

## Befektetési kapcsolattartás technikája - gyakorlati tanácsok a befektetési kapcsolattartáshoz.

### 1. Az IR és a menedzsment kapcsolata

A probléma, hogy az IR feladat összetett:

1. Kommunikáció, azaz az értékes információ áramoltatása, annak érdekében, hogy a piaci szereplők megfelelően értékeljék a társaságot. A társaságot érintő aktuális híreket és pénzügyi eredményeket jelentik a befektetőknek, s azt az érintettek összevetik a társaság általános stratégiájával; hogyan illeszkedik ahhoz.
2. Kölcsönösen elnyös kapcsolatok építése a tőkepiac szereplőivel (befektetők, elemzők, brókerek). Ez az információ minőségére, annak időben való szolgáltatására, teljes körűsége, oszintéségre és arra épül, hogyan tudja a menedzsment ígéreteit teljesíteni.
3. Visszacsatolás a társaság vezetői felé arról, hogy a piac hogyan ítéli meg a céget, stratégiáját és kezdeményezéseit az értékteremtés, illetve hosszú távú fenntartás szempontjából.

Az elemzők és a befektetők azokat a társaságokat helyezik előtérbe, ahol megbízható információt kapnak, és amelyek teljesítménye előre becsülhető. Ez hitelességet alakít ki és a menedzsment, illetve a társaság által mondottak iránti bizalmat.

Szervezetileg nem teljesen illeszthető a társaság működésébe, ezért két főbb modell terjedt el a gyakorlatban: 1./ CEO mellé 2./ CFO mellé. (Egyéb esetleges modellek: Chief Strategy Officer; Director of Corporate Communication mellé.) A jelen tendenciája ez utóbbi (CFO), mivel az IR nagyrészt „szám” funkció (persze emellett kommunikációs funkció is): a társaságot a számok alapján ítélik meg. Az IR mindkét modellben horizontálisan kapcsolódik a funkcionális és üzleti területekhez. Nagyon fontos az IR és a stratégiai tervezés kapcsolata, mivel a társasági stratégia alapján ítélik meg a jövőbeni értékteremtés lehetőségét. Az IR-nak részletesen ismernie kell a társaság üzleti modelljét - azaz hogyan termeli a profitot- és az egyes üzleti területek sajátosságait ahhoz, hogy az „investment story”-t kommunikálni tudja.

A CEO mellé helyezett IR döntye, hogy jobban befogadják a társaság egyéb területei, hiszen ez a CEO IR iránti elkötelezettségét mutatja (aki emellett részt is vesz benne).

Függetlenül attól, hogy hova tartozik, a befektetők elvárják, hogy kapjanak bizonyos infót a CEO-tól ill. a CFO-tól, vagy mindkettőtől. Ehhez az kell, hogy az IR-nak szabad hozzáférése legyen hozzájuk.

### A CEO és a CFO ill. közös felelősségük

CEO	Shared	CFO
Primary leader — CEO/ operations management	Shareholder accountability and interface	Primary leader — financial management
Primary interface with full board	Board-level accountability and interface	Support for operations with financial information designed to aid decision making
Primary leader — long-term strategy development	Fiduciary responsibility for SEC	Primary interface with audit and/or finance board committees
Primary accountability to implement company's strategies — short- and long-term	Understanding of operations and financial impact of decision making	CEO support with analysis for long-term strategy
Primary leader — customers	Short- and long-term strategic decision making	Sounding board for CEO ideas/partner

### 2. Hogyan "adjuk" el a társaságunkat?

Az IR program komponensei:

1. piackutatás: hogy kifejlesszük a tőkepiaccal kapcsolatos tudást, szakemberré váljunk, és alaposan ismerjük a befektetési folyamatot, a befektetők gondolkodás- és viselkedésmódját, a társasághoz való hozzáállását, és hogy kövessük a kommunikációs folyamat eredményeit;
2. üzenet- és információfejlesztés, a befektetési erősségek kommunikációja: főbb pontok és tényezők, amelyek fontosak a piac számára, és amelyek elősegítik a részvény és a társaság „fair” árazását;
3. kommunikációs eszközök: azok kiválasztása és működtetése, amelyek a leghatékonyabban juttatják az üzenetet és az infót a piacra (befektetők, elemzők, brókerek);

4. IR iroda menedzselése: a munkatársak képességeinek felhasználása, konzultánsok, szállítók, eszközök és technológiák, amelyek segítik a hatékony IR-t.

#### Ad 1./ Piackutatás:

Cél: Hogyan ítéli meg a piac abszolút és relatív értelemben. Info:

- Napi kereskedés volumen
- Volumen alakulása a likviditás és volatilitás megítéléséhez; a kockázati szintek összevetése
- Árfolyam összevetése az iparági, peer és piaci árfolyamokkal
- Befektetői bizalom relatív mutatók összevetése pl.: P/E; P/CF; P/Sales;
- Relatív teljesítménymutatók összevetése pl. P/BV; ROA; ROE
- Elemzői nyereség előrejelzések a cégre és a peer-re

Hallgatóság (célközönség) elemzés:

Cél: kik és miért fektetnek be; hogyan lehet elérni, hogy többet vegyenek ill. ennek alapján milyen újabb befektetőket lehet beazonosítani (pl. investment style) és megcélózni. Mit szeretnek és mit nem a cégben. Info:

- Hogyan tekintik, illetve fogadják a cég stratégiai kezdeményezéseit
- A befektetői info befogadásának a mértéke
- A befektetői közösség viszonyulása a céghez általában és specifikusan
- A befektetői percepció pontossága vagy pontatlansága
- Milyen stratégiára és programra vennének a befektetők
- Mire adnának el

Benchmarking:

Cél: Az IR program hatásának folyamatos mérése és összevetése. Info:

A befektetői és elemzői ismeretek, hozzáállás és percepció folyamatos elemzése és összevetése a korábbi helyzettel. Mélni kell a kommunikáció fejlődését is. Ezt azután kapcsolatba lehet hozni a részvényárfolyammal, az értékelés alakulásával, hogy lemérhető legyen egyes fontos stratégia döntések, illetve a kommunikáció hatása.

#### Ad 2./ üzenet és információfejlesztés

Az üzenet maga válasz a kérdésre: Miért fektetnék be a te vállalatodba? Vagy már részvényesként: miért tartanám, vagy növelném részvényeim számát? Vagy elemzőnek, brókernek: miért ajánlanám a részvényeid az ügyfeleimnek?

A befektetők azért vásárolnak részvényeket, mert azt gondolják, a társaság bevételei, eredménye növekedni fog, a margin javul és magasabb profitot vagy többlet készpénzt generál, amit azután további növekedési lehetőségekbe fektet a cég, vagy visszavásárolja részvényeit, vagy növeli az osztalékot. A befektetők elemzik a cégeket, hogy meghatározzák, hogyan érik el ezeket a pénzügyi célokat. Ez az elemzés vezet azután a cég versenyelőnyeinek és erősségeinek tanulmányozásához.

Mik lehetnek ezek a versenyelőnyök, erősségek (minden cégnek magának kell eldönteni, rá melyek vonatkoznak):

- a versenytársaknál igazán magasabb szintű termék/szolgáltatás
- olyan technológiai bázis, amely lehetővé teszi a folyamatos fejlesztést, innovációt, új termékek piacra hozatalát és a termékek minőségének magas szinten tartását
- termelési hatékonyság, amely a céget alacsony költségű termelővé teszi
- olyan marzs, ami árelőnyt és magasabb profitot eredményez
- kiemelkedő marketing és értékesítési tudás
- olyan vállalati kultúra, amely kisebb menedzsmenttel motivált, eredményorientált alkalmazotti bázist épített ki
- pénzügyi stratégia, aki bizonyította, hogy tud alacsony költséggel finanszírozni és megtakarítani minden ponton
- sikeres felvásárlások sora, amely erősebb termékszerkezetet, megnövekedett piaci szerepet és/vagy gazdagosabb sorozatokat eredményezett

### Az információ 3 kategóriája

- (1) pénzügyi és működési részletek, amely alaposan elmagyarázza az üzleti működést
- (2) a társaság víziója és missziója, stratégiája és programjai
- (3) a társaság iparági összefüggései

A befektetők és elemzők teljesítményadatokat akarnak, amelyeket külön-külön jelentenek üzletáganként és termékcsoportok szerint, piacok és földrajzi régiók szerint. Ez azért van, hogy jobban megértsék a jövőbeni eredményeket: mely üzletágak a legnagyobbak, a leghatékonyabbak; melyek növelik eladásukat a leggyorsabban; melyek adják a legtöbbet vagy éppen a legkevesebbet a profithoz. Tudni akarják a fejlesztési terveket üzletágak szerint, beruházási számokkal. Ez segít a vezetés befektetési döntéseinek értékelésében.

A legfontosabb 10 info:

- cash-flows kimutatás
- jövőbeni lehetőségek és tervek
- üzleti szegmens elemzés
- földrajzi szegmens elemzés
- rövid és hosszúlejáratú adósság (kötelezettségek)
- célok/tervek és eredmények összevetése
- költségtervek
- üzleti stratégia
- függo kötelezettségek
- termék és szolgáltatás info; legjobb növekedési lehetőség

### Kommunikációs eszközök kiválasztása

nyomtatott	elektronikus	személyes	telefon
<ul style="list-style-type: none"><li>- BÉT/TPT megjelentetések</li><li>- KGY anyagok</li><li>- Gyorsjelentések</li><li>- Éves jelentés</li><li>- Sajtóanyagok</li><li>- IR hírlevél</li><li>- CEO levél</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Adatbázisok</li><li>- Adatszolgáltatók (Reuters/Bloomberg stb.)</li><li>- Internet</li><li>- Cég honlapja</li><li>- Tozsde honlapja</li><li>- Videó vagy webcast</li><li>- Konferencia beszélgetés</li><li>- E-mail/levelezési lista</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- One-on-one megbeszélések</li><li>- Tokepiaci nap szervezése</li><li>- Csoportos prezentációk</li><li>- Bróker konferenciák</li><li>- Saját/bróker/tozsdei roadshow-k</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>- One-on-one telefonhívások</li><li>- Audió konferenciák</li><li>- Videó vagy webcast konferencia hívások</li></ul>

### Külső segítség:

A cégek gyakran vesznek igénybe IR specialistát, mivel sokszor nehéz vagy lehetetlen a befektetőket közvetlenül megkeresni; a megkeresésekre adott válaszaik gyakran semmitmondók. Emiatt harmadik fél igénybevétele indokolt lehet. Ezek a cégek többnyire a tokepiaci központokban működnek és jól ismerik a nagy, globális alapkezelőket, befektetőket és azok igényeit, elvárásait. Mit nyújthatnak ezek:

- Tokepiaci piackutatás
- IR program auditja (teljeskörűség, megfelelés a normáknak)
- Befektetői percepció tanulmány
- Globális befektetői célzás (targeting)
- Részvényes azonosítás
- Találkozók szervezése otthon és külföldön
- Találkozó utáni coaching; elemzés, kritika és befektetői reakció felmérés
- Bróker elemzések értékelése
- Szerkesztés, fogalmazás, nyelvhelyesség, ütöképesség
- Info terítés
- Konferenciabeszélgetés szervezés

## 2. Pénzügyi jelentések készítése

Az első legfontosabb pénzügyi jelentés az Info Memo MDNA része. A kibocsátás után ehhez mér a piac mindent. Ezért fontos a jó tanácsadó megválasztása. Fontos, hogy az IM magas színvonalú, részletes legyen és olyan infót tartalmazzon, ami rendszeresen frissíthető (vagy megszervezni a frissíthetőséget).

A befektetők olyan lehetőséget keresnek, ahol a várt megtérülés attraktív, szemben más alternatívával vagy hasonló kockázattal. Számukra egy részvény esetén a kockázat/hozam (risk/reward) és növekedési lehetőség a részvény árában, és az ahhoz kapcsolódó mutatókban, mint pl. P/BV jelenik meg. Tapasztalati tény, hogy a részvényárfolyamot a modern pénzügyi elmélet (DCF; NPV; CAPM) hajtja. Ennek megfelelően az érték az alábbiak függvénye:

- ROE
- Üzleti és profit növekedés (jelenlegi, jövőbeni és fenntartható)
- Jövedelem szint (a P/L mechanizmusa, összefüggései és komponensei)
- Elvárt hozam vagy diszkontráta (ami a kockázati szintet is mutatja)

A fentieknek megfelelően alakul a részvényesek info igénye.

Maga a jelentés meghatározott, a tozsdék illetve a tőkepiaci törvények megadják formájának és tartalmának kereteit. Ma már a konszolidált IFRS az egyedüli érdemi pénzügyi beszámoló forma.

OTP:

Társaságonként Üzletáganként Geográfiailag	Üzletág-specifikus volumenadatok bemutatása	Mérleg eredm.kimutatás c/f bemutatása	Mérlegsorok eredm. kimutatás sorok elemzése	Mérleg, eredm. kimutatás kombinált mutatók; üzletág- specifikus mutatók elemzése	Piaci pozíció bemutatása elemzése
--	---	--	--	--	---

Fontos, hogy a jelentés pdf, word és xls formátumban is elérhető legyen, hogy a befektetők, elemzők könnyen átemeljék az adatokat a saját modelljeikbe. Ismerni kell az elemzők modelljeinek szerkezetét, az értékelést befolyásoló tényezőket (az érték meghatározásának módját), és ki kell térni ezekre a számokra, dinamikájukra, várható alakulásukra (mik befolyásolják és hogyan alakulnak az egyes változók szerint).

## **Kedvezetlen hírek kommunikációja**

A kedvezetlen hír nagyon gyakori. Fontos, hogy legyen egy terv, aminek alapján kezeljük, ha megtörténik.

Cégkrízis, ami a részvényárat befolyásolhatja, sokfajta lehet. Kategorizálva:

- Rossz, vagy várhatóan rossz pénzügyi teljesítmény
- Termékprobléma
- Működési kockázatok bekövetkezése (sikkasztás, számítógép leállás, belső károkozás stb.)
- Természeti katasztrófák, balesetek
- Ügyfél/stakeholder elégedetlenség
- Hatósági problémák

### **1. Elso lépés: korai elorejelzés**

Figyelni kell a belső és külső jeleket egyaránt.

### **2. Második lépés: kríziskezelo csapat összeállítása**

Legyen egy magas rangú vezető, és minden érintett terület képviselve legyen. A CEO tudjon róla és hagyja jóvá.

Feladat: teljes körű és részletes - az egyes szereplőkre lebontott - kríziskezelo terv összeállítása, hogy azt mindenki értse és tudja követni

### **3. Harmadik lépés: az üzenet és az információ meghatározása**

Az üzenet legyen reális, mutassa be, hogy a cég alapsztorija érintetlen (feltéve, hogy így van). Ez menetközben módosítható, ha ellenkező információ kerül felszínre. Az üzenet a hosszútávú kiindulva elemzi a rövidtávú helyzetet (mi lesz a krízis után). Becsüld meg a kárt, és hogy hogyan lesz helyrehozva/kijavítva.

Lokalizálni kell a krízist, és megadott körben tartani. Ne engedjük felfújódni, robbanás közeli állapotba kerülni. Ne engedjük, hogy az érzelmek vegyék át az irányítást, hogy azután felfújják a hírt.

Ugyanakkor az elbagatellizálást is el kell kerülni. Ha a külső szereplők megérik, hogy a cég körbe akarja bástyázni az esetet, mindenki agresszív lesz, és hajtani fogja. Meg kell találni a megfelelő egyensúlyt; gyorsan kell reagálni és lépni; a lehető legtöbb infót kiadni, ismertetni a cég lépéseit a helyzet megoldására és megfelelő aggodalmat kifejezni.

Lehetőség szerint minél többet írásban, és nem szóban kell kommunikálni; elkerülve a félreérthetőséget, a félremagyarázhatóságot és az esetleges pereket...

### **4. Az IR szerepe**

Az IR szerepe a tokepiaccal való kommunikáció. Ebben kaphat korai jelzéseket egy krízis kialakulásáról, mivel több oldalról jut el hozzá az információ. Hasonlóan jó források ahhoz, hogy megtudjuk, mások hogyan kezeltek hasonló helyzetet. Az IR naprakészen informálja a befektetőket és elemzőket arról, hogy mit tesz a cég, és segít nekik annak megértésében és értelmezésében, hogy milyen hatása lehet a cég üzleti, pénzügyi teljesítményére, értékére. A csönd káros: a bizonytalan és állandóan változó üzenet halálos lehet a cég hitelességére. Az IR egyben visszacsatolás a vezetés felé arról, hogy a tokepiac hogyan reagál a krízisre. Ez lényegesen befolyásolhatja a vezetést a reakcióiban.