

## ***Modelowy serwis relacji inwestorskich, czyli co powinna zawierać strona www spółki giełdowej***

**We wrześniu Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie przedstawiła modelowy serwis relacji inwestorskich, który będzie rekomendowany spółkom giełdowym jako wzór do wdrożenia. Dlaczego warto zadbać o budowanie relacji z inwestorami poprzez kanały internetowe i jakie znaczenie dla kształtowania się serwisów IR będzie miał opracowany przez Giełdę standard?**

### **Znaczenie internetu w budowaniu relacji inwestorskich**

Czy jakość relacji inwestorskich wpływa na decyzje inwestorów dotyczące inwestycji w akcje spółki? Jak wynika z ankiety przeprowadzonej przez PIRI (Polski Instytut Relacji Inwestorskich), aż 83 proc. badanych odpowiedziało, że tak. Te same badania wskazują na istotne znaczenie elektronicznych kanałów informacji w budowaniu relacji z inwestorami.

96 proc. inwestorów korzysta z elektronicznych źródeł informacji: serwisów internetowych i newsletterów. Dla 44 proc. z nich to najważniejsze źródło informacji o firmie. Szczególnie chętnie z kanałów elektronicznych korzystają inwestorzy indywidualni. Dobrze przygotowana sekcja poświęcona relacjom inwestorskim na stronach WWW może pomóc znacząco poprawić wizerunek spółki wśród inwestorów.

Kanały elektroniczne, a szczególnie strona internetowa spółki, są również istotne dla mediów. Wyniki badań wykazują, że w Polsce dziewięciu na dziesięciu dziennikarzy podaje internet jako źródło informacji, które wykorzystują w swojej pracy. Dziennikarze pytani o to, z jakich źródeł korzystają, przygotowując się do napisania artykułu na temat spółki giełdowej wskazali przede wszystkim na analityków giełdowych (89 proc. badanych) i rzecznika prasowego (87 proc.). Internet podało 87 proc. respondentów, a strony internetowe spółek – 80 proc. Choć trudno wskazać badania, które pozwoliłyby ocenić, w jakim stopniu z serwisów internetowych spółek korzystają analitycy giełdowi, należy się spodziewać, że dobrze przygotowana strona również dla nich jest cennym źródłem informacji.

### **Nowy standard GPW – nowe obowiązki**

Znaczenie internetu dla budowania trwałych i efektywnych relacji z inwestorami dostrzegła również Giełda Papierów Wartościowych w Warszawie. W ramach Programu Wspierania Płynności GPW opracowała modelowy serwis relacji inwestorskich, określający zakres i sposób prezentacji zawartości strony relacji inwestorskich. Model jest rekomendowany jako wzorcowe rozwiązanie wszystkim spółkom notowanym na GPW. Jego wprowadzenie będzie natomiast obowiązkowe dla wszystkich spółek zainteresowanych przystąpieniem do programu.

Modelowy serwis relacji inwestorskich został opracowany przez Giełdę Papierów Wartościowych w Warszawie przy współpracy ze spółkami mającymi doświadczenie w świadczeniu usług z zakresu PR/IR dla spółek giełdowych.

### **Zawartość serwisu**

Treści, które powinny znaleźć się w serwisie zostały podzielone na sześć głównych działów:

- spółka (informacje dotyczące akcjonariatu, walnego zgromadzenia, kontakt),
- informacje finansowe (informacje finansowe i podstawowe wskaźniki finansowe),
- raporty (bieżące i okresowe),
- akcje na Giełdzie (oferta publiczna akcji, prospekt emisyjny i aneksy, notowania, historia operacji na akcjach),
- kalendarium (kalendarium wydarzeń korporacyjnych),
- prezentacje (prezentacje inwestorskie i komunikaty prasowe).

Zakres informacji określony w modelowym rozwiązaniu jest rekomendowany jako minimalny zakres zakładki poświęconej relacjom inwestorskim, chociaż, jak podkreślają przedstawiciele GPW, zbyt daleko idące modyfikowanie modelu nie jest zalecane.

Żeby ułatwić spółkom giełdowym wdrożenie opracowanego standardu, Giełda Papierów Wartościowych zleciła spółce Supermedia Interactive przygotowanie makiety modelowego serwisu relacji inwestorskich. Makieta przedstawia zakres i sposób prezentacji treści, które powinny znaleźć się w zakładce relacji inwestorskich, prezentuje przykładowe rozwiązania nawigacyjne, możliwe do wykorzystania w poszczególnych działach oraz praktyczne wskazówki dotyczące wdrożenia modelu przygotowanego przez GPW.

### **Strona główna**

Na głównej stronie RI powinny się znajdować najważniejsze z punktu widzenia inwestorów aktualności dotyczące spółki oraz wykres i tabela notowań spółki. Jest to również dobre miejsce do wyeksponowania treści najbardziej poszukiwanych przez użytkowników oraz linków do ważnych stron (np. stron GPW, Komisji Nadzoru Finansowego, Stowarzyszenia Emitentów Giełdowych). Na stronie głównej nie może zabraknąć również wyraźnie wyeksponowanych danych kontaktowych osób odpowiedzialnych za relacje inwestorskie w spółce.

### ***Spółka***

To dział, w którym powinny zostać zaprezentowane wszystkie informacje dotyczące spółki, istotne z punktu widzenia rynku kapitałowego. W szczególności powinny być tam prezentowane dane dotyczące:

- akcjonariatu, jego aktualnej struktury oraz udziału danego akcjonariusza w ogólnej liczbie głosów emitenta. Powinny tu być również prezentowane dane dotyczące struktury kapitału zakładowego, w podziale na poszczególne emisje. Wszystkie informacje zawarte w tej sekcji powinny wskazywać datę ostatniej aktualizacji.
- walnego zgromadzenia, jego terminu, miejsca, porządku obrad, projektów uchwał wraz z uzasadnieniami i wszelkie istotne informacje dotyczące przebiegu walnego zgromadzenia. Wszystkie informacje dotyczące planowanego walnego zgromadzenia powinny zostać opublikowane co najmniej na 14 dni przed jego wyznaczoną datą. W tej sekcji powinny również zostać zamieszczone roczne sprawozdania z działalności rady nadzorczej (w tym jej poszczególnych komitetów), informacje dotyczące przekazanej przez radę nadzorczą oceny pracy rady nadzorczej oraz systemu kontroli wewnętrznej i zarządzania ryzykiem.
- kontakt, czyli dane kontaktowe osoby odpowiedzialnej za kontakt z inwestorami.

### ***Informacje finansowe***

Sekcja ta powinna prezentować podstawowe dane finansowe oraz wskaźniki finansowe spółki. Poza aktualnymi danymi powinny być prezentowane dane archiwalne, które ułatwią inwestorom lepszą ocenę kondycji finansowej spółki. W sumie na stronach inwestor powinien znaleźć dokumenty obejmujące ostatnich pięć lat obrotowych.

### ***Raporty***

W tej zakładce powinny zostać zamieszczone wszystkie raporty bieżące i okresowe (m.in. raport roczny), publikowane przez spółkę w Elektronicznym Systemie Przekazywania Informacji (ESPI). Podobnie jak w przypadku informacji finansowych, również w raportach powinny być prezentowane dane archiwalne.

### ***Akcje na Gieldzie***

Ta część serwisu powinna przedstawiać kompleksowe informacje dotyczące obrotu akcjami spółki na Gieldzie. W rekomendowanym przez GPW modelu została podzielona na cztery działy:

- oferta publiczna akcji

W sekcji dotyczącej oferty publicznej akcji powinny zostać zamieszczone informacje dotyczące trybu przeprowadzonej emisji, jej podstawy prawnej, terminu oferty, ceny emisyjnej, liczby akcji objętych ofertą. Dane powinny dotyczyć bieżących emisji oraz wszystkich

wcześniejszych emisji publicznych przeprowadzonych przez spółkę. W tym miejscu powinny być również podane wszelkie decyzje KNF (Komisji Nadzoru Finansowego) dotyczące spółki.

- prospekt emisyjny i aneksy

Jako osobna zakładka wydzielone zostały dane dotyczące prospektu emisyjnego i jego aneksów. Poza samymi dokumentami odbiorcy powinni znaleźć tutaj informacje o terminie ważności prospektu emisyjnego, obowiązku sporządzania przez emitenta aneksów do prospektu oraz decyzjach KNF dotyczących prospektu i aneksów do niego.

- notowania

W dziale poświęconym notowaniom, poza wykresem notowań, który powinien być widoczny również na stronie głównej serwisu, należy umieścić podstawowe informacje o spółce. Obok nazwy, nazwy skróconej i danych teled adresowych ważne są informacje o rynku notowań, sektorze branżowym, do którego należy spółka, segmencie, do którego została zakwalifikowana oraz indeksach giełdowych, w skład których wchodzi jej akcje.

- historia operacji na akcjach

Ostatnią zakładką prezentowaną w dziale dotyczącym akcji spółki na Giełdzie jest zakładka prezentująca historię operacji na akcjach spółki. Jest ona szczególnie istotna z punktu widzenia inwestorów, gdyż pozwala im na ocenę tego, jak zachowywały się akcje spółki w dłuższym okresie i jakie decyzje dotyczące akcji i dywidendy były podejmowane przez władze spółki. W tym miejscu należy zaprezentować wszystkie informacje dotyczące operacji na papierach spółki.

Wszystkie zdarzenia, w wyniku których może nastąpić nabycie lub ograniczenie praw po stronie akcjonariuszy powinny być zapowiedziane w serwisie z odpowiednim wyprzedzeniem z podaniem terminów i zasad przeprowadzania tych operacji. Jest to szczególnie istotne, gdyż informacje prezentowane w tym dziale mają bezpośredni wpływ na decyzje inwestycyjne.

### ***Kalendarium***

W tej sekcji powinny być prezentowane wszystkie wydarzenia skierowane do uczestników rynku kapitałowego – nawet, jeśli zostały już przyporządkowane do innych sekcji. W kalendarium powinno znajdować się również archiwum wydarzeń.

### ***Prezentacje***

O ile większość opisanych powyżej sekcji serwisu ma dość formalny, finansowy charakter, dział poświęcony prezentacjom w największym stopniu może pomóc w budowaniu wizerunku spółki. Powinny zostać w nim umieszczone wszystkie prezentacje, którymi spółka posługuje się podczas spotkań z inwestorami i analitykami finansowymi oraz konferencji prasowych. Jeśli spółka kształtuje

swoją strategię budowania relacji inwestorskich w oparciu o założenia modelu value reporting, warto, żeby znalazło to swoje odzwierciedlenie w tej sekcji serwisu.

### **Narzędzia i rozwiązania graficzne**

Bardzo istotne z punktu widzenia inwestorów i pozostałych uczestników rynku kapitałowego są narzędzia ułatwiające kontakt ze spółką. Do najpopularniejszych należą: newsletter, zestaw najczęściej zadawanych pytań i odpowiedzi na nie (tzw. FAQ – Frequently Ask Questions) oraz formularz zapytania. Rekomendowanym przez GPW narzędziem jest również RSS.

Link do **newslettera** powinien być dostępny z poziomu strony głównej relacji inwestorskich. Warto zadbać o to, by mechanizm newslettera umożliwiał wybór formy otrzymywania informacji (tekst, html) oraz zakresu treści, o których będzie powiadamiany użytkownik (raporty, prezentacje zarządu itp.).

Sekcja poświęcona **pytaniom i odpowiedziom** poza treściami dotyczącymi konkretnej spółki powinna zawierać również ogólne informacje na temat obrotu akcjami i GPW (np. czym jest prospekt emisyjny). Dobrym pomysłem, praktykowanym przez część spółek, jest udzielanie odpowiedzi na pytania przez prezesa lub wiceprezesa spółki. Może to pomóc w budowaniu pozytywnego wizerunku zarządu i jednocześnie kształtuje relację z inwestorami, wskazując na to, że ich potrzeby są traktowane poważnie.

Bardzo istotnym elementem jest **formularz zapytania**. Opracowując go, warto zwrócić uwagę nie tylko na jego funkcjonalność, ale również na szybkość obsługi zapytań przychodzących na podany adres. Kryterium szybkości udzielania odpowiedzi na zapytania inwestorów jest jednym z parametrów oceny serwisu relacji inwestorskich w konkursach poświęconych komunikacji z inwestorami poprzez strony internetowe (np. Złota Strona Emitenta, Ranking Relacji Inwestorskich Stowarzyszenia Inwestorów Indywidualnych).

**Kanały RSS**, choć nie są jeszcze powszechnie stosowane, są bardzo efektywnym narzędziem umożliwiającym szybką i prostą komunikację z użytkownikami serwisu. Osoby, które zasubskrybują RSS są automatycznie powiadamiane o ostatnich zmianach na stronie.

Coraz częściej stosowanym rozwiązaniem, które również może pomóc w budowaniu relacji z inwestorami i ułatwić im kontakt ze spółką, są **transmisje online z walnych zgromadzeń**, umożliwiające śledzenie przebiegu obrad na żywo w internecie. Nagrania z transmisji są później archiwizowane jako relacje wideo. Mogą być ciekawą propozycją również dla przedstawicieli mediów i analityków giełdowych. Obecnie technika prowadzenia transmisji online umożliwia akcjonariuszom nie tylko zadawanie pytań z wykorzystaniem systemu głosowego, ale również wykonywanie prawa głosu. Z pewnością jest to narzędzie bardzo przyjazne dla akcjonariuszy.

Podobnie jak w przypadku każdego serwisu internetowego, istotnym elementem stron poświęconych relacjom inwestorskim jest **wyszukiwarka**. Warto zadbać o to, by serwis obsługiwała wyszukiwarka zaawansowana, dająca opcję przeszukiwania po dokumentach w formacie pdf.

Ważnym elementem, decydującym o dostępności serwisu, jest jego **angielska wersja**. Jeśli jest to uzasadnione charakterem firmy i obszarem jej działalności, warto również pomyśleć o innych wersjach językowych. Należy pamiętać o tłumaczeniu wszystkich materiałów prezentowanych w serwisie, także dokumentów finansowych.

### **Podsumowanie**

Dostosowując swój serwis do modelowego rozwiązania rekomendowanego przez Giełdę, należy mieć na uwadze indywidualny charakter spółki oraz specyfikę jej akcjonariatu. Szczególną uwagę warto zwrócić na dokładne przemyślenie funkcjonalności serwisu oraz zaplanowanie narzędzi i sposobów prezentacji treści dopasowanych do potrzeb odbiorców.

**tekst opublikowany 28.11.2008 na portalu Brief.pl**

#### **autorzy:**

Kinga Szydzińska, marketing manager SUPERMEDIA Interactive [kszydzinska@smi.pl](mailto:kszydzinska@smi.pl)

Joanna Beisert, account manager SUPERMEDIA Interactive [jbeisert@smi.pl](mailto:jbeisert@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](http://www.smi.pl)