



## Yatırımcı ilişkilerinde beş altın kural

Havaların çok soğuduğu ama piyasalarımıza ilginin arttığı bir döneme girdik. Son dönemde konuştuğumuz yatırımcıların en duyarlı oldukları konu 2012'nin makro ekonomik dengeler açısından nasıl geçeceği ve özellikle de Merkez Bankası'nın uyguladığı politikaların yarattığı belirsizliklerdi. Kurdaki gevşeme ile birlikte yatırımcı güveninin tekrar geri dönmeye başladığını görüyoruz. Merkez Bankası'nın politikalarına olan güvensizlikleri azalmaya başlamış; Türkiye'nin bu kez ekonomide "soft-landing" (yumuşak yavaşlama) senaryosu ihtimali biraz daha güçlenmiş gözüküyor.

Piyasalar canlılığını korurken, yatırımcı ilişkileri birimlerinin sorumlulukları da artıyor. Önümüzdeki dönem yılsonu bilançolarının açıklanacağı, emsal grup çalışmalarının yapılacağı, genel kurulların düzenleneceği, faaliyet raporlarının hazırlanacağı yoğun bir dönem. Daha önce değindiğimiz yatırımcı hedeflemesi ve stratejik planlama çalışmalarının da uygulama açısından hız kazandığı günler. Peki tüm bu çalışmalarda başarılı olmamızı sağlayan altın kurallar var mı? UK IR Society etkin ve başarılı bir yatırımcı ilişkileri programı için 5C kuralının altını çiziyor. Bunlar clarity (açıklık), consistency (tutarlılık), credibility (kredibilite), continuity (süreklilik) ve conduct (sürekli iletişim). Gerçekten de her biri başarılı bir yatırımcı ilişkileri stratejisinin olmazsa olmazları.

Açıklıktan kastedilen verilen mesajlarda, aktarılan stratejilerde ve önemli gelişmelerde açık olmak; olumlu ve olumsuz tüm gelişmeleri aktarmak, bir yandan yüksek potansiyel arz eden alanları vurgularken bir yandan da önemli riskleri ve mümkünse şirketin bu risklere karşı duyarlılığını açıkça paylaşmak. Tutarlılık ve kredibilite el ele gidiyor. Burada öncelikle verilen mesajların ya da hedeflerin tutarlı olması gerektiğinin altını çiziliyor. Nitekim mesajlardaki sapmalar kredibilite kaybı ve güvensizliğe sebep olurken; hedef kitlenizin size duyduğu güven ve onlar nezdinde sadece şirketinizin değil; ama şirketinizle aralarında bir köprü görevi görmekten dolayı sizlerin kredibilitesi yatırımcı ilişkileri fonksiyonunun can damarını oluşturuyor. Hedef kitle nezdinde güvenilir olmanız için öncelikle sorularına yanıt verebilecek bilgi donanımına sahip olmanız sonra da verdiğiniz bilgilerin tutarlı olması önem arz ediyor. 4'üncü önemli kriter olan süreklilik iyi ve kötü her zamanda iletişimin süreklilik arz etmesi anlamına geliyor. Her fırsatta belirttiğim gibi kötü günlerde iletişimin kesilmesi şirket için en kötü senaryonun varsayılmasına sebep oluyor. Son kriter olan karşılıklılık ilkesi ise zaten yatırımcı ilişkilerinin tanımında yer alan iletişimin çift taraflı olması gerekliliğini aktarıyor.

Birçok şirketimizde özellikle çift taraflı iletişim konusunda problemler yaşanabildiğini görüyoruz. Biz hedef kitlelerimize kendi mesajlarımızı iletirken; onların mesajlarını, öngörülerini ve benzer şirketlerle yaşadıkları tecrübeleri bizim de üst yönetimimize aktarmamız ve şirket politikalarına yansıtılabilmemiz gerekiyor. Ülkemizde yatırımcı ilişkilerine özellikle üst yönetimlerimiz tarafından bazen yeterli önem verilemiyor. Burada da yatırımcı ilişkileri uzmanlarına önemli görevler düşüyor. Gerek raporlama yöntemleri, gerek kısa geri bildirimler, gerekse farklı emsal ve örneklemelerle mesajların çift yönlü iletişimi için proaktif olarak çaba gösterilmesi gerekiyor.

Önümüzdeki haftadan itibaren geçmiş yıllarda piyasaya çıkardığımız "Sermaye Piyasalarına Açılan Pencere" kitabımızdan alıntılarla ideal bir yatırımcı ilişkileri biriminin izlemesi gereken stratejiler ve yatırımcı ilişkileri stratejisinin aşamalarını detaylı olarak sizlere aktarıyor olacağım. Bu aşamaların doğru uygulanmasının yatırımcı ilişkileri konusunda en iyiye ulaşmanızda önemli faydası olacağı inancındayım.

**Funda Güngör Akpınar**

**Yönetim Kurulu Başkanı**

