



“VUCA World”

Sevgili Okuyucularımız,

Piyasalarda dalgalanma ve finansal kriz dönemleri iyi yatırımcı ilişkileri uygulamalarına en çok ihtiyaç duyulan ve aynı zamanda bu sayede şirketlerimiz için yeni fırsat pencereleri oluşturabildiğimiz dönemleri temsil ediyor. Geçen hafta [C20](#) (Civil Society 20) zirvesinde kıymetli bir konuşmacının hatırlattığı “VUCA World” deyimini, bana yatırımcı ilişkileri araçlarının etkin kullanımına ilişkin dikkat edilmesi gerekenleri hatırlattı.

VUCA, Kırılganlık (Vulnerability), Belirsizlik (Uncertainty), Karmaşıklık (Complexity) ve Tanımlanamazlık (Ambiguity) kelimelerinden oluşan bir terim. [Harvard Business Review](#) da dahil olmak üzere pek çok yerde üzerine makaleler yayınlanan bu iş dünyası sözcüğü, içinde bulunan dönemin zorluğundan çok o dönemi yönetmek için yapılması gerekenleri ifade ediyor. Çözümün kendisi yine bir VUCA: Vizyon (Vision), Anlayış (Understanding), Açıklık (Clarity) ve Kıvraklık (Agility). Yatırımcı ilişkileri profesyonelleri ve yöneticilerinin, her zaman vurguladığımız gibi, en önemli başarısı mevzuata uyumun ötesinde finansal iletişim becerileri ile bu dönemleri yönetme kabiliyetleridir.

Öncelikle içinde bulunulan durumu doğru tanımlamak, yatırımcılarını ve elindeki araçları doğru belirlemek gerek. Bunun için yerel borsanın hareketlerinin ötesinde küresel sermaye akışlarını da izlemekte fayda var. Bu size henüz şirketinize yönelmemiş ancak bölgenize ya da sektörünüze ilgi duyan pek çok yatırımcıya erişme vizyonu sağlayabilir.

Yaptığımız iletişimde durumu azımsamadan ya da abartmadan nedenleri ve önlemleri ile aktarmak, belirsiz ifade ve mesajlardan kaçınmak mevcut ve potansiyel yatırımcıda güven uyandırmanın en önemli parçası. Aynı zamanda yatırımcınızı dinleyin ve şirketinize iletmek üzere kritik mesajları toplayın. Bu size kendi operasyonlarınız için yeniden yapılandırma fırsatları da verecektir.

İletişimi tüm araçlarımızı kullanarak ve simetrik bir biçimde yapmalı, tüm paydaşlara eşit erişim hakkı tanıyarak zamanında doğru bilgiyi dikkatlerine sunmalıyız. Doğru zamanda yapılmamış bir iletişimle hedeflediğimiz yatırımcının ya da paydaşın dikkatini çekmek pek mümkün değil. Sorun her ne olursa olsun iyi ve kötü zamanda önce sizin aracılığınızla mesajların gitmesinin önemi büyük.

Roadshow ve konferanslarla hızlı başlayan Eylül ayı yerini bu toplantılardan alınan mesajların stratejilere yansıtıldığı bir uygulama dönemine bırakacak. Kasım ayındaki seçimler ve 3. Çeyrek sonuçlarının açıklama döneminin ne denli bir yoğunluk getirebileceğini unutmadan, hazırlıklarımızı buna göre yapmalıyız.

TÜYİD olarak biz de bu yoğunluğunuzda önünüze gelecek önemli konuları takibe devam ediyoruz. Paydaş ziyaretlerimiz ile soru ve sorunlarımızı ilgili taraflara iletiyor, eğitimlerimizle bilgileri tazelemenize destek olmaya çalışıyoruz.

Yatırımcı İlişkilerinin ABC’si, Faaliyet Raporlarında Son Trendler ve En İyi Yatırımcı İlişkileri Uygulamalarına ilişkin pek çok seminerimiz önümüzdeki günlerde dikkatinize paylaşılacak.

Etkinliklerimizi internet sitemizden (www.tuyid.org.tr), duyurularımızdan (info@tuyid.org), twitter hesabımızdan (@tuyid) ve LinkedIn (TUYID) grubumuzdan takip edebilirsiniz.

Funda Güngör Akpınar
Yönetim Kurulu Üyesi