

Raport roczny na www

Pierwszy kwartał to dla wielu firm czas przygotowania i publikacji raportów rocznych. W Polsce najczęściej kojarzą się one z grubymi papierowymi tomami. Zagranicą od kilku lat rosnącą popularność zyskuje publikacja raportów rocznych na stronach internetowych. Czy warto opracowywać raporty w wersjach elektronicznych i jakie rozwiązania wybrać?

Rozwiązania

Raport roczny można zaprezentować w Internecie na wiele sposobów. Raport można udostępnić jako:

- **Plik PDF**

To najprostsze i najczęściej stosowane w Polsce rozwiązanie. Raporty takie zamieszczane są w sekcji Relacje Inwestorskie. Są odzwierciedleniem raportów w wersji papierowej. Ich funkcjonalność można poprawić dzieląc raport na kilka dokumentów (np. poszczególne rozdziały), które są publikowane jako osobne PDF'y.

Raport w takiej formie zastosowało np. PGNiG: <http://www.pgnig.pl/pgnig/ri/838/7156/> (uzyskał on nagrodę dodatkową za najlepszą prezentację raportu rocznego w Internecie w konkursie The Best Annual Report 2007 organizowanym przez Instytut Rachunkowości i Podatków)

- **Interaktywny plik PDF**

Plik ten umożliwia prostsze poruszanie się po raporcie przy użyciu aktywnego spisu treści, tworzenie zakładek (tzw. bookmarków), sortowanie i przeszukiwanie dokumentu z możliwością definiowania pól przeszukiwania. Ten sam efekt daje wdrożenie specjalnych czytników do przeglądania dokumentów w trybie online. Również to rozwiązanie nie pozwala na wykorzystanie wszystkich zalet Internetu.

przykład:

http://www.minebea.co.jp/english/investors/disclosure/annual/a2008/_icsFiles/afieldfile/2008/12/19/a2008annual_en.pdf

- **Interaktywne prezentacje raportu rocznego**

Strony tego typu najczęściej wykonane są we flashu. Przewagą tego rozwiązania jest kreatywność, atrakcyjność graficzna i możliwość zastosowania niestandardowych rozwiązań. Jednak koszty takiego projektu są wysokie, a prezentację co roku trzeba projektować od nowa.

przykład:

<http://www.airtran.com/eannual/2005/index.html>

- **Serwis oparty na systemie CMS (Content Management System)**

To rozwiązanie kompleksowe i jednocześnie efektywne kosztowo. Konstrukcja serwisu umożliwia prezentację aktualnego raportu rocznego, ale także sprawną archiwizację oraz

wdrażanie raportów z kolejnych lat w takim samym szablonie (z możliwością modyfikacji elementów graficznych, animacji itd.).

przykład:

<http://www.bp.com/extendedsectiongenericarticle.do?categoryId=9021605&contentId=70409>
49

Koszyści z publikacji raportów w postaci stron www

Raport roczny publikowany w formie serwisu internetowego pozwala połączyć funkcje informacyjne i wizerunkowe. Do jego najważniejszych zalet należą:

- **Możliwość szybkiego i łatwego znalezienia kluczowych danych**
Dzięki raportom w wersji online odbiorcy mogą znacznie łatwiej, szybciej i z większą dokładnością odszukać dane, które ich interesują. Użytkownik ma dostęp do prezentowanych treści niezależnie od logiki raportu (np. przez linkowanie do innych sekcji).
- **Możliwość personalizacji przekazu**
Raporty w postaci stron opartych na CMSie mogą być wyposażone w mechanizmy umożliwiające tworzenie spersonalizowanych wersji raportów, zawierających wyłącznie treści interesujące danego odbiorcę.
- **Automatyczny dostęp do archiwalnych dokumentów**
Internet daje możliwość czytelnego i prostego zaprezentowania archiwalnych dokumentów. Dzięki temu odbiorcy mogą uzyskać pełniejszy obraz firmy.
- **Zwiększenie zasięgu i szybkości przekazania informacji**
Internet jest powszechnym źródłem informacji, wykorzystywanym i cenionym przez wielu inwestorów. Publikowane dane są dostępne bez opóźnień czasowych, możliwe do łatwego przesyłania i rozpowszechniania.
- **Umożliwienie interakcji z odbiorcami i badania interesujących ich treści**
Rozwiązanie internetowe pozwala na zaprojektowanie funkcjonalności umożliwiających badanie opinii odbiorców – sond, formularzy kontaktowych, mechanizmów opiniowania. Dzięki statystykom serwisu możliwe jest zbadanie zainteresowania odbiorców poszczególnymi treściami.
- **Niższe koszty dotarcia do odbiorcy**
Publikacja raportów rocznych na stronach internetowych pozwoli zastąpić lub ograniczyć ilość raportów w wersji papierowej. Pozwala to uzyskać obniżenie kosztów związanych z produkcją i wysyłką raportów. Rozwiązania CMS dają możliwość wielokrotnego użycia szablonu i zmiany publikowanych treści w kolejnych latach.
- **Pozytywne wyróżnienie firmy**
Firmy stosujące raporty w postaci serwisów internetowych mogą wzmocnić swój wizerunek jako nowoczesnej organizacji, stosującej nowe technologie w budowaniu relacji z inwestorami. Elektroniczny sposób raportowania może pomóc również w budowaniu proekologicznego wizerunku firmy.

- **Oddziaływanie na odbiorcę przez multimedialne treści**

W elektronicznych raportach rocznych można wykorzystać pliki dźwiękowe, video i animacje. Dzięki dotarciu do odbiorcy poprzez różne formy przekazu, działające na wiele zmysłów, łatwiej utrzymać jego zainteresowanie.

Ciekawe funkcjonalności i narzędzia

Możliwość łatwego i szybkiego poruszania się po raporcie jest jedną z podstawowych przewag wersji elektronicznej nad wersją papierową. Dlatego bardzo istotne jest umożliwienie odbiorcom intuicyjnego poruszania się po dokumencie. Pomaga w tym czytelne nazewnictwo oraz odpowiednie rozwiązania nawigacyjne. Do najpopularniejszych narzędzi, ułatwiających szybkie wyszukanie potrzebnych danych, należą: wyszukiwarki kontekstowe, „na skróty”, ścieżki interaktywne, mapa serwisu. Zaleca się wdrażanie rozwiązań ułatwiających przyjazne zapoznanie się z informacjami np.: stronicowanie, wyraźne formatowanie, możliwość skalowania wielkości czcionki. Warto również stosować narzędzia zwiększające dostępność serwisu dla osób niedowidzących i niewidomych.

Wersja elektroniczna daje znacznie szersze możliwości zachęcenia odbiorcy do przeczytania większej ilości treści prezentowanych w raporcie. Przydatne mogą okazać się narzędzia promujące informacje kontekstowe tzw. „cross-linking”.

Warto sięgnąć po rozwiązania umożliwiające personalizację treści np. przez dodawanie ulubionych materiałów/stron raportu do schowka oraz zarządzanie nimi: pobieranie na dysk w wygodnej formie (zip), drukowanie, konwersję do PDF wybranych stron (np. BMO <http://www2.bmo.com/ar2008/index.html>). Można również umożliwić odbiorcom wybranie określonych sekcji i stworzenie okrojonej wersji raportu dostępnej w postaci html w ogólnym szablonie. (np. BASF <http://berichte.basf.de/basfir/html/2007/en/servicepages/welcome.html>).

W korzystaniu ze stron pomogą również rozwiązania takie jak download centre (pliki do pobrania), przybornik podręczny (grupujący część funkcjonalności np.: rozmiar tekstu, pomoc, słownik), wersja do druku (warto umożliwić drukowanie poszczególnych części raportu, nie tylko jego całości). Podobnie jak w innych serwisach można opracować pomoc i FAQ (frequently ask questions). Jeśli obok wersji elektronicznej firma udostępnia również wersję papierową raportu, w widocznym miejscu powinien zostać zamieszczony link do formularza umożliwiającego jej zamówienie.

Wersja elektroniczna daje wiele możliwości zwiększania atrakcyjności raportu. Dane liczbowe mogą być prezentowane w postaci animowanych wykresów i tabel HTML. Można zastosować funkcjonalność pozwalającą na porównanie danych z wynikami z poprzednich lat (np. Deutsche Post <http://dpwn.online-reports.eu/2007/ar/servicepages/keyfigurescomparison.html>). Ciekawym pomysłem jest zamieszczenie plików dźwiękowych i wizualnych. W szczególności na serwisie można udostępnić wypowiedzi kierownictwa spółki w postaci nagrań audio lub video (np. Novozymes <http://berichte.basf.de/basfir/html/2007/en/servicepages/welcome.html>), wybrane części raportu

w formie podcastów do ściągnięcia lub nagrania lektora. Można też zastosować animacje - np. wizerunkowe intro.

Podsumowując – elektroniczne wersje raportów rocznych umożliwiają znaczne zwiększenie ich funkcjonalności i atrakcyjności. Należy się spodziewać, że podobnie jak na rynkach zagranicznych, w Polsce nastąpi rozwój tej formy raportowania.

tekst opublikowany na portalu Brief.pl, marzec 2009

autor:

Kinga Szydzińska, marketing manager SUPERMEDIA Interactive kszydzinska@smi.pl

SUPERMEDIA Interactive zajmuje się tworzeniem indywidualnych rozwiązań internetowych i mobilnych, wspierających firmy w realizacji ich kluczowych celów biznesowych, wizerunkowych i informacyjnych.

SMI oferuje doradztwo oraz projektowanie serwisów internetowych, ekstranetów i intranetów, rozwiązań e-commerce, komunikacji mobilnej. Specjalizuje się w obsłudze firm działających w sektorach: finansowym, ubezpieczeniowym, mediów i rozrywki, przemysłowym, usługowym, telekomunikacyjnym, IT.

Do klientów SMI należą m.in.: Lukas Bank, Bank Ochrony Środowiska, Polskie Towarzystwo Ubezpieczeń, Grupa PZU, Raiffeisen Leasing, ING Lease, Giełda Papierów Wartościowych, Radio ESKA, Edipresse Polska, PKN ORLEN, APSYS, PKP Intercity.

SUPERMEDIA Interactive działa na rynku od 1996 roku - początkowo w ramach spółki SUPERMEDIA, a od marca 2007 roku jako samodzielna spółka. SMI wchodzi w skład silnej grupy kapitałowej ZPR S.A., do której należą m.in.: SUPERMEDIA, IDM Net, Afilo, Ad Action, Radio ESKA, ESKA ROCK, VOX FM, WAWA, Wydawnictwo Murator.

Więcej: www.smi.pl