



BEYAZ KİTAP

Yatırımcı Sunumları

2014-II

İçindekiler

Önsöz.....	4
1. Yatırımcı Sunumları Niçin Önemlidir?.....	5
2. Genel Hatları ile Yatırımcı Sunumu Hangi Soruları Yanıtlar?.....	5
3. Profesyonel Bir Yatırımcı Sunumu Nasıl Hazırlanır ve Yapılır?.....	5
4. Olmazsa Olmazlar.....	8
5. Yapılmaması Gerekenler.....	9

Raporun hazırlanmasını sağlayan Yatırımcı İlişkileri Danışmanı [Banu Uzgur](#)'a teşekkürlerimizi sunarız.

Bu beyaz kitapta yer alan bilgi, yorum ve tavsiyeler yatırım danışmanlığı kapsamında değildir ve sermaye piyasasındaki kararlarınızı destekleyecek yeterli bilgiyi içermeyebilir. Burada yer alan veriler ve bilgilerin tam ve doğru olduğu garanti edilemez; içerik, haber verilmeksizin değiştirilebilir. Tüm veriler, güvenilir olduğuna inanılan kaynaklardan alınmıştır. Bu kaynakların kullanılması nedeni ile ortaya çıkabilecek hatalardan Banu Uzgur ve TÜYİD sorumlu değildir.

Önsöz

İletişim en temel tanımı ile, bilgiyi bir yerden, bir diğer yere iletmektir.

Yapılan araştırmalara göre; bilgiyi görsel kullanarak iletmek, sadece yazı kullanmaktan üç kat daha etkili; bilgiyi, görsel ve yazıyı birlikte kullanarak iletmek ise, sadece yazı kullanmaktan altı kat daha etkilidir. Bunun yanı sıra insanlar öğrendiklerinin %75'ini görerek, %13'ünü ise duyarak öğrenmektedirler. Dolayısıyla, bir bilginin bir topluluk ile iletişim yollarından en etkililerinden biri sunumlardır.

Halka açık bir şirket olarak, Yatırımcı ilişkileri tarafından hazırlanan ve yatırımcılara yapılan yatırımcı sunumları, bir şirketi pazarlamanın ilk adımıdır.

Sunulan konuya hâkimiyet, sunum becerileri, operasyonlar özelindeki zorluklar ile ilgili sorulara verilen cevaplar, kısaca yatırımcılar ile karşılıklı paylaşım, yatırımcının bir şirkete yatırım yapma kararını şekillendiren en önemli unsurlardan biridir.

Bu beyaz kitabın konusu, yatırımcılar için önemli bir stratejik bilgi kaynağı ve yatırım katalizörü olan yatırımcı sunumlarının amacını, yatırımcı sunumlarını hazırlarken dikkat edilmesi gereken püf noktaları ve sunum yapılırken dikkat edilmesi gereken detayları aktarmaktır.

1. Yatırımcı Sunumları Niçin Önemlidir?

Yatırımcı sunumları, şirketlerin operasyonel faaliyetleri ve finansal sonuçları, uzun vadeli stratejileri, yatırımları ve geleceğe yönelik beklentilerini paylaşmak için kullanabilecekleri önemli bir araç ve iyi kullanıldığı halde yatırım kararı verme aşamasında değerli bir kolaylaştırıcıdır. Dolayısıyla, yatırım camiasının ihtiyaç ve beklentilerine cevap veren sunumlar uzun vadede yatırımcılar için değer yaratır.

Yatırımcı sunumu;

yatırımcının bir şirkete neden yatırım yapması gerektiğini içerecek,

ana bir yatırım fikri etrafında kurgulanan kısa ve öz mesajları

profesyonel bir yaklaşım ile

yatırımcıyı ikna edecek şekilde sunmak üzere hazırlanan bir iletişim aracıdır.

2. Genel Hatları ile Yatırımcı Sunumu Hangi Soruları Yanıtlar?

Şirket tarafından belirlenecek sözcünün (üst yönetim, CEO, CFO, GMY, Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi) yapacağı ve en iyi uygulamalara göre şirketin internet sitesinde de yer verdiği yatırımcı sunumu, yatırımcının “Niçin bu şirkete yatırım yapmalıyım?” sorusunu yanıtlayacak unsurları içerir. Yapılan araştırmalar, yatırımcıların kararlarını verirken göz önünde bulundurdıkları kritik faktörleri önem sırasına göre şu şekilde sıralamaktadırlar:

- Üst yönetimin geçmişteki performansı (execution track record)
- Stratejik vizyon
- Yönetim kalitesi (mevcut yönetim)
- Sürdürülebilir rekabet avantajları
- Sermayenin etkili kullanımı

Genel hatları ile bir yatırımcı sunumu şu soruların cevabını içermelidir:

- Şirket ve takım olarak kimiz?
- Hangi alanda çalışıyoruz, hangi ürünü/hizmeti üretiyoruz?
- Ürünümüzü/hizmetimizi kimler, niçin alıyorlar?
- Ürün/hizmet penetrasyonumuzu artırmak için ne yapmayı hedefliyoruz?
- Ürünümüzü/hizmetimizi nasıl fiyatlandırıyoruz ve kârlılık elde etmek için ne yapıyoruz?
- Ne kadar sermayemiz var, uzun vadede hedeflerimiz neler, hedeflerimiz için ihtiyaç duyduğumuz finansman ihtiyacı nedir?

3. Profesyonel Bir Yatırımcı Sunumu Nasıl Hazırlanır ve Yapılır?

Profesyonel bir yatırımcı sunumu hazırlarken, ihtiyaca göre şekillendirmek üzere, şu unsurlar önem taşır:

Sunumun ne kapsamda yapıldığını unutmayın! Yatırımcı sunumları şirket ana merkezlerinde ya da konferanslarda gerçekleştirilen birebir toplantılar, finansal sonuç açıklamaları sonrasında yapılan telekonferanslar veya analist günlerinde kullanılmak üzere hazırlanabileceği gibi, şirketi genel hatlarıyla tanıtmak üzere de hazırlanabilir. Bu durumda, yatırımcı sunumunun yapılacağı ortamdaki ses ve ışık düzeni, kullanılan projektör vb. gibi ekipmanının yanı sıra çeşitli dış unsurlar, yapılan sunumun kalitesini etkilemekte olup toplantı öncesinde yapılacak kontroller ile uygun bir ortamın sağlanması temin edilmelidir (detaylı bilgi için lütfen “Yatırımcı Toplantıları” konulu [Beyaz Kitap 1’e](#) bakınız). Bunun yanı sıra

yatırımcı sunumu için kullanılacak toplam zaman da içeriği oluştururken belirleyici bir unsur olması dolayısıyla sunum hazırlanırken dikkate alınmalıdır. Örneğin, birçok katılımcının katıldığı bir organizasyonda, şirket başına 20 dakika gibi bir zaman düşerken, genellikle konferanslarda, soru-cevap ile birlikte 50 dakika kadar olmakta, şirket merkezinde yapılan toplantılarda ise bu süre soru-cevap dışında, 45 dakikaya kadar uzayabilmektedir.

Dinleyici kitlesini dikkate alın! Etkileyici bir yatırımcı sunumu dinleyici odaklı olmalıdır. Yatırımcı sunumu sadece bilgilendirme amacıyla değil, yatırımcıyı şirkete yatırım yapmak için ikna etmek üzere yapılır. Özellikle, farklı bilgi düzeyine sahip grup toplantıları için yapılan ve internet sitelerine entegre edilen yatırımcı sunumları, şirketi tanımayan yatırımcıların da anlayacağı bir dilde ifade edilen, teknik kısaltmalardan arındırılmış, gündelik kavramlarla ifade edilmiş (örneğin, Steve Jobs'ın, iPod'un tanıtımını yaparken cihazın hafızasını 5GB yerine, 1.000 şarkı olarak ifade etmesinin hem anlaşılır olması, hem de algı açısından ilgi çekmesi gibi) bir dille, kısa ve öz ifadeler ile oluşturulan, kendini bir bakışta ifade edebilen içerikten oluşmalıdır.

İçeriği dikkatle oluşturun! Bir yatırımcı sunumunda, iletilecek ana mesajı bir bütün olarak düşünürsek, tüm içerik bu bütünün parçaları olmalıdır. İçerik hazırlanırken, şirket ile ilgili önemli olduğu düşünülen tüm bilgi değil, yatırımcı için anlamlı olan ve sunumun yapılma amacına uygun bilgi dahil edilmelidir. İnternet sitesine genel bir bilgilendirme amacıyla konulan yatırımcı sunumları daha uzun olabilir. Ancak, özellikle birebir toplantılarda yapılacak yatırımcı sunumlarında, dinleyici için görece vasat olan bilginin, önemli bilgilerin de değerini düşürürerek, etkiyi azaltmasına neden olmaktan kaçınılmalıdır. Yatırımcı sunumun içeriğinin yatırımcıyı ikna edecek mahiyet olması gerektiği için, sunuma eklenen her bilgi "nasıl bir değer katıyor?" sorusuna cevap verecek şekilde test edilmeli ve gereksiz bilgi kullanımından kaçınılmalıdır. Mesajları aktarmak üzere, idealde 20 sayfa üzerine çıkılmaması tavsiye edilmekle birlikte, belirli bir sayfa sayısı hedeflemek yerine, verilmek istenen mesajın, sunucuya verilen zaman çerçevesinde aktarılması kural olarak benimsenmelidir.

Yatırımcıların duymak istediği en kritik konulardan oluşan ana mesaj, şu unsurlar etrafında kurgulanır:

- Uzun vadeli büyüme stratejisi
- Bu hedeflere ulaşmaktaki amaç ve yapılan girişimler
- Sermaye kullanım planı
- Finansal amaçları da kapsayan uzun vadeli hedefler. Uzun vadeli beklentiler sözel olabileceği gibi, rakamsal olarak da verilebilir.

Bu kapsamda yatırımcı sunumunda yer alacak temel bilgiler ise şu şekilde özetlenebilir:

- Kapak (Üzerinde yatırımcı sunumunun konusu ve tarihi belirtilir; örneğin, 3Ç 2014 Finansal Sonuç Açıklaması Yatırımcı Sunumu – Kasım 2014 gibi)
- Çekince (Şirketin, genel olarak, verdiği beklentilerin değişiklik gösterebileceğini belirten bir yasal uyarı)
- İçindekiler
- Şirketin faaliyet alanını özetleyen bir sayfa (Finansal sonuçlar ile desteklenebilir)
- Makroekonomik görünüm. Yatırımcı sunumunun hedef kitlesine göre, bu sayfanın sunumun sonundaki destek sayfaları içerisinde kullanılması değerlendirilebilir. Birden fazla ülkede operasyonların bulunması durumunda, ilgili operasyonun gelir içerisindeki dağılımına göre, birer sayfa ya da yurt dışı operasyonları tek bir sayfada özet bilgi olarak düşünülebilir. Aynı yaklaşım, şirketlerin birden fazla sektörde faaliyet göstermesi durumunda da kullanılabilir.

- Faaliyet gösterilen sektördeki yeni düzenlemeler. Çalışılan pazardaki dinamiklere bağlı olarak yatırımcı sunumundaki yeri ve detayı farklılık gösterebilir.
- Pazardaki rekabet dinamikleri ve şirketin rekabet pozisyonu. Pazarda gelir, pazar payı ya da hacim bakımından şirketin benzerleri ile karşılaştırmalı pozisyonu.
- Şirketin değer teklifleri, şirketi rekabetten ayırıcı unsurlar ve bu unsurların sürdürülebilirliği
- Pazardaki büyüme potansiyeli ve şirketin bu pastadan almayı hedeflediği pay
- Şirketin bu payı almak üzere geliştirdiği ürün ve hizmetler, inovasyon
- Şirketin satış ve pazarlama stratejisi
- Operasyonel veriler (Ana Performans Göstergeleri) – örneğin yolcu, abone sayısı, satış tonu, adedi vb.
- Finansal veriler (Özet Gelir Tablosu, Özet Bilanço, Gelir Dağılımı, Maliyet Dağılımı, Yatırım Harcamaları, Borç ve Nakit Kırılımı, Finansal Rasyolar, Nakdin kullanılışı)
- Kapanış (Yatırımcı ilişkileri iletişim detayları dahil edilmelidir.)

Yatırımcı sunumlarında, yatırımcı odağı, genelde şirketin gelecekteki potansiyeli ve beklentileridir. Ancak, geçmiş trendlere de yer verilmeli, özellikle trendlerde radikal değişiklikler olmuşsa, nedenlerine değinilmeli ve şirketin ilgili dönemde, daha önceden yatırımcılar ile paylaştığı hedefleri ve gerçekleşen sonuçları arasında büyük bir sapma olmuşsa da, nedenleri grafik ve tablolar kullanılarak, net bir şekilde yatırımcı sunumuna dahil edilmelidir.

Yatırımcı sunumu hazırlarken en kritik noktalardan biri de, verilen stratejik hedeflerin, operasyonel ekspertiz ve sermaye kullanımı gibi unsurlar ile bağdaştırılmasıdır. Örneğin, yurt dışına açılmak birçok şirket için stratejik bir hedef olmak ile birlikte, yatırımcı sunumunda, şirketin bu hedefe ulaşmak için ne gibi aksiyonlar aldığı, organik büyüme mi yoksa satın alma mı yapacağı ya da finansmanı nasıl sağlayacağı gibi ana mesajı destekleyici bilgilerin eksikliği durumunda, bu strateji sorgulanacak ve üst yönetimin kredibilitesi de etkilenecektir. Aynı şekilde, doğruluğu bir kaynak ile desteklenemeyen verilerin, abartılı ve yanlış ifadelerin, objektif olmayan, sadece olumlu noktalara değinip risklerden söz etmeyen ve şirketin ayırt edici özellikleri yerine, benzerlerini kötüleyerek üstünlüğüne vurgu yaptığı bir yatırımcı sunumu yaklaşımı da, şirketin kredibilitesini sarsan unsurlar olacaktır.

Türkiye’de Borsa İstanbul’da işlem gören şirketlerin, Sermaye Piyasası Kurulu tarafından belirlenen mevzuat çerçevesinde ve çalıştıkları pazardaki rekabetçi konumlarını engellemeyecek ölçüde şeffaf olmaları ve yatırımcıları eşit, adil bir şekilde bilgilendirmeleri gerekmektedir. Bu kapsamda, yatırımcı sunumunda yer alan bilgiler, kamu ile paylaşılan bilgiler kapsamında olmalı, yatırımcılar seçici olarak bilgilendirilmemeli ve yatırımcı toplantılarında kullanılan yatırımcı sunumları, internet sitelerine de entegre edilmelidir.

Sunumu kimin, nasıl yaptığı önemlidir! Bir yatırımcı sunumunun içeriği kadar, bu sunumu bir topluluğa sunan kişinin iletişim becerileri de önem taşır. Genelde, iki temsilcinin katıldığı bir yatırımcı toplantısında, varsa CEO yoksa şirket adına en yetkili kişinin sunumu gerçekleştirmesi tercih nedenidir. Ancak herhangi bir nedenle, bunun uygulanmadığı durumlarda, en yetkili kişinin toplantıyı başlatarak, sözü yatırımcı sunumunu yapacak kişiye vermesi makuldür.

Yatırımcı sunumu yapılırken:

- Sunucu, yatırımcı sunumları öncesinde yatırımcılardan gelebilecek potansiyel soruların cevaplarına çalışarak, toplantıya konuya tam bir hâkimiyet ile girmelidir.
- Sunucu, rahatlık seviyesine göre, sunumun yanı sıra konuşma notları hazırlamalı ve duruma göre yatırımcılara yatırımcı sunumunun ve destek bilgilerin çıktısını dağıtmalıdır. Sunucu bu bilgilere de hakim olmalıdır.
- Sunucu, birebir sunumda yazılanları ezbere aktarmak veya okumak yerine, rahatça konuşmalıdır.
- Yatırımcı sunumu, herkesin duyabileceği bir ses tonuyla ve netlikte yapılmalıdır.
- Sunucu çok hızlı konuşmamalıdır.
- Dinleyiciler ile göz kontağı kurulmalıdır.
- Yatırımcı sunumunda, heyecanın yoğun olduğu ilk birkaç dakikada söylenecekler ile rahatlama etkisiyle genellikle unutulmuş son mesajlar ezberlenebilir.
- Yatırımcı sunumu, ana mesajı tekrar özetleyerek sonlandırılmalıdır.
- Toplantı anında sorulan soruların ve konuşulan başlıkların notunun tutulması, o anda cevaplanamayan soruların cevaplarının daha sonra yatırımcıya iletilmesi önemlidir.

4. Olmazsa Olmazlar

- Yatırımcı sunumu, tüm mesajların, ana mesajın parçası olduğu bir bütün olmalıdır.
- Yatırımcı sunumunda mesajlar kısa ve öz olmalıdır. (Garr Reynolds'un Presentation Zen "1/7/7 kuralı" her bir sayfada bir ana fikir olmasını, bir sayfada en fazla yedi satır yazı bulunmasını ve satır başına en fazla 7 kelime kullanılmasını tavsiye eder.)
- Yatırımcı sunumu görsellerle desteklenmelidir ancak yazı ve görseller dengeli kullanılmalıdır.
- Yatırımcı sunumları, açık bir zemin üzerinde, koyu harfler kullanılarak hazırlanmalıdır.
- Karanlık bir ortamda yapılacak yatırımcı sunumlarında, koyu bir baz üzerine, parlak renkler kullanılmalıdır.
- Yatırımcı sunumunda kullanılan fontlar büyük olmalıdır. (Büyük toplantı odalarının kullanıldığı durumlarda yazılar, en arka sırada oturanların okuyabileceği netlikte olmalı.)
- Uzatma işareti ve çıkıntı barındırmayan Arial, Calibri, Verdana, Century Gothic gibi fontlar kullanılmalıdır.
- Satır başları ve madde imleri aynı hizada olmalıdır.
- Çıktıda belli belirsiz görünecek hafif renkler yerine, kontrast renkler kullanılmalıdır.
- Yatırımcı sunumu genelinde bir tarz belirlenmeli ve bu tarz, renk paletinden seçilen uyumlu renkler ile tüm sayfalarda kullanılmalıdır.
- Sayfalarda okumayı kolaylaştıracak şekilde boş alanlar olmalıdır.
- Ek sorular için, yatırımcı sunumunun yapıldığı bilgisayarda destek sayfalar hazır bulundurulmalıdır.
- Yatırımcı sunumunda kullanılan tüm kaynaklar, dipnotlarda belirtilmelidir.
- Yapılacak yatırımcı sunumunun formatı ve sunucuya verilen zamana göre içerik modifiye edilmelidir.

- Topluluk sunumlarında, yatırımcı sunumu içeriği, şirketi tanımayanların da anlayacağı netlikte ifade edilmelidir.
- Yatırımcı sunumunun yapılacağı yer ve kullanılacak ekipmanların (ışık, ses düzenleri, gerektiğinde internet bağlantısı, projektör, kullanılan bilgisayar vb.) çalışıyor durumda olduğu, toplantı öncesinde kontrol edilmelidir.
- Yatırımcı sunumu “yazım denetimi” (spell check) ile kontrol edilerek, yazım ve imla hatası bulunmadığından emin olunmalıdır.
- Grafik kullanımlarında, eldeki veri seti ve vurgulanacak mesajı en iyi aktaracak grafik seçilmelidir. Örneğin, çizgi grafikler (line chart) yıllar bazında değişen eğilimleri, sütun grafikler (bar chart), belli bir an için farklı göstergeler arası ilişkiyi ve pasta grafikler (pie chart), 100’e tamamlanabilecek oransal dağılımları aktarmada etkilidir.
- Tablolar, verilerin büyüklüğü birbirinden çok farklıysa ve küçük rakamların görünümü grafikte anlam ifade etmiyorsa kullanılmalıdır. (Örneğin; 10, 300, 50.000, 8.700.000 gibi.) ve tablolardaki renkler de vurgulamak istenen verilere dikkat çekmek için kullanılmalıdır.
- Kullanılan grafikler, verileri sadece aktarmamalı, kendilerini anlatabilmelidir. Grafikte, hangi verinin neyi ifade ettiği açıkça yazılmalıdır.

5. Yapılmaması Gerekenler

Yatırımcı sunumunda:

- Farklı sunumlardan alınan sayfaların kopyalanıp yapıştırıldığı bir yatırımcı sunumu mesaj ve format anlamında bütünlüğe kavuşturulmadan kullanılmamalıdır.
- Mesajlarda uzun cümleler ve paragraflar kullanılmamalıdır.
- Dikkati dağıtacak ölçüde animasyon ve imaj kullanılmamalıdır.
- Gereksiz mahiyette hiçbir bilgiye yer verilmemelidir.
- Mesajlarda abartı olmamalıdır.
- Kaynak ile desteklenemeyen bilgiler kullanılmamalıdır.