
Şirket İnternet Sitesi

Temmuz 2020

Yasal Uyarı ve Bilgilendirme

İşbu Şirket İnternet Sitesi rehberinde yer alan bilgilerin doğruluğuna ilişkin gerekli özen gösterilmiş olmakla birlikte, bu bilgilerin ve içeriğın doğruluğı ve eksiksiz oluşu hususunda taahhüt verilmemektedir.

Ayrıca burada yer verilen bilgiler, zaman içerisinde değışebileceğı gibi, şirket ve sektör bazında farklılaşabilmektedir.

Burada yer alan sorular danışmanlık kapsamında sunulmamaktadır ve hiçbir şekilde yönlendirici nitelikte değıldir.

Rehber'de yer verilen bilgiler üzerinde, TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Derneğı hak sahibi olup, bunlar kaynak olarak TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Derneğı'nin adı ve linki verilmek şartıyla üçüncü kişi ve kurumlarca serbestçe kullanılabilir.

İçindekiler

Önsöz.....	4
1. Kullanıcılar ve Şirketler Açısından İnternet Sitesinin Önemi.....	5
2. Kanuni Bir Yükümlülük Olarak İnternet Sitesi.....	5
3. İnternet Sitesinden Neler Beklenir?.....	7
a. Yatırımcı İlişkileri İnternet Sitesinde Yer Alan Bilgiler	7
b. Kullanıcı Dostu İnternet Siteleri İçin Yapılabilecekler ve İyi Uygulamalardan Bazı Örnekler.....	10

Önsöz

İnternet siteleri, analistlerin ve yatırımcıların şirket hakkında yapacağı analizde kullanacakları temel bilgilere, şirket hakkındaki gelişmelere ve şirket hakkında öğrenmek istedikleri diğer tüm bilgilere 7/24 erişim olanağı sunmaktadır. Dolayısıyla, internet siteleri, yatırımcıların karar mekanizmasında ve şirket ile ilgili algılarında önemli bir rol oynamaktadır.

Bu doğrultuda, öncelikle menfaat sahiplerinin ihtiyaçları ve şirketin hedefleri iyice anlaşılmalı, içerik, bütün iletişim noktalarında, şirketi temsil eden kişilerin verdiği mesajlar ile tutarlı olmalıdır. Şirket internet sitesinin altyapı, format ve navigasyonu erişim açısından kullanıcı dostu olup bilginin kolayca güncellemesine elverişli olmalıdır.

İnternetin sonsuz miktarda bilgiye erişimi mümkün kıldığı günümüzde, yüksek derecede bilgilendirici, anlaşılır, gerçeklere dayanan ve en güncel bilgiye erişimi sağlayan şirketler avantajlı konumda olmaktadır. Bu kapsamda, internet sitelerinin sadece mevzuatın gerekliliklerini karşılamaktan çok interaktif bir iletişim ortamı olarak kullanılması önem kazanmaktadır.

1. Kullanıcılar ve Şirketler Açısından İnternet Sitesinin Önemi

İnternet siteleri, şirketlerin tüm dünyaya 7/24 açık olan en önemli iletişim platformudur. Dolayısıyla, gerekli bilgilerle güncel tutulduğu durumda, internet siteleri güvenilir bir bilgi kaynağı olmalarının yanı sıra marka bilinirliği ve saygınlığı açısından da kritik bir rol oynar.

Yatırımcı ilişkileri açısından internet sitesinin önemi ise, şirketin, operasyonel faaliyetleri, finansal sonuçları, kurumsal yönetim ve sürdürülebilirlik uygulamaları gibi yatırımcı ve analistler açısından önem arz eden bilgilerini, şeffaf bir tutum ile paylaşma istekliliğinin bir göstergesi olmasıdır. Bunun yanı sıra kapsamlı bir şekilde donatılarak, yatırım camiasının şirket hakkında edindikleri bilgi seviyesinin derinliğinin artmasını sağlayan internet siteleri, yatırımcıların karar alma mekanizmasında önemli bir rol oynar. Dolayısıyla, Yatırımcı ilişkilerinde, internet sitelerini aktif olarak kullanan şirketler, hem zaman hem de maliyetten tasarruf ederek, yatırımcılar ile iletişimlerini etkin bir şekilde artırabilir.

2. Kanuni Bir Yükümlülük Olarak İnternet Sitesi

Halka açık şirketlerin internet sitesinde zorunlu olarak bulundurmaları gereken bilgiler ve bu internet sitesinin sahip olması gereken Türk Ticaret Kanunu ve Sermaye Şirketlerinin Açacakları İnternet Sitelerine Dair Yönetmelik ile düzenlenmektedir. Halka açık şirketlerin neredeyse tamamı bu teknik altyapı gerektiren sisteme ait hizmeti MKK'nın e-ŞİRKET platformu aracılığıyla yerine getirmektedir. Bu nedenle Bilgi Toplumu Hizmetleri başlı başına bir iletişim aracı haline gelmiştir. Bu nedenle bu bölümde internet sitesinin bunun dışında kalan kısmına yer verilmektedir.

İnternet sitesinin Yatırımcı ilişkileriyle ilgili bölümü Kurumsal Yönetim Tebliği'yle düzenlenmekte, ancak sermaye piyasası mevzuatının bazı bölümlerinde de bu bölüme ilişkin maddeler bulunmaktadır. Mevzuatta kimi zaman şirketin internet sitesi, şirketin tescil edilen internet sitesi, şirketin KAP şirket genel bilgi formunda yer verilen internet sitesi gibi tanımlar kullanılmaktadır. Bu nedenle şirketin internet sitesinin Yatırımcı ilişkileri bölümü öncelikle bu açıdan kontrol edilmelidir.

Kurumsal Yönetim Tebliği'nin hem zorunlu hem de zorunlu olmayan ve internet sitesiyle ilgili maddeleri vardır. Bu nedenle öncelikli odak noktasının zorunlu olan maddeler olması gerekir.

Zorunlu maddeler	Zorunlu olmayan maddeler
1.3.1. Ortaklığın kurumsal internet sitesinde ve KAP'ta, genel kurul toplantı ilanı ile birlikte, ilan ve toplantı günleri hariç olmak üzere genel kurul toplantı tarihinden en az üç hafta önce 13/1/2011 tarihli ve 6102 sayılı Türk Ticaret Kanununun 437 nci maddesi çerçevesinde pay sahiplerinin incelemesine hazır bulundurulacak belgeler ile ortaklığın ilgili mevzuat gereği yapması gereken bildirim ve açıklamaların yanı sıra, aşağıdaki hususlar dikkati çekecek şekilde yatırımcılara ayrıca duyurulur.	2.1.1. Ortaklığın kurumsal İnternet sitesinde; ilgili mevzuat uyarınca açıklanması zorunlu bilgilerin yanı sıra; ticaret sicili bilgileri, son durum itibarıyla ortaklık ve yönetim yapısı, imtiyazlı paylar hakkında detaylı bilgi, değişikliklerin yayınlandığı Türkiye Ticaret Sicili Gazeteleri'nin tarih ve sayısı ile birlikte ortaklık esas sözleşmesinin son hali, özel durum açıklamaları, finansal raporlar, faaliyet raporları, izahnameler ve diğer kamuyu aydınlatma belgeleri, genel kurul toplantılarının

<p>a) Açıklamanın yapılacağı tarih itibarıyla ortaklığın ortaklık yapısını yansıtan toplam pay sayısı ve oy hakkı, ortaklık sermayesinde imtiyazlı pay bulunuyorsa her bir imtiyazlı pay grubunu temsil eden pay sayısı ve oy hakkı ile imtiyazların niteliği hakkında bilgi.</p> <p>b) Ortaklığın ve bağlı ortaklıklarının geçmiş hesap döneminde gerçekleşen veya gelecek hesap dönemlerinde planladığı ortaklık faaliyetlerini önemli ölçüde etkileyecek yönetim ve faaliyetlerindeki değişiklikler ve bu değişikliklerin gerekçeleri hakkında bilgi.</p> <p>c) Genel kurul toplantı gündeminde yönetim kurulu üyelerinin azli, değiştirilmesi veya seçimi varsa; azil ve değiştirme gerekçeleri, yönetim kurulu üyeliği adaylığı ortaklığa iletilen kişilerin; özgeçmişleri, son on yıl içerisinde yürüttüğü görevler ve ayrılma nedenleri, ortaklık ve ortaklığın ilişkili tarafları ile ilişkisinin niteliği ve önemlilik düzeyi, bağımsızlık niteliğine sahip olup olmadığı ve bu kişilerin yönetim kurulu üyesi seçilmesi durumunda, ortaklık faaliyetlerini etkileyebilecek benzeri hususlar hakkında bilgi.</p> <p>d) Ortaklık pay sahiplerinin gündeme madde konulmasına ilişkin Yatırımcı İlişkileri Bölümü'ne yazılı olarak iletmış oldukları talepleri, yönetim kurulunun ortakların gündem önerilerini kabul etmediği hallerde, kabul görmeyen öneriler ile ret gerekçeleri.</p> <p>e) Gündemde esas sözleşme değişikliği olması durumunda ilgili yönetim kurulu kararı ile birlikte, esas sözleşme değişikliklerinin eski ve yeni şekilleri.</p>	<p>gündemleri, katılanlar cetvelleri ve toplantı tutanakları, vekaleten oy kullanma formu, pay alım teklifi veya vekalet toplanmasında hazırlanan zorunlu bilgi formları ve benzeri formlar, varsa şirketin kendi paylarının geri alınmasına ilişkin politikası, kâr dağıtım politikası, bilgilendirme politikası, şirket tarafından oluşturulan etik kurallar ve sıkça sorulan sorular başlığı altında, şirkete ulaşan bilgi talepleri ile soru ve şikayetler ve bunlara verilen cevaplar yer alır. Bu kapsamda, en az son 5 yıllık bilgilere kurumsal İnternet sitesinde yer verilir.</p>
<p>1.3.5. Genel kurul toplantısı sırasında sorulan tüm sorular ile bu sorulara verilen cevaplar, en geç genel kurul tarihinden sonraki 30 gün içerisinde Yatırımcı İlişkileri Bölümü tarafından ortaklık İnternet sitesinde kamuya duyurulur.</p>	<p>1.1.2. Pay sahipliği haklarının kullanımını etkileyebilecek nitelikteki bilgi ve açıklamalar güncel olarak ortaklığın kurumsal İnternet sitesinde yatırımcıların kullanımına sunulur.</p>
<p>4.3.7. Bağımsız yönetim kurulu üyesi atamasına ilişkin genel kurul kararı, karşı oylar ve gerekçeleri ile birlikte şirketin kurumsal İnternet sitesinde açıklanır.</p>	<p>1.6.1. Ortaklığın belirli ve tutarlı bir kar dağıtım politikası bulunur. Bu politika genel kurul toplantısında ortakların onayına sunulur ve ortaklığın kurumsal İnternet sitesinde kamuya açıklanır.</p>
<p>4.6.2. Ücret politikasına şirketin kurumsal İnternet sitesinde yer verilir.</p>	<p>2.1.4. İnternet sitesinde yer alan bilgiler, uluslararası yatırımcıların da yararlanması açısından Türkçe ile tamamen aynı içerikte olacak şekilde ayrıca ihtiyaca göre seçilen yabancı dillerde de hazırlanır.</p>
	<p>3.1.2. Şirket çalışanlarına yönelik tazminat</p>

	politikasını oluşturur ve bunu kurumsal İnternet sitesi aracılığıyla kamuya açıklar.
	3.1.3. Menfaat sahipleri, haklarının korunması ile ilgili şirket politikaları ve prosedürleri hakkında şirketin kurumsal İnternet sitesi de kullanılmak suretiyle yeterli bir şekilde bilgilendirilir.
	3.5.1. Şirketin faaliyetleri kurumsal İnternet sitesi vasıtasıyla kamuya açıklanan etik kuralları çerçevesinde yürütülür.

Tablo: Kurumsal Yönetim Tebliği, internet sitesiyle ilgili maddeler

Kurumsal Yönetim Tebliği'nde yer alan zorunlu ve zorunlu olmayan maddeler dışında, Finansal Raporlama ve Özel Durumlar tebliğlerinde de internet sitesiyle ilgili düzenlemeler bulunmaktadır:

Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği	Özel Durumlar Tebliği
Finansal raporlarını kamuya açıklanmak üzere KAP'a bildiren işletmeler, yıllık ve ara dönem finansal raporlarını, finansal rapor kullanıcıları tarafından kolaylıkla ulaşılabilecek şekilde, kamuya açıklandıktan sonra kendilerine ait internet sitelerinde ilan etmek zorundadır. Bu bilgilerin sözkonusu internet sitelerinde en az 5 yıl süreyle kamuya açık tutulması zorunludur.	Sermaye piyasası araçları borsada işlem gören ihraççılar, özel durum açıklamalarını en geç kamuya açıklama yapıldıktan sonraki iş günü içinde KAP'ta ihraççıya ilişkin genel bilgilerde belirtilen İnternet sitesinde ilan etmek ve söz konusu açıklamaları beş yıl süreyle bu internet sitesinde bulundurmamak zorundadır.
Şirketin birden fazla internet sitesinin bulunması durumunda, finansal raporlar tescil edilen internet sitesinde zorunlu, diğer internet sitelerinde ise ihtiyari olarak ilan edilir. Tescil edilen internet sitesinde, finansal raporların ilan edildiği diğer internet sitelerinin bağlantı adreslerine yer verilir.	Payları borsada işlem gören ihraççılar tarafından kamunun aydınlatılmasına yönelik bir bilgilendirme politikası oluşturulur ve 24 üncü maddenin dördüncü fıkrası çerçevesinde kamuya duyurulur. Bilgilendirme politikasında değişiklik olması durumunda gerekli güncelleme yapılır.
	M 24 / (4) - Özel durum açıklamalarının, TTK'nın 1524'üncü maddesi uyarınca yapılan düzenlemeler çerçevesinde ilan edildiği durumlarda, bu açıklamaları ihraççının İnternet sitesinde ilan etme ve saklama yükümlülüğü yerine getirilmiş sayılır.

Tablo: Finansal Raporlamaya İlişkin Esaslar Tebliği ve Özel Durumlar tebliğleri, internet sitesine ilişkin maddeler

3. İnternet Sitesinden Neler Beklenir?

a) Yatırımcı İlişkileri İnternet Sitesinin İçinde Yer Alan Bilgiler

Analistler ve yatırımcılar internet sitesinde tutarlı, anlaşılır ve güncel, finansal ve operasyonel bilgiyi bulmayı beklerler. Nitekim Peter Lynch'in "Bildiginize yatırım yapın." tavsiyesi aslında bunun da göstergesi. Yatırımcıların da bir şirkete yatırım yapıp yapmama kararı almak, şirketin bir yatırım öyküsü olup olmadığını görmek için bakacakları ilk kaynaklardan biri internet siteleridir. Sitenizin etkinliğini test etmenin bir yolu da onlar gibi düşünmek. Kendinizi bir analistin, potansiyel bir yatırımcının, finansal medya mensubunun ya da sosyal sorumlu yatırımlar yapan bir fonun yöneticisinin yerine koyun. Kendinizi etkilemek için sadece 5 dakikanız var. Siteniz o 5 dakikada onların doğru bilgiye ulaşabilmelerini sağlıyor

mu? Cevabınız “evet” ise o zaman doğru yoldasınız. Eğer “hayır” ise işte o zaman kolları sıvayıp çalışmanın zamanı gelmiş demektir.

Kurumsal Yönetim Tebliği ve İnternet Sitesi Yönetmeliği gibi düzenlemelerde belirtilen asgari gereklilikleri yerine getirmekle sınırlı kalmayıp yatırımcıların beklentisine ve ihtiyaçlarına eksiksiz ve zamanında cevap verebilen, her daim güncel tutulan, geçmişe dönük bilgileri barındıran, yalın, kolay bulunabilir ve tutarlı bilgiye en etkili şekilde ulaşılacak içerikte İnternet sitesine sahip olan şirketler, yatırımcıların gözünde bir adım önde olarak algılanmaktadır.

2016 Rivel Araştırma Grubu anketine¹ katılanların %75'i, İnternet sitesi yetersiz tasarlandığında bir şirkete duydukları ilginin azaldığını söylüyor. Araştırma anketine katılanların %64'ünün bir şirketin internet sitesinin kalitesinin o şirkete yatırım yapma konusundaki tutumlarını etkilediğini belirtiyor.

Bir diğer yandan alış tarafı ve satış tarafı analistlerinin katılımıyla 2017 yılında IPREO tarafından yapılan bir ankete² katılanların %47'si Yatırımcı İlişkileri internet sitesinin yalın, doğrudan bilgiye erişilebilir ve kullanımının kolay olması gerektiğini ortaya koymuştur. Ayrıca bu anket aracılığıyla 2.0 milyar dolar değer odaklı varlık yöneten bir portföy yöneticisi, “Sunumları ve dosyaları bulmayı kolaylaştırın. Herkesin sizin şirketiniz hakkında her şeyi bildiğini sanmayın.” şeklinde bir geribildirimde bulunmuştur.

Yatırımcılar ve diğer paydaşlar Yatırımcı İlişkileri internet sitesine, şirketin faaliyetleri, yatırım planlaması, kurumsal stratejisi hakkında bilgi edinmek, temel verilere ve finansal rakamlara erişmek, kurumsal yönetim uygulamaları ve sürdürülebilirlik çalışmaları hakkında bilgiye ulaşmak için kritik bir platform olarak bakıyorlar.

Yatırımcı İlişkileri sitemizi veya sayfalarımızı, görsel ve içerik olarak nasıl daha zengin hale getirebileceğimiz konusunda şirket bütçesi el verdiği ölçüde profesyonel çözüm ortaklarından destek alınabilir. Bunun yanında yurt dışı ve yurt içi iyi uygulamaları bulunan şirketlerin internet sitelerini ziyaret ederek de fikir sahibi olabiliriz. Örneğin 1997 yılından beri Web Pazarlama Birliği'nin (the Web Marketing Association) dünyanın önde gelen endüstri tabanlı İnternet Sitesi Ödülü programı olarak kabul edilen ve her yıl düzenlenen “Web Award Yarışması”nın bir parçası olarak “En İyi Yatırımcı İlişkileri İnternet Sitesi”ni seçmektedir. Son üç yılın bu ödüle layık görülen şirketleri ise Citigroup, BNY Mellon ve Gazprom Neft olmuştur. Bu gibi ödüllü siteleri incelememiz vizyonumuzu genişletmek açısından faydalı olabilir.

Yatırımcı İlişkileri alanının, şirketlerin internet sitelerinin giriş sayfalarında listelenen ana başlıklardan biri olarak yer alması, kullanıcıların ilgili içeriğe kolaylıkla erişmesini sağlar. Ancak, bazı şirketler, başka farklı bir adres ile bağımsız bir Yatırımcı İlişkileri internet sitesi de oluşturabilmektedir. Her iki durumda da, tüm paydaşların kullanımı için oluşturulan “Hakkımızda” gibi ortak erişim sağlanan alanların dışında, en iyi uygulamalara göre, internet sitesinde yatırımcılara sunulması gereken bilgileri dört temel kategoride aşağıdaki gibi sınıflandırabiliriz:

1) Şirket bilgisi: Şirketin, Hakkımızda, Şirket Hakkında gibi belirleyici bir ana başlık altında tüm kullanıcılara yönelik sağladığı Tarihçe, Vizyon, Misyon, Strateji, Faaliyet Alanları gibi temel bilgilerin yanı sıra şirketin dünü, bugünü ve geleceğine dair yatırımcılar tarafından merak edilen, tutarlı bilgiler ile donatılan bilgilerden oluşmalıdır. Bu bölüm içerikte yer

¹ 2016 Rivel Research Group survey – IR Society Q4 Whitepaper

² IPREO 2017 – Investor Feedback on Best Practices for Investor Relations Websites

alan her bir bilgi değiştiğinde mutlaka güncellenmelidir. Şirket bilgisi, her seviyede yatırımcıya hitap edecek Şekilde, aşağıdaki unsurlar ile derinleştirilmelidir:

- a. Temel bilgiler: Şirketin tam unvanı, faaliyet gösterdiği coğrafya, kısa profili, çalıŐan sayısı, ana faaliyet alanları, tarihçe gibi ilk bakıŐta Şirket hakkında fikir sahibi olmak için bilinmesi gereken temel bilgiler sunulmalıdır.
- b. Pazar koŐulları: Şirketin faaliyet gösterdiği coğrafi ya da faaliyet alanları anlamında segment bilgileri, pazara sunduğu ürün ve hizmetler, rekabet, pazar payları ve bu alandaki ileriye dönük trendlerin yanı sıra makroekonomi ve mevzuat alanındaki, Şirketin değer teklifini etkileyebilecek gelişmeler kapsamalıdır. Tercihen, istatistiki bilgi veren otoriteler, endüstri birlikleri, meslek odaları, rekabet ve kurullar gibi kurumların da yayımladığı bilgilere link veren kaynaklar ile desteklenebilir.
- c. Strateji: En iyi uygulamalarda "Why Invest – Niçin Yatırım Yapmalıyım?" sorusuna cevap verecek Şekilde, Şirketin değer tekliflerini ve uzun vadeli büyüme stratejisini en iyi ifade edecek veriler ile destekleyerek hazırlanmaktadır. Niinin yanı sıra nasıl, ne zaman sorularına da cevap verecek detayın anlatıldığı bu bölümlerde, stratejinin bir parçası olarak risk, getiri ve büyüme beklentilerinin yanı sıra sermaye maliyetleri ve nakit akıŐları gibi, yatırım kararını etkileyebilecek unsurlara da yer verilir. Strateji kimi zaman Şirket st yönetiminin ağzından interaktif olarak da anlatılabilmektedir.
- d. Değer yaratan uygulamalar: Yatırımcılar tarafından merak edilen bir diğer alan değer yaratan uygulamalardır. Bu uygulamalar, stratejiyi tamamlayan, uzun vadeli sürdürülebilir büyümeye katkıda bulunan; inovasyon, marka bilinirliği, tedarik zinciri, müŐteri sadakat ve memnuniyeti, yetenek yönetimi gibi Şirkete rekabet alanında üstünlük sağlayan unsurlar olarak özetlenebilir.

2) Finansal bilgi: Şirketlerin, mevzuat gereği açıklamakla yükümlü oldukları dönemsel finansal raporların yanı sıra yatırımcılara, Şirketlerin faaliyet alanları ya da yaptıkları iÇin alt kırımlarına göre detaylı, ham veriyi anlaşılır ve zet bir Şekilde sunmaları beklenmektedir. Bu kapsamda paylaŐılabilecek bilgiler Őöyledir:

- a. Finansal Raporlamalar: Bu raporlar, mevzuat gereği dönemsel olarak kamu ile paylaŐılan finansal tablolar ve dipnotlar, yılsonu ve ara dönem faaliyet raporları ve interaktif faaliyet raporlarıdır. Faaliyet dönemlerine ait, geçmişe yönelik çeyrek dönemlik bilanço, gelir tablosu ve nakit akım tablolarının yanı sıra Şirketlerin operasyonel performans kriterleri olarak kullandıkları (müŐteri sayıları, satış adet veya tonajları vb.) verilerin de dönemsel olarak internet sitelerinde yer alması, yatırımcı ihtiyaçları açısından bir gerekliliktir.

Tercihe dayalı olarak finansal sonuçlar ile paylaŐılan ve revize edilen ileriye yönelik beklentiler için yurt dıŐındaki bazı Şirketlerin internet sitelerinde detaylıca bir bölüm ile yatırımcıları bilgilendirdikleri örnekler bulunabilir. Yatırımcıların, kolaylıkla dönemsel karŐılaŐtırma yapabilecekleri, excel formatındaki verinin internet sitesinde yer alması, Şirket değerlemesini kolaylaŐtıran bir uygulamadır.

- b. Sunumlar: Analistler ve yatırımcılar için yapılan sunumların internet sitesinde en güncel haliye yer alması önemli bir unsurdur.
- c. Özel Durum Açıklamaları: Mevzuat gereği, yatırımcıların kararlarını etkileyecek ve dolayısıyla Şirketlerin hisse fiyatına etki edebilecek nitelikte olan içsel bilgilerin KAP üzerinden kamu ile paylaŐıldıęı zel Durum Açıklamaları da internet sitelerinde, yatırımcıların kolayca eriŐebileceęi bir Şekilde yer almalıdır. Her ne kadar mevzuat gereği, Şirketlerin, KAP'ta yaptıkları duyurulara 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.

- 3) Hissedar bilgisi:** Yatırımcılar, internet sitesinde ortaklığa ve hisseye dair bilgilere de erişebilmelidirler. Dolayısıyla, şirketin faaliyetleri, pazardaki konumu ve stratejileri dışında yer alan, hisse fiyatı ve grafikleri, şirketin katılacağı veya organize ettiği önemli olayların işlendiği bir takvim, yatırımcıların, şirketi değerleyen analistlerin iletişim bilgilerine ulaşabileceği bir iletişim listesi, yatırımcıların yoğunlukla cevap aradıkları “Sıkça Sorulan Sorular”, Yatırımcı İlişkileri iletişim bilgileri, Bilgi Toplumu Hizmetleri ve Ticaret Sicil Bilgileri, Sosyal Sorumluluk ve Kurumsal Yönetim (İcra Komitesi, Yönetim Kurulu, Komiteler, Politikalar, Uyum Raporları, Genel Kurula ilişkin açıklamalar, halka yeni arz olan şirketlerin, halka arz anında paylaştıkları izahname, sirküler, değerlendirme raporları ve görüşler vb. kamuya mal olan dokümanlar) ile ilgili bilgilerin de Yatırımcı İlişkileri internet sitesinde yer alması gerekmektedir.
- 4) Sürdürülebilirlik:** Günümüzde şirketlerin en önemli gündem maddeleri arasında yerini alan sürdürülebilirlik, şirketlerin tüm paydaşları tarafından önemle takip eden bir konu haline gelmiştir. Bunda sürdürülebilir şirketlere yatırım yapan fonların hem sayı hem de büyüklük olarak artmasının büyük payı vardır.

Şirketler bu bölümde sürdürülebilirlik stratejilerini ve önceliklerini açık ve net olarak ifade etmelidir. Kullanıcılar, şirketin Birleşmiş Milletler Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları'nın hangilerini öncelikli olduğunu, her bir önceliklendirilen hedef için mevcut durumunu, planlarını ve taahhüdünü kolaylıkla izleyebilmelidirler. Eğer varsa bu alanda şirketin hazırladığı sürdürülebilirlik raporlarına yer vermelidir. Raporda yer alan bilgilerin bir özetine sayfada yer verilebilir. Yayımlanan raporun hangi uluslararası kriterlerin baz alınarak hazırlandığı açık bir şekilde yer almalıdır.

b) Kullanıcı Dostu İnternet Siteleri İçin Diğer Yapılabilecekler ve İyi Uygulamalardan Bazı Örnekler

İnternet sitesinde yer alan bilgilerin kapsamı kadar, internet sitesinin nasıl kurgulandığı ve zaman içerisinde nasıl geliştirildiği de önem arz eder. Hem kullanıcıların, bilgiye rahatça erişimlerini sağlamak için, hem de günümüzün iletişim dünyasında çok fazla iletişim aracına maruz kalan yatırımcıların internet sitemize daha fazla zaman ayırmalarını sağlayarak şirketimizi diğer şirketlerden farklılaştırmak için dikkat edilmesi gereken birçok konu vardır.

Bu konulardan en önemli olanları sizler için sıraladık:

- Kullanıcıların sabretme süresinin çok azalması ve aradığını saniyeler içinde bulamayan kullanıcıların internet sitesinden çıkmaları nedeniyle, internet sitesi hazırlanırken farklı paydaşların olası beklentileri iyi bir şekilde belirlenmeli ve sitenin yapısı buna göre tasarlanmalıdır.
- İçerik, en az tıklanarak en fazla içeriğe kolayca erişebilecek şekilde yapılandırılmalıdır. Bir site haritası ve iyi bir arama aracı navigasyonu kolaylaştırır.
- Göz yormayan sade bir tasarım kullanılmalıdır.
- Okuyucuların internet sitelerinde ne kadar zaman harcadığı tespit edilerek, içerik kolay okunabilecek ve ilgi çekecek şekilde düzenlenmelidir. İnternet sitesinde en fazla aranan bilgilerin tespit edilerek, bu bilgilerin en kolay bulunabilecek şekilde konumlandırılması kullanıcılara zaman kazandırır.
- Şeffaflık ve güncelliğin en önemli unsurlar olduğu unutulmamalıdır. Mevcut içerik bir gelişme olduğunda anında güncellenmelidir.

- İçerikte yer alması gereken pdf dosyalar yeni bir sayfada açılmalı, böylece kullanıcı pdf'i kapattığında sitede gezinmeye devam edebilmelidir.
- İnternet sitesi Türkçe ve İngilizce olarak ve aynı içeriğe sahip olacak şekilde hazırlanmalıdır.
- İnternet sitesinde kullanılan dil bir bütün olarak uyumlu olmalıdır. Farklı kaynaklardan alınan bilgiler veya farklı bölümler tarafından hazırlanan içeriklerin editöryel olarak ele alınması ve tek kaleminden çıkmış şekilde düzenlenmesi önemlidir.
- İçerik, potansiyel, yeni ve uzun-vadeli olmak üzere, şirket hakkında farklı bilgi seviyesine sahip analistlere ve mevcut ve potansiyel yatırımcılara hitap etmelidir.
- Farklı bilgi seviyesi ve ihtiyacındaki kullanıcıya hitap eden bilgiyi, gerektiğinde farklı kaynaklara (yerli ve yabancı endüstri grupları, düzenleyici internet siteleri vb.) da yönlendiren linklere yer verilmelidir ve bu linklerin çalışıyor durumda olduğu kontrol edilmelidir.
- İçerik, görsel ve multimedya ile zenginleştirilmelidir. Özellikle, Yönetim Kurulu Başkanları veya CEO'ların stratejileri ve dönemsel sonuçlar hakkındaki yorumlarını belirten multimedya içeriklerden faydalanılabilir.
- LinkedIn, Facebook, Twitter gibi sosyal medya kanalları, şirket duyuruları ve interaktif iletişim için etkin olarak kullanılabilir.
- Şirketler sunum ve videolarını, Youtube ve Slideshare gibi kanallarda paylaşabilir.
- Sıkça sorulan sorular kısmına bir soru kutucuğu ekleyerek, cevabı bulunmayan soruların anında sorulabilmesi ve en güncel sorunun, en üste eklenmesi suretiyle, yatırımcıları, merak edilen sorular hakkında eşanlı olarak bilgilendirilebilecek bir sistem oluşturulabilir.
- Yatırımcı ilişkileri tarafından dönemsel sonuç açıklaması, önemli gelişmeler için organize edilen video konferanslar veya grup telekonferansları için belirlenen zamanlar, internet sitesindeki takvimlerde önceden ilan edilmelidir.
- Özellikle sonuç açıklamaları ardından yapılan sunumlar veya canlı videolar, ilgili döneme ait diğer açıklamalar ile bir paket olarak "yatırımcı kiti" adı altında sunulabilir. İnternet sitelerinde yer alan içeriğin, akıllı telefonlarda da rahatlıkla kullanılmasını sağlayan bir format kullanılmalıdır.
- İnternet sitelerinin kullanımı, dönemsel raporlamalarla takip edilerek, en çok başvuru alan içeriğe erişimi kolaylaştıracak revizyonlar yapılmalıdır.
- Benzer şekilde, en çok aranan sözcüklerin ya da linklerin, internet sitesinde, ana sayfada ve/veya görünür alanlarda kutucuklar içinde verilerek, bir tıklama ile ilgili alanlara erişim sağlanmalıdır.
- Geliştirilmiş filtreler ve arama motorları ile tarih veya sözcük bazında aranılan bilgiler kolayca bulunabilmelidir.
- İnternet sitesinde, sektörler özelinde kullanılan terimlere yer veren "Terimler Sözlüğü" bulunmalıdır.

Temel uygulamalar açısından, TÜYİD tarafından 2014 yılında üçüncüsü düzenlenen 'TÜYİD Yatırımcı İlişkileri Zirvesi'nde sahiplerini bulan en iyi internet sitesi ödülleri için değerlendirmede esas alınan skor kartlar ve değerlendirme metodolojisine [buradan](#) ulaşabilirsiniz.

Kaynaklar:

1. <https://www.nngroup.com/topic/corporate-websites/>
2. [Yatırımcı İlişkileri Mevzuat El Kitabı, Eser Taşcı](#)
3. <http://www.tuyid.org/files/makaleler/Sayi-104-BEA.pdf>