

Специфика коммуникаций в период подготовки к IPO и пост IPO



KASE. Образовательный семинар для эмитентов

Асель КАРАУЛОВА, CEO

PG Communications/Kazakhstan Press Club

Связи с общественностью в финансовой сфере (финансовые коммуникации)



Передача широкой общественности информации о сильных сторонах компании ее стратегиях и целях, посвященной отчетности по финансовым и корпоративным вопросам

Первые шаги:

- **Первый шаг компании, выходящей на фондовый рынок - назначить своих консультантов:**
 - ▶ банк / фондовый брокер
 - ▶ специалисты по коммуникациям
 - ▶ бухгалтеры
 - ▶ юристы
- **Консультанты помогают компании выполнить работу, связанную с:**
 - ▶ фондовой историей – представлением рынку бизнес-плана компании
 - ▶ комплексной юридической оценкой – проверкой соответствия фактов
 - ▶ заявлениям компании о себе

Консультант по связям с общественностью в финансовой сфере:



Выстраивает грамотную стратегию по передаче обществу (необходимым целевым группам) информации о сильных сторонах компании, ее стратегии, задачах, конкурентных преимуществах с целью создания благоприятного информационного поля вокруг компании, формирования позитивной репутации и роста нематериальных активов

Ваша коммуникационная задача:



**Хорошая
компания**



**Хорошая
инвестиция**

Задачи, с которыми работает PR-консультант:

- ▶ Разработка PR-стратегии выхода на фондовый рынок
- ▶ Постоянное информационное присутствие в деловых СМИ
- ▶ Преобладание позитивной информации об эмитенте, отсутствие материалов, которые могли бы оказать негативное влияние на цену размещения
- ▶ Антикризисное реагирование на негатив
- ▶ Стратегия работы в социальных сетях. Digital IR
- ▶ Формирование позитивной деловой репутации в кругах деловой элиты, профильных журналистов и аналитиков с целью успешного выхода компании на фондовый рынок и последующего роста капитализации
- ▶ Правильное позиционирование компании в ходе IPO в мировых инвестиционных кругах (в случае размещения на западных рынках)

Публичная компания и СМИ:



- ▶ Публичность компании предполагает активную, профессиональную и непрерывную работу со СМИ и в соц. сетях
- ▶ Поэтому если вы не любите журналистов и блогеров, то вам придется смириться с их существованием и даже попытаться им симпатизировать 😊

ЦЕЛЕВЫЕ АУДИТОРИИ



Шаги по PR-сопровождению IPO:

Шаг 1:

Проведение коммуникационного аудита текущей PR-ситуации компании, который включает:

- ▶ Аудит имеющейся в компании PR политики, существующих связей со СМИ и другими целевыми группами
- ▶ Выявление проблемных зон коммуникаций
- ▶ Первичная имиджевая диагностика через качественный контент - анализ СМИ, экспертные опросы и другие инструменты
- ▶ Анализ веб-сайта
- ▶ Выработка рекомендаций

Шаги по PR-сопровождению:

Шаг 2:

Разработка коммуникационной политики. Определение основных целевых групп коммуникационной программы. Разработка ключевых посланий (messages) для каждой из них. Создание профессиональной медиа карты финансовых и бизнес СМИ

Шаг 3:

Разработка программы, плана и сроков коммуникаций

- ▶ Этот документ представляет из себя детальный план, включая сроки даты проведения пресс-конференций и брифингов, подготовки основных пресс-релизов, эксклюзивных интервью, дополнительных мероприятий по необходимости, а также создания/коррекция веб-сайта
- ▶ Адаптация стратегии на международных рынках к местным условия и определение проблемных зон (в случае IPO на западных рынках)

Шаги по PR-сопровождению:

Шаг 4:

Постановка работы PR-отдела/пресс-службы согласно международным стандартам, создание IR службы:

- ▶ Разработка PR политики и стандартов
- ▶ Тренинг сотрудников PR отдела
- ▶ Координация PR/IR задач

Шаг 5:

Подготовка ключевых спикеров от компании. Проведение специальных тренингов по эффективной работе с финансовыми СМИ и выступлениях на роуд-шоу

Шаг 6:

Подготовка основных вопросов – ответов (Q&A) и управление запросами СМИ. Networking с ключевыми аналитиками и журналистами

Возможные дополнительные шаги:



- ▶ Разработка стратегии антикризисных Коммуникаций.
Подготовка команды
- ▶ Работа с «третьей» стороной – лидерами общественного мнения
- ▶ Разработка стратегии и тактики взаимоотношений с гос. структурами, депутатами Парламента, НПО
- ▶ Подготовка команды для роуд-шоу
- ▶ Внутренние коммуникации
- ▶ Консалтинговая поддержка рекламной кампании

РАЗРАБОТКА КОММУНИКАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ. Q&A



Необходима правовая и финансовая экспертиза по ограничениям от финансовых и юридических консультантов всей документации по PR и комплексным коммуникациям

РАБОТА С ИНТЕРНЕТ- МЕДИА И СОЦИАЛЬНЫМИ СМИ.

facebook

twitter



**YOUR
VISION**
yvision.kz

В контакте

Западные СМИ:



- ▶ **Высокий уровень независимости от владельцев**
- ▶ **Небольшое влияние государства**
- ▶ **Определяют «повестку дня»**
- ▶ **Работают по рыночной бизнес-модели**
- ▶ **Учитывают, прежде всего, потребительский спрос, т.е. интересы своих читателей и зрителей**
- ▶ **Жесткая специализация**

СМИ в Казахстане:



- ▶ **Высокая зависимость от владельцев и гос. заказа**
- ▶ **Ориентация на «хозяев», а не на читателей и зрителей**
- ▶ **Невыстроенные бизнес-процессы**
- ▶ **Неокупаемость за счет рекламы и подписки**
- ▶ **Практика оплаченных статей, которая характерна для неразвитых экономик**
- ▶ **Разница между казахоязычными и русскоязычными СМИ**

Проблемы финансовой журналистики в КЗ:



- ▶ Слабая базовая подготовка или ее отсутствие. Непонимание процесса IPO многими СМИ
- ▶ Зачастую отсутствие специализации в СМИ
- ▶ Использование одного источника
- ▶ Ограниченное использование профессиональных Интернет ресурсов
- ▶ Неверная интерпретация (подача) цифровых данных
- ▶ Нет практики работы с PR-консультантами

Коммуникации в процессе IPO

ПОДГОТОВКА



Цель:

**точно определить
инвестиционную миссию**



- › Выявление сильных и слабых сторон
- › Обоснование размещения
- › Подготовка презентации, сводки вопросов и ответов
- › Определение СМИ и аналитиков
- › Разработка дизайна проспекта
- › Создание сайта IPO
- › Создание профиля компании
- › Программа обратной связи с персоналом
- › Утверждение “официальной” рыночной цены

- от 10 до 12 недель

СООБЩЕНИЕ О НАМЕРЕНИИ



Цель:

**оказать максимальное
влияние на начальном этапе**



- › Выбор тактического момента для информирования (день)
- › Эксклюзивный брифинг
- › **Пресс релиз о намерении (ITF)**
- › Координация запросов от местных и международных СМИ
- › Более широкое влияние на отраслевую прессу
- › Использование комментариев брокеров

- от 6 до 7 недель

ПРЕ-МАРКЕТИНГ



Цель:

**обеспечить информированность и
аппетит на роудшоу**



- › Привлечение аналитиков
- › Использование Создания презентаций
- › Визиты в компанию/ встречи с сотрудниками
- › Обратная связь с целью повышения качества информирования
- › Брифинги “один на один”
- › Retail component

- от 4 до 5 недель

Коммуникации в процессе IPO

МАРКЕТИНГ



Цель:

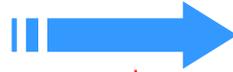
Обеспечить благоприятное окружение и независимую поддержку



- ▶ Релиз по ценовому диапазону
- ▶ Распространение первичных проспектов среди ключевой прессы, аналитиков и организаций
- ▶ Официальные презентации для аналитиков
- ▶ Пресс-брифинги
- ▶ Оценка независимых брокеров
- ▶ Обратная связь

-от 2 до 4 недель

ВЫПУСК



Цель:

установление выгодной цены на акции при поддержке позитивных комментариев с третьей стороны



- ▶ Прайсинг-релиз
- ▶ Освещение в печати – новости становятся комментариями по поводу оценки
- ▶ Важность оценки аналитиков, представляющего третью сторону
- ▶ Распространение проспектов среди ключевых представителей прессы и аналитиков
- ▶ Обновление IPO сайта

старт

ПЕРВЫЕ СДЕЛКИ



Цель:

последующее позитивное освещение



- ▶ Позитивные комментарии в СМИ и на новостных сайтах, посвященных фондовым биржам, мнения аналитиков

+ от 1 до 2 недель

РЫНОК ПОСЛЕ IPO



Цель:

поддержание значительного объема торгов и последующего интереса среди аналитиков, прессы, инвесторов



- ▶ Мониторинг обратной связи с аналитиками
- ▶ Определение дальнейших перспектив развития с учетом полученных в ходе выпуска акций результатов
- ▶ Последующие встречи с аналитиками
- ▶ Подтверждение проводимой PR программы

бессрочно

РАЗНИЦА В ПОДХОДАХ

Характеристика	"Обычное" IPO	"Народное" IPO
Потенциальные инвесторы	Институциональные инвесторы, крупные компании	Широкие слои населения
Формы подготовки	Индивидуальные встречи, круглые столы	Массовые акции и мероприятия
Уровень подготовки и информированности	Высокий, работа с профессионалами в области финансов и инвестиций	Очень низкий уровень информированности и знаний в области инвестиций
Объем инвестирования	Зачастую более 1 млн. долл.	В среднем от 100 до 5000 долл.
Распространение информации	Конфиденциально	Через СМИ и публикации в открытом доступе

«период молчания»

30 дней до и 40 дней после IPO

- ▶ Во время подготовки IPO никто не должен распространять информацию, которая может побудить инвестора приобрести акции и которая не соответствует действительности.
- ▶ Вся информация должна соответствовать prospectus – проспекту эмиссий
- ▶ Publicity guideline – юристы + совместная работа консультантов
- ▶ В Казахстане нет таких жестких ограничений на quiet period, но необходимо учитывать глобализацию и рынок, на котором размещается компания

«период молчания»

Однако, необходимо

Текущее общение с журналистами

Проведение информационно-образовательной работы

Проведение рекламной кампании

Текущие коммуникации

Адресная работа с аналитиками по подготовке аналитических обзоров

Участие в конференциях, форумах

Проведение телефонных конференций по квартальным результатам

Улучшение IR – инструментария (IR сайт, презентации)

КООРДИНАЦИЯ РАБОТЫ PR И IR-ОТДЕЛА. РАБОТА С КОНСУЛЬТАНТАМИ

Области, где необходимо определять ответственность:

- ▶ Подготовка корпоративных объявлений
- ▶ Подготовка пресс-релизов
- ▶ Написание годового отчета
- ▶ Разработка и поддержание корпоративного сайта
- ▶ Подготовка презентаций и текстов выступлений
- ▶ Написание корпоративных информационных материалов
- ▶ Брифинги и пресс-конференции для деловых и финансовых СМИ
- ▶ Коммуникационная работа в рамках подготовки к IPO
ведется только совместно в команде консультантов и строго регламентируется юристами

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ

КОНТЕНТ
АНАЛИЗ
СМИ

ОПРОСЫ
ОБЩЕСТВЕННОГО
МНЕНИЯ

СУЩЕСТВЕННОЕ
ПОВЫШЕНИЕ
УРОВНЯ
ОСВЕДОМЛЕННОСТИ
И ЖУРНАЛИСТОВ И
АНАЛИТИКОВ О
КОМПАНИИ

МОНИТОРИНГ
СМИ

КОЛИЧЕСТВО
ОБРАЩЕНИЙ
НА ГОРЯчую
ЛИНИЮ

ИНДЕКС
ИНФОРМАЦИОННОГО
ПРИСУТСТВИЯ

ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ И
ТОЧНОЕ ОСВЕЩЕНИЕ
ИСТОРИИ КОМПАНИИ,
КЛЮЧЕВЫХ ЭТАПОВ ЕЕ
РАЗВИТИЯ И ОСНОВНЫХ
СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ
КОМПАНИИ МЕСТНОЙ И
МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРЕССОЙ

РАБОТА С
БРОКЕРАМИ:
ОБРАТНАЯ
СВЯЗЬ



**И НЕ ЗАБЫВАЙТЕ, ЧТО ПОСЛЕ
ВЫХОДА КОМПАНИИ НА
ФОНДОВЫЙ РЫНОК ВСЕ
ТОЛЬКО НАЧИНАЕТСЯ...**

Post IPO

Коммуникации построены вокруг финансового календаря

Обязательно наличие антикризисной стратегии

Четкая координация между PR и IR департаментом

Интеграция задач по внутренним коммуникациям

Работа в социальных сетях

Post IPO

Регулярный мониторинг и оценка информационного поля

Подготовка команды спикеров, в том числе на казахском языке

Улучшение IR – инструментария (IR сайт, презентации)

Работа с постоянным пулом журналистов

Программы по КСО и внутренним коммуникациям должны быть встроены в общую стратегию компании и соответствовать best practice

Информация, влияющая на цену:



- ▶ **Основное повышение или понижение активности**
- ▶ **Покупка или продажа основных материальных активов**
- ▶ **Завершение / расторжение контрактов по коммерческому сотрудничеству**
- ▶ **Завершение / расторжение коммерческих договоров**
- ▶ **Значительная прибыль / убыток по единичным транзакциям**
- ▶ **Важные результаты исследований**
- ▶ **Важные новые продукты**
- ▶ **Основные новые рынки или их потеря**
- ▶ **Основные инвестиции**
- ▶ **Ключевые назначения**
- ▶ **Аварии/кризисы на производстве**
- ▶ **Крупные скандалы**

*PG Communications – консалтинговое PR агентство
полного цикла, дочерняя компания Казахстанского
Пресс-клуба*

25 лет на рынке PR и коммуникаций

Более 700 выполненных PR проектов

***Единственная казахстанская компания,
комплексно работающая в области финансовых
коммуникаций и IPO (РД КМГ, Казком, Казахстан
Кагазы, Казахмыс, Самрук-Казына, Казатомпром и
др.) и имеющая международную награду за
проект «Народное IPO КТО»***

Партнерская сеть по всем странам СНГ и всем
крупным мировым центрам

Спасибо за внимание!

Асель КАРАУЛОВА, CEO

asel@pressclub.kz

info@pressclub.kz

www.pressclub.kz

www.pgc.kz