



BEYAZ KİTAP

Yatırımcı İlişkileri İletişim Araçları

2015-II

İçindekiler

Önsöz.....	4
I. Finansal Sonuç Açıklamaları.....	5
II. Faaliyet Raporları.....	5
III. İnternet Sitesi.....	5
IV. Yatırımcı Toplantıları.....	5
V. Yatırımcı Sunumları.....	6
VI. Sosyal Medya (Linkedin, Twitter, Facebook).....	6
VII. Finansal Medya (Yazılı, TV, Dijital).....	6
VIII. Mobil Uygulamalar.....	6
IX. Bilgilendirme Dokümanları (Fact Sheet) ve Soru-Cevap Dokümanları.....	6
X. E-mail Dağıtım Grupları.....	7
XI. Özel Durum Açıklamaları.....	7
XII. Genel Kurullar.....	7
XIII. Politikalar, Kurallar ve Uyum Raporu.....	7
XIV. Kamuyu Aydınlatma Platformu.....	7
XV. Üst Yönetim – Yönetim Kurulu Raporlamaları.....	8
• Yatırımcı İlişkileri Yıllık Faaliyet Raporu.....	8
• Yatırımcı geri bildirim raporları.....	8
• Aylık performans özetleri.....	8
• Karşılaştırmalı değerlendirme çalışmaları.....	8
• Bağımsız kurumlara yaptırılacak algı çalışmaları.....	8

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

Yatırımcı İlişkileri; bir şirketin halihazırdaki ve ileriye dönük potansiyeli ile ilgili olarak operasyonel ve finansal performansını, Sermaye Piyasaları düzenleyici kuruluşlarının öngördüğü düzenlemeler çevresinde, kamuyu aydınlatmaya dair hassasiyetleri gözeterek iletişimi sağlamak suretiyle, şirket hisse senetlerinin adil değerlerinde işlem görmesine katkıda bulunan stratejik bir birimdir.

Bu kapsamda, Yatırımcı İlişkileri Bölümü; şirket Yönetim Kurulu ve Üst Yönetimi ile Sermaye Piyasası Kurulu, Borsa İstanbul, Merkezi Kayıt Kuruluşu gibi kurum ve kuruluşlar ile yatırımcılar, analistler ve derecelendirme kuruluşları gibi sermaye piyasası oyuncularını arasında çift yönlü iletişimi sağlamakla da yükümlüdür.

Bunun yanı sıra, Yatırımcı İlişkileri Bölümü, şirket yöneticilerinin verdiği mesajlarda tutarlılığı ve uyumu gözetmek adına, Kurumsal İletişim departmanı ile yakın çalışarak, yatırım camiasına ve medyaya özellikle strateji ve finans alanında verilen mesajların tutarlı olmasını temin eder.

Yatırımcı İlişkileri, bu stratejik rolü yerine getirmek için etkin bir program geliştirir, doğru iletişim ile algıyı oluştururken, en iyi Yatırımcı İlişkileri uygulamaları ile de itibarı yönetir.

Yatırımcı İlişkileri bu rolleri yerine getirirken çeşitli araçlardan faydalanır.

Bu Beyaz Kitap, ülkemizde global standartlarda Yatırımcı İlişkileri uygulamalarını yaygınlaştırmak için çalışmalar sürdüren Yeni Yatırımcı İlişkileri Derneği (TÜYİD) adına, başarılı Yatırımcı İlişkileri uygulamaları için temel teşkil eden iletişim araçlarını konu almak üzere derlenmiştir.

Banu Uzgur

Yatırımcı İlişkileri Danışmanı

YATIRIMCI İLİŞKİLERİ İLETİŞİM ARAÇLARI

Yatırımcı ilişkileri'nin önemi, şirketin yatırım camiası ve ilgili düzenleyici kurum ve kuruluşlar ile bağlantı noktası olmasıyla sınırlı değildir. Aslen, Yatırımcı ilişkileri, şirket stratejisinin oluşturulmasında ve belirlenen hedeflerin takibinde stratejik bir rol oynamaktadır. Yatırımcı ilişkileri'nin kullandığı iletişim araçları aşağıdaki gibi özetlenebilir:

I. Finansal Sonuç Açıklamaları:

Şirketler, Sermaye Piyasası Kanunu uyarınca, kamunun zamanında, yeterli ve doğru bir şekilde aydınlatılması için, üç aylık dönemler itibarıyla, altı aylık ve yıllık dönemlerin Bağımsız Denetimden geçmiş olması kaydıyla, bilanço, gelir tablosu, nakit akım tabloları ve onlara ilişkin dipnotlarını içeren finansal sonuçlarını "Kamuyu Aydınlatma Platformu"nda ("KAP") açıklar. Sonraki bölümlerde de görüleceği üzere; finansal sonuç açıklamaları için yatırımcı sunumları, webcastler ve analizleri kolaylaştırıcı excel dosyaları gibi dokümanlar hazırlanarak gerek internet sitesi, gerek ise diğer online ve dijital mecralarda yayına sunulur.

II. Faaliyet Raporları:

Şirketler mevzuat uyarınca üç aylık dönemlerde "Ara Dönem Faaliyet Raporu" ve sene sonunda "Yıllık Faaliyet Raporu" olarak tabir edilen, ilgili mevzuata uygun içerikte faaliyet raporlarını kamu ile paylaşırlar. Bu faaliyet raporları, KAP'ta yayınlandığı gibi, şirketin internet sitesinde pdf olarak ve interaktif formatta da yer alırlar. Mobil cihazların yaygın olduğu günümüzde, raporların bunlarla uyumlu olması da büyük önem arz etmektedir. Faaliyet raporlarının, kanuni yükümlülüklerin ve finansal tabloların ötesine geçerek; şirketin stratejik mesajlarının açık ve anlaşılır bir şekilde paylaşıldığı bir iletişim aracı olarak kullanılması giderek yaygınlaşmaktadır.

III. İnternet Sitesi:

İnternet siteleri, şirketlerin hissedarları, potansiyel ve mevcut yatırımcıları ve diğer paydaşları kurumsal gelişmeler hakkında, uygun maliyetle, en kolay şekilde bilgilendirebilecekleri bir platformdur. Kullanıcı kolaylığı sağlayan, gerekli bilgilerle sürekli güncellendikleri halde, güvenilir bir bilgi kaynağı olan internet siteleri, şirketlerin marka bilinirliği ve saygınlığı açısından da kritik bir rol oynarlar. Şirket internet siteleri ve Bilgi Toplumu Hizmetleri Platformu, Sermaye Piyasaları Kanunu ("SPKn") ve Merkezi Kayıt Kuruluşu ("MKK") uygulamalarına tabi olup, ülkemizde şirketlerin internet sitesi oluşturmaları hukuki bir zorunluluktur. [İnternet Sitesi](#) ile ilgili detaylı bilgiyi, daha önceden aynı isim ile paylaşılan kılavuzumuzda bulabilirsiniz.

IV. Yatırımcı Toplantıları:

Yatırımcılar ve analistler ile iletişimin hisse değerini doğrudan etkilediğinin bilincinde olan Yatırımcı ilişkileri'nin en önemli iletişim araçlarından biri de toplantılardır. Bu toplantılarda, Yatırımcı ilişkileri ya bizzat kendileri ve/veya CEO ve CFO'ların da katılımlarıyla yatırım camiası ile bir araya gelir. Yatırımcı ilişkileri'nin etkin bir iletişim aracı olarak organize ettiği toplantılar; yatırımcı konferansları, birebir toplantılar, roadshowlar, analist ve yatırımcı günleri, saha ziyaretleri, medya turları, telekonferanslar ve webcastler gibi farklı formatlarda düzenlenebilirler. [Yatırımcı Toplantıları](#) ile ilgili detaylı bilgiyi, daha önceden aynı isim ile paylaşılan kılavuzumuzda bulabilirsiniz.

V. Yatırımcı Sunumları:

Yatırımcı sunumları, şirketlerin operasyonel faaliyetleri ve finansal sonuçları, uzun vadeli stratejileri, yatırımları ve geleceğe yönelik beklentilerini paylaşmak için kullanabilecekleri önemli bir iletişim aracı ve iyi kullanıldığı halde yatırım kararı verme aşamasında değerli bir kolaylaştırıcıdır. Dolayısıyla, yatırım camiasının ihtiyaç ve beklentilerine cevap veren sunumlar uzun vadede değer yaratır. [Yatırımcı Sunumları](#) ile ilgili detaylı bilgiyi, daha önceden aynı isim ile paylaşılan kılavuzumuzda bulabilirsiniz.

VI. Sosyal Medya (Linkedin, Twitter, Facebook, vb.):

Ülkemizde, Yatırımcı ilişkileri alanında henüz çok yaygınlaşmış olmasa da, özellikle ABD’de, LinkedIn, Twitter ve Facebook gibi mecraların, ABD’deki piyasa düzenleyicisinin (SEC) sosyal medyada yapılan duyuruları resmi açıklama statüsünde konumlandırmasının ardından, Yatırımcı ilişkileri iletişiminde artarak kullanıldığı gözlenmektedir. Ülkemizde, SPK tarafından bu konu özelinde henüz bir düzenleme getirilmemiştir. Türkiye’de mevzuat açısından hassas nokta, dijital ortamlarda paylaşılan bilgilerin KAP üzerinden kamu ile daha önceden paylaşılan bilgilerden derlenmiş olmasıdır. Dijital iletişim mecraları, internet siteleri ve medya vasıtasıyla paylaşılan ve yatırımcı kararını etkileyebilecek nitelikte olan içsel bilgiler, KAP’ta yayınlanmadığı sürece, kamuya açıklanmış ve kanuni yükümlülük yerine getirilmiş sayılmamaktadır.

VII. Finansal Medya (Yazılı, Görsel, Dijital):

Şirketlerin; görsel, yazılı ve dijital mecralarda haberleştiği rapor, etkinlik, basın açıklamaları ve bilgilendirmeler genellikle Kurumsal İletişim birimleri ve şirketin çalıştığı ajanslar tarafından gerçekleştirilmek ile birlikte, özellikle finansal medya ile yapılan iletişimin bizzat Yatırımcı ilişkileri tarafından ve/veya gözetiminde gerçekleştirilmesi, yatırım camiasına da dokunan içeriklerin doğru iletişimi ve mevzuata uyum açısından önem arz etmektedir. Bu mecralar sık kullanımları sebebiyle önemli bilgi paylaşım araçları olarak öne çıkmaktadır.

VIII. Mobil Uygulamalar:

İnternet ve akıllı cihazlarının kullanımının yaygınlaşması ile birlikte iletişimde dijital ortamın kullanımı ve mobil uygulamalar da ön plana çıkmıştır. Yatırımcı ilişkileri açısından, şirketlerin internet sitelerinin, kullanılan cihazın boyut ve özelliklerine uyarlanabilen “responsive” formatta, elektronik ortamda sunulması, yatırım camiasının şirket finansal ve faaliyet raporları gibi iletişim araçlarının yanı sıra, hisse bilgisine erişimini de kolaylaştırır.

IX. Bilgilendirme Dokümanları (Fact Sheet) ve Soru-Cevap Dokümanları:

Şirketin gerek finansal, gerekse operasyonel işleyiş ve sonuçları ile ilgili çok geniş bir yelpazeyi içeren kritik bilgilere sahip olması beklenen Yatırımcı ilişkileri’nin hem analistler, yatırımcılar ve finansal medya ile yaptıkları toplantılarda bizzat kaynak olarak kullanabilecekleri, hem de CEO ve CFO düzeyinde katılımın olduğu toplantılarda, üst yönetime de kaynak oluşturması bakımından önemli bir “içsel iletişim aracı” olan bilgilendirme dokümanları ve soru cevap dokümanları, üst yönetimin kamu ile doğru ve tutarlı bilgiler paylaşması adına önemli birer kaynak oluşturur. Şirket mesajlarının, soru-cevap dokümanlarına dahil edilmesi, şirketin iletişiminde tutarlılığı sağlayan önemli bir unsurdur.

X. E-mail dağıtım grupları:

Yatırımcı ilişkileri yöneticilerinin, bir araya geldikleri veya iletişime geçtikleri yatırımcılardan aldıkları iletişim bilgilerini kaydettikleri bir veri tabanı oluşturmaları, iletişimde süreklilik açısından önem arz etmektedir. Böylece, kamu ile paylaşılan finansal tablo ve özel durum açıklamaları, telekonferans-webcast davetleri, analist-yatırımcı günleri davetiyeleri gibi bilgilendirmeler, oluşturulan dağıtım grupları ile etkin bir şekilde paylaşılabilir.

XI. Özel Durum Açıklamaları:

Sermaye Piyasası Kanunu'nda detaylı olarak işlenen, yatırım camiasının kararlarını etkileyecek ve dolayısıyla şirketlerin hisse fiyatına etki edebilecek nitelikte olan içsel bilgiler (burada; rekabet açısından, sonuçlanmadan kamuya duyurulmaması gereken hassaslıktaki bilgiler istisnai tutulup, bu durumlarda şirket yönetim kurulları erteleme kararı alırlar) ve Özel Durum Rehberi'ndeki durumları konu alan gelişmeler özel durum açıklaması olarak KAP'ta açıklanır ve akabinde şirket internet sitesine eklenir. Özel durum açıklamaları yasal zorunluluk olmakla birlikte önemli bir iletişim aracıdır.

XII. Genel Kurullar:

Şirketlerin, yatırımcılar ile iletişim kurdukları bir diğer mecra Genel Kurul toplantılarıdır. Mali İşler, Hukuk ve/veya Yatırımcı İlişkileri departmanı tarafından organize edilen Genel Kurullarda, Yatırımcı İlişkileri'nin en önemli rolü, Genel Kurul toplantısını yürürlükteki mevzuata, esas sözleşmeye ve diğer şirket içi düzenlemelere uygun olarak gerçekleştirmek ve toplantı öncesinde ve sonrasında pay sahiplerinin ihtiyaçlarına yönelik dokümantasyon ve bilgilendirmeyi kamu ile paylaşmaktır. Pay sahipleri, Genel Kurul toplantılarına fiziken katılarak oy kullanabildikleri gibi, vekaleten veya elektronik ortamda da oy kullanarak şirket yönetiminde söz sahibi olabilirler. Yatırımcı İlişkileri'nin Genel Kurul ile ilgili yükümlülüklerine ve anonim şirketlerin Genel Kurullarına elektronik ortamda katılmaya, öneride bulunmaya, görüş açıklamaya ve oy kullanmaya imkan tanıyan Elektronik Genel Kurul Sisteminin usül ve esaslarına mevzuatta ayrıca yer verilmiştir.

XIII. Politikalar, Kurallar ve Uyum Raporu:

Mevzuat gereğince, Kurumsal Yönetim uygulamaları kapsamında kamu ile paylaşılan politikalar ve kurallar bütünü (Bildirim Politikası, Kâr Payı Politikası, Yasak Dönem, Ücret Politikası, Uyum Raporu, vb.) şirketlerin hem Kurumsal Yönetim ile uygulamalarında izledikleri metodolojiler, hem de bu metodolojilerin iletişim yöntemleri hakkında kamuyu bilgilendiren önemli iletişim araçlarıdır.

XIV. Kamuyu Aydınlatma Platformu:

Kurumsal yönetimin şeffaflık, adillik, sorumluluk ve hesap verebilirlik prensipleri gereğince, şirketler, yatırımcı kararını etkileyecek önemdeki içsel bilgileri ve gelişmeleri kamu ile paylaşırlar. Mevzuat uyarınca, tüm önemli açıklamalar (finansal sonuç açıklamaları, özel durum açıklamaları, duyurular ve diğer bildirimler, vb.) elektronik imzalı olarak, [Kamuyu Aydınlatma Platformu](#) ("KAP")'na gönderilerek kamu ile paylaşılır. Mevzuat gereği, şirketlerin, KAP'ta yaptıkları duyurulara internet sitelerinde link vermesi yeterli olsa da, bu açıklamaların içeriğini kısaca özetleyecek bir başlık ve tarihi ile birlikte internet sitesinde ayrıca göstermek, özellikle yabancı yatırımcıların şirketin açıklamalarına kolayca erişmeleri açısından önem arz eder.

XV. Üst Yönetim – Yönetim Kurulu Raporlamaları:

- **Yatırımcı İlişkileri Yıllık Faaliyet Raporu:** Mevzuat gereğince, Yatırımcı İlişkileri'nin, yürütmekte olduğu faaliyetlerle ilgili olarak en az yılda bir kere rapor hazırlayarak Yönetim Kurulu'na sunması zorunludur. Bu raporda, faaliyet yılı içerisinde mevzuata uyum için yapılan çalışmalar (İçsel Bilgiye Erişimi Olanlar Listesinin güncellenmesi, SPK talepleri, kamuyu aydınlatmak için yapılan açıklamalar, görece hisse senedi performansı (sektörel ve Borsa İstanbul endeksleriyle karşılaştırmalı), yatırımcılardan gelen soru ve geribildirimler, yıl içinde gerçekleştirilen toplantılara ait bilgiler, dönem içinde analist raporu yazan kurumlar ve tavsiyeleri ve varsa mevzuata uyum için gelişim alanlarının belirtildiği bir değerlendirme bölümü de dahil edilmelidir. Bu raporlar yıl içerisinde yapılan tüm faaliyetlerin yönetime sunulduğu bir çalışma niteliğinde olduğu için önem taşımaktadır.
- **Yatırımcı geri bildirim raporları:** Söz konusu raporlar, ayda bir ve/veya roadshow, konferanslara katılım ve analist-yatırımcı günleri gibi yoğun iletişim yapılan dönemlerde, yatırımcılardan alınan ve şirketin ortaklık yapısı, rekabet alanındaki gelişmeler, mevzuat uygulamalarındaki değişiklikler, şirketin yurtiçi ve yurtdışı benzerleri ile performans karşılaştırması, şirket stratejisi, operasyonları, nakit kullanımı, temettü politikası, hisse geri alma programı, finansal görünümü, olası yatırım alanları gibi çok geniş bir yelpazeyi kapsayan geri bildirimleri şirkete iletmek için etkin bir araçtır. Şirket üst yönetimine iletilen bu mesajlar sayesinde, şirket stratejisini etkileyebilecek önemli kararların alınabilmesine yönelik yönlendirme yapmak mümkündür.
- **Aylık performans özetleri:** Şirketlerin mali işler birimleri (genellikle) aylık raporlar ile üst yönetimi bilgilendirirler de, kamu ile paylaşılan yıllık hedefler de göz önüne alınarak, çeyrek dönemler itibarıyla şirketin hedefleri doğrultusunda ilerleyip ilerlemediğinin takip edilmesi önemlidir. Böylece hedefler ve mevcut durum arasındaki fark tespit edilerek gerekli aksiyon alınabilir veya önceden açıklanan hedeflerde revizyon yapılabilir.
- **Karşılaştırmalı değerlendirme çalışmaları:** Şirketin yurt içi ve yurt dışı emsalleri ile operasyonel ve finansal verimliliğinin karşılaştırıldığı çalışmalar, üst yönetime, şirketin rakiplerine göre pozisyonu hakkında bir fikir vererek, gerekli durumlarda proaktif tedbirler almasında önemli bir rol oynar.
- **Bağımsız kurumlara yaptırılacak algı çalışmaları:** Yatırımcı İlişkileri çerçevesinde, bağımsız danışman şirketler tarafından gerçekleştirilen algı çalışmaları, hem Yatırımcı İlişkileri'nin ve şirket yönetiminin yatırım camiası ile yaptığı iletişimin yeterli olup olmadığı, hem de yatırım camiasının şirketten beklentileri konusunda yol gösteren bir kaynaktır. Algı çalışmaları, Yatırımcı İlişkileri çalışanlarının performans değerlemelerinde bir gösterge olarak kullanılabilmesi gibi, bu çalışmalar neticesinde çıkan gelişim alanlarında alınan aksiyonlar sayesinde, "En İyi Yatırımcı İlişkileri Uygulamaları¹" da gözetilmiş olur.

¹TÜYİD tarafından 2015 yılında dördüncüsü düzenlenecek 'TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Zirvesi'nde sahiplerini bulacak en iyi Finansal Sonuç Açıklaması, Faaliyet Raporu ve i İnternet sitesi ödülleri için değerlendirmede esas alınan skor kartlar ve değerlendirme metodolojisine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.