



Eren Öner
Türk Telekom Yatırımcı İlişkileri
Sermaye Piyasaları Müdürü

Yatırımcı İlişkileri Ekibinin Hedef Kitleleri ve Hedef Kitlenin Yönetimi

Son yıllarda halka arz olan şirket sayısının artması ve yatırımcıların daha bilinçli ve seçici hareket etmesiyle birlikte Yatırımcı İlişkileri kavramının günden güne gelişerek birçok şirket için stratejik açıdan çok önemli bir bölüm haline geldiği görülmektedir. Şirket yöneticileri ve dış çevreler yatırımcılarla olan ilişkilerin doğru yönetilmesinin, şirketin finansal & operasyonel bilgilerinin ve en önemlisi hedeflerinin en iyi şekilde anlatılmasının şirketin değerine ve bilinirliğine olan katkısının azımsanmayacak ölçüde olduğunu farkına varmışlardır.

Yatırımcı İlişkileri departmanının en önemli görevi şirkete uygun yatırımcılara erişip gerçek anlamda doğru yatırımcıyı - ortağını bulmayı hedeflemek olmalıdır. Yıl boyunca çoğunluğu yabancı yatırımcılar ile gerçekleştirilen toplantılara şirketin üst düzey yöneticileri de katılmaktadır. Yatırımcılar özellikle şirketin yönetiminde söz sahibi olan ve orta ve uzun vade gelişmeleri ile ilgili bilgi verebilecek yöneticileri karşısında görmek ve onlardan şirketin geleceği hakkında bilgi almak istemektedirler. İşte tam bu sebeple üst düzey yöneticilerin zamanlarını etkin bir şekilde kullanmak ve gerçekten yatırım yapma potansiyeli olan yatırımcılara ulaşabilmek için Yatırımcı İlişkileri ekibinin belirli çalışmaları yapması gerekir.

Yatırımcı Profilini Tanıma

Doğru yatırımcıya ulaşmak için kat edilecek yolun ilk adımında mevcut yatırımcı profilinin tanınması ve doğru bir şekilde analiz edilmesi yer almaktadır. Şirketimiz hangi grup yatırımcı profiline hitap ediyor? Hali hazırda ne tür profile sahip yatırımcılar bizim ortağımız ve bu gurubun ortak özelliği nedir? gibi soruların cevaplarını bilmek yapılacak görüşmelerde karşılaşacağımız fon yöneticilerinin önceliklerinin neler olduğunu bilmemize yardımcı olacaktır. Bu çalışmayı yaparken bize en çok yardımcı olacak yöntem hissedar tanımlaması (Shareholder Identification) yapan şirketlerden danışmanlık almak olacaktır. Bu sayede mevcut yatırımcı profilinin hangi grup yatırımcılardan oluştuğunu, konum olarak hangi ülkelerde yoğunlaştığını ve ellerinde ne kadarlık hisse olduğunu görebilme imkânına sahip olunmaktadır. Bu yöntem yatırımcı ilişkileri biriminin en büyük müşterisi olan yatırımcılarını tanıma adına büyük yol kat etmesine yardımcı olacaktır.

Emsal Grup Şirketlerinin Belirlenmesi

İkinci sırada şirketin işlem gördüğü borsada aynı anda işlem gören aynı sektördeki kendisine emsal olabilecek şirketleri takip etmek olacaktır. Kendisinden önce halka arz olmuş şirketlerin yabancı yatırımcı oranını, mevcut yatırımcı profilini ve yatırımcıların yoğunlaştığı coğrafi konumu bilmek yatırımcı hedeflemesi (Investor Targeting) yaparken önemli etkenlerden birisi olacaktır. Emsal grup analizi yaparken sadece yurtiçindeki benzer şirketlere değil yurtdışında faaliyet gösteren emsal grup şirketlerinin yatırımcı profilini incelemek ve analiz yapmak, çok farklı tarzda yatırımcının radarına girmeyi amaçlamak, yatırımcının tabanını genişletmek adına çok doğru bir hareket olacaktır.

Danışman Şirketlerin Veritabanlarını Kullanma

Yatırımcı tabanı analiz raporu, sektörde iyi bilinen danışman şirketler aracılığıyla hazırlanıp yatırımcı ilişkileri ekipleri tarafından detaylı analizleri yapılabilir. Bu tarz raporlar hazırlayan danışman şirket, halka açık olan şirket ile görüşüp şirket yetkililerinden kendilerini görevlendirdiklerini belgeleyen bir yazıyı aldıktan sonra kendi veritabanlarındaki dünyanın farklı yerlerinde faaliyet gösteren birçok fon ve portföy yöneticisi ile görüşerek söz konusu şirketteki hisse pozisyonlarını paylaşmalarını talep etmektedirler. Burada akıllara ilk gelecek soru şüphesiz ki fon yöneticilerinin kendilerine özel bilgileri neden paylaşsın? olacaktır. Özellikle yurtdışında gelişmiş piyasalarda işlem gören şirketlerin sürekli olarak yaptıkları çalışmalar olduğu için ve aynı zamanda paylaşılan bilgilerin sadece şirket özelinde kalacağı güvencesini aldıklarından fon yöneticileri bu bilgileri paylaşmakta bir sakınca görmemektedirler. Bu sayede neredeyse %100 doğru bilgiye ulaşılmış şekilde rapor hazırlanmaktadır.

Yatırımcı Hedeflemesi – Investor Targeting

Yatırımcı ilişkileri ekipleri yatırımcı tabanını tanıyıp analiz ettikten sonra artık doğru yatırımcı hedeflemesi (Investor Targeting) yapabiliyor olacaktır. Yatırımcı hedeflemesi'nin asıl amacı doğru yatırımcı ile doğru zamanda ve doğru yerde buluşup şirketinizi ve gelecek planlarınızı anlatma şansı bulmaktır. Özellikle yurtdışına yapılan roadshow ve konferanslarda sınırlı günde sınırlı sayıda yatırımcı toplantıları gerçekleştirildiğinden bu zamanları en etkin şekilde geçirmek gerekmektedir. Bunun için de görüşülecek yatırımcıları roadshow ve konferansın tüm programını organize eden aracı kurumun yönetimine bırakmaktansa yatırımcı ilişkileri ekibinin önceden yaptığı yatırımcı hedeflemesi'nin sonucuna göre bir program ayarlanması gerekir. Yatırımcı ilişkileri ekibinin her zaman hedeflediği bir yatırımcı kitlesi olması gerekir. Şirket bu kararı verirken yatırımcı tabanının özelliklerine, bulunduğu ülke ve şehirlere aynı zamanda fon büyüklüklerine dikkat ederek görüşmelerini ayarlamalıdır.

Yatırımcı İlişkileri Yıllık Aktivite Takviminin Oluşturulması

Yatırımcı ilişkileri ekibinin yukarıda saydığımız hedef kitlenin belirlenmesi, emsal grup şirket analizinin yapılması, mevcut ve potansiyel yatırımcı tabanının belirlenmesi ve yatırımcı hedefleme çalışmasının yapılması sonrasında geriye kalan görevi gerçekleştireceği seyahatleri ve toplantıları organize etmek için yıllık ve aylık bazda bir takvim oluşturmak olacaktır. Yatırımcı ilişkileri takvimi oluşturmak doğru zamanda doğru ülkeye ziyaret yapmak için çok önemlidir. Çünkü dünyanın dört bir yanında farklı ülkelere yapılan ziyaretlerde ülkelerin tatil günleri ve mevsimsel şartlar yapılan organizasyonun kalitesini oldukça etkilemektedir. Takvimi oluşturmadan önce yatırımcı hedefleme çalışması sonucunda çıkan öncelik verilecek ülkelerin listesi belirlenip o lokasyonlarda yapılması planlanan konferanslar veya finansal etkinliklerin önceden belirlenmesi gerekir. Bu şekilde uzun zaman önce yapılan planlamalar ve hedeflenen yatırımcı kitlesinin belirlenmesi hem yatırımcı ilişkileri ekibinin hem de şirket üst düzey yöneticilerinin değerli vakitlerinin en etkin biçimde kullanılmasına olanak sağlayacaktır.