



## Bugünün Gelişmesinden Yarının Finansalına: Yatırımcı İlişkilerinde Zaman Farkını Anlatmak

Hülya YILDIRIM – Hitit Bilgisayar Hizmetleri A.Ş. – Yatırımcı İlişkileri Yöneticisi

Yatırımcı ilişkilerinde en sık karşılaştığımız sorulardan biri aslında oldukça basit:

**“Bu gelişme finansal sonuçlara ne zaman yansiyacak?”**

Özellikle teknoloji şirketlerinde yeni bir ürün, yeni bir müşteri veya yeni bir pazara giriş gibi gelişmelerin finansal tablolara aynı anda yansımaması oldukça doğaldır. Ancak şirket açısından önemli olan bir gelişmenin, finansal tablolarda henüz belirgin bir karşılığının olmaması, yatırımcı açısından bazen soru işareti yaratabiliyor.

Yeni bir ürün piyasaya sunulur, yeni bir müşteri kazanılır, yeni bir pazara girilir veya önemli bir iş birliği başlar. Şirket açısından bunların her biri önemli bir gelişmedir. Ancak yatırımcı aynı gelişmeye finansal tablolar üzerinden baktığında henüz belirgin bir sonuç göremeyebilir.

Bu iki bakış açısı arasındaki fark, yatırımcı iletişiminde üzerinde durulması gereken önemli bir noktayı ortaya çıkarıyor.

Şirket, *“Bu gelişme gerçekleşti”* derken yatırımcı haklı olarak *“Peki bunun finansal etkisini ne zaman ve hangi göstergelerde göreceğiz?”* diye sorabiliyor.

Burada aslında bir çelişki yoktur. Şirket ile yatırımcı aynı gelişmenin farklı aşamalarına bakmaktadır. Çünkü bir gelişmenin gerçekleşmesi, gelir üretmeye başlaması, ölçeklenmesi ve nakde dönüşmesi aynı şey değildir.

Örneğin bir teknoloji şirketinin yeni bir müşteriyle önemli bir sözleşme imzaladığını düşünelim. Sözleşmenin imzalanması somut bir ticari gelişmedir; ancak finansal etkiye giden yol entegrasyon, canlıya geçiş, aktif kullanım, kullanım hacminin artması, gelir oluşumu ve tahsilat gibi farklı aşamalardan geçebilir.

Bu nedenle yatırımcı açısından yalnızca müşterinin kazanılmış olması değil, ilişkinin bu zincirin hangi noktasında bulunduğu da önem taşır.

Finansal tablolar, ağırlıklı olarak, şirketin geride bıraktığı dönemdeki performansını ortaya koyarken yatırımcıların değerlendirmesi yalnızca bununla sınırlı kalmıyor. Yatırımcı, bugün gerçekleşen bir gelişmenin şirketin gelecekteki performansına nasıl yansiyabileceğini de anlamaya çalışıyor. Bu nedenle yatırımcı ilişkilerinin, gerçekleşmiş bir gelişme ile gelecekte ortaya çıkabilecek finansal sonuç arasındaki bağlantıyı, yatırımcı açısından anlaşılır hale getirmesi önem kazanıyor.

Peki bu bağlantı nasıl kurulmalı? Burada gelişmenin hangi aşamada olduğunu ve finansal sonuçtan önce, hareket eden hangi göstergeler üzerinden takip edilebileceğini ortaya koymak gerekiyor. Böylece yatırımcı, bir gelişmenin ekonomik değere dönüşme sürecinde ilerleyip ilerlemediğini ara kilometre taşları üzerinden takip edebilir.

Bu çerçevede yatırımcı ilişkileri iletişiminin üç temel soruya cevap vermesi gerekir:

- **Ne oldu?**
- **Bunun finansal sonuca dönüşmesi için hangi aşamalardan geçilmesi gerekiyor?**
- **Bu dönüşümün gerçekleştiğini hangi göstergelerden anlayabiliriz?**

Bu göstergeler şirketin iş modeline göre değişebilir. Yeni müşterilerin canlıya geçiş oranı, aktif müşteri veya kullanıcı sayısı, işlem hacmi, tekrarlayan gelirler, sipariş bakiyesi ya da belirli ürünlerin toplam gelir içindeki payı gibi ölçütler, ticari gelişmenin finansal etkiye dönüşme süreci hakkında yatırımcıya anlamlı sinyaller verebilir.

Burada önemli olan, gelişmenin mevcut durumunu ve finansal sonuca dönüşmesini etkileyen unsurları mümkün olduğunca açık biçimde ortaya koymak. Henüz gerçekleşmemiş finansal sonuçları kesinmiş gibi sunmak yerine, sürecin hangi aşamada olduğunu ve ilerleyişinin hangi göstergeler üzerinden takip edilebileceğini anlatmak, yatırımcının gelişmeyi daha sağlıklı değerlendirmesine yardımcı olabilir.

Yatırımcı ilişkileri iletişimde henüz finansal sonuç olarak ortaya çıkmamış bir gelişmeyi olduğundan büyük göstermek ne kadar yanıltıcıysa, bugün finansal tablolarda sınırlı bir karşılığı bulunan bir gelişmeyi önemsizleştirmek de o kadar yanıltıcı olabilir. Çünkü büyüme her zaman tek bir çeyrekte veya tek bir finansal gösterge üzerinden gerçekleşmediği gibi; bazı gelişmelerin ekonomik karşılığının ortaya çıkması zaman alabiliyor.

Bu nedenle şirket açısından bugün önemli olan bir gelişme ile yatırımcının finansal tablolarda bugün aradığı sonuç arasında bir süre bulunması, aslında sürecin farklı aşamalarının doğal bir sonucu olarak karşımıza çıkıyor. Burada önemli olan, gelişmenin bugün hangi aşamada olduğunu, finansal sonuca dönüşmesi için hangi adımların kaldığını ve sürecin nasıl ilerlediğini doğru anlatabilmek.

Belki de iyi yatırımcı ilişkileri iletişiminin ölçüsü tam olarak burada yatıyor: **Yatırımcıya geleceği vaat etmek yerine, bugünden geleceğe giden yolu mümkün olduğunca anlaşılır hale getirmek.**