLİŞKİLERİNDE İLETİŞİM

Yatırımcı ilişkileri, finans, iletişim, pazarlama ve mevzuat fonksiyonlarını birleştiren, şirket ile finans çevreleri ve yatırımcıların arasında çift yönlü iletişim sağlayan, halka açık bir şirketin hisse değerinin adil seviyeyi yakalamasında büyük payı olan stratejik bir fonksiyon.

Bu fonksiyonun başarılı olması için ise açıkça çizilmiş hedefler, üst yönetimin bu işlevi içselleştirmiş olması, yetkin ve verimli bir Yatırımcı ilişkileri organizasyonu, nitelikli bilgi akışı ve raporlama sistemleri, mevzuatı ve Yatırımcı ilişkileri dünyasındaki değişimleri yakından takip etmek gerekiyor.

Yapılan araştırmalar, yıllar boyunca artış trendinde de olsa CEO'ların zamanlarının en fazla yüzde 14'ünü, CFO'ların yüzde 19'unu, Yatırımcı ilişkileri yöneticilerinin ise neredeyse yüzde 60'ını paydaşlar ile iletişim için ayırdıklarını gösteriyor.

Bu iletişimin fayda sağlaması için ise hem CEO ve CFO'nun, hem de Yatırımcı ilişkileri yöneticilerinin net ve etkin bir iletişim ile öncelikle güven oluşturmaları gerekli. Bunu yaparken de stratejik vizyonlarını, şirketin yatırım kriterleri ve başarı tanımlarıyla desteklemeleri gerekiyor. Başarının tanımı bir şirket için büyüme olurken bir diğeri için kârlılık, pazar payı artışı ya da üretimde verim artışı gibi farklı hedefler olabilir. Şirketin büyümesi, sektör içerisinde yarattığı değer ve rekabet avantajı yakalama yetisi, onu rakiplerinden ayırabilecek en önemli noktalar.

IPREO'nun yaptığı bir araştırmaya göre yabancı yatırımcıların yüzde 52'si sadece tek bir toplantı ile, yüzde 32'si ise 2-4 toplantı sonrası yeni bir yatırıma karar veriyor. Bu durumda, şirketinizi ilk kez tanıyacak bir yatırımcının hissedarınız olması veya şirketinizi takip etmekten vazgeçmesi için çoğunlukla 50-60 dakikanız var demektir. Bizler stratejik vizyonumuzu, hedeflerimizi ve şirketimizi rakiplerimizden ayıran özellikleri paylaşırken çok şey anlatmak istesek de, yatırımcılar aslında bilgiye boğulmak istemiyorlar. Onlar için önemli olan, paylaşılan bilginin net, sade, gerçek zamanlı, ileriye dönük anlam ifade eden ve deyim yerinde ise "hap yapıpı verilmiş" olması. Bunu yaparken, ana riskler ve fırsatlar ile şirketin yatırımlarının risk/getiri profilindeki değişimin de içtenlikle paylaşılması çok büyük önem taşıyor. Çünkü yatırımcıların karşılaşmak istemedikleri ana etmen: SÜRPRİZ!