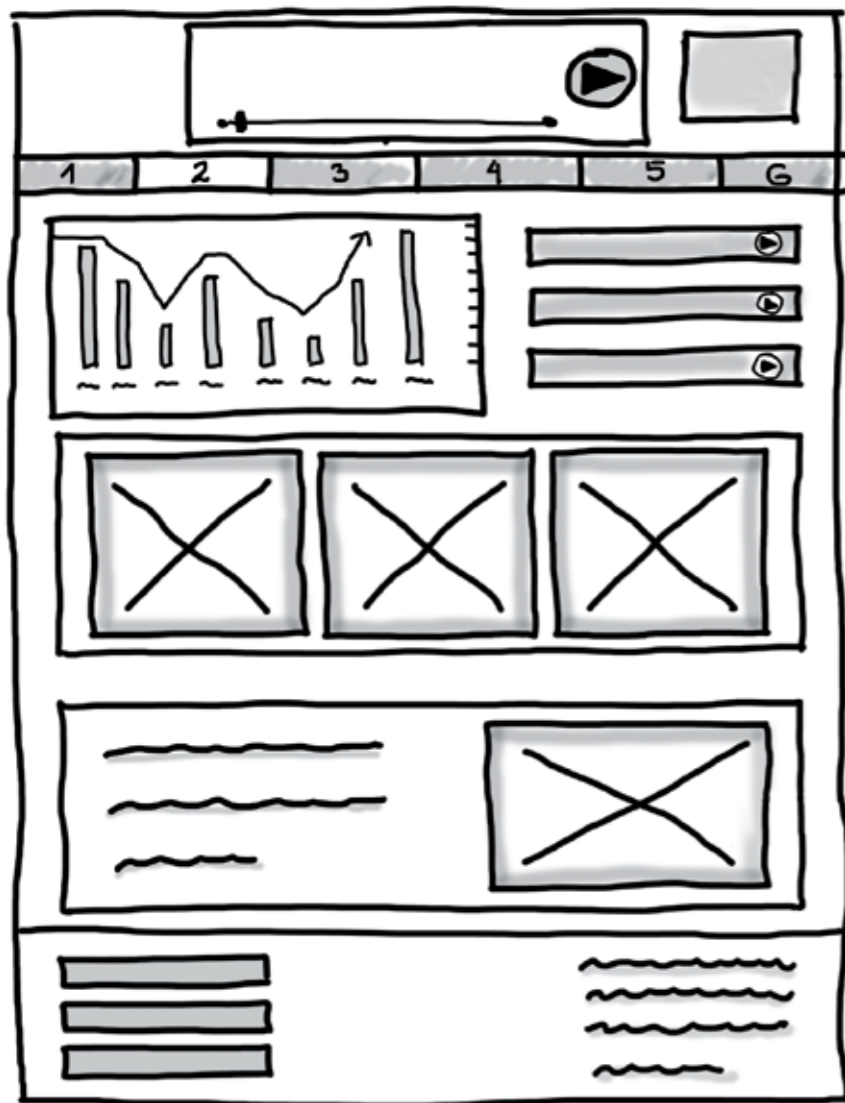


Najważniejsza jest usability!

Jak zbudować nowoczesny serwis internetowy relacji inwestorskich?

Część 2.



Grzegorz Surma

redaktor naczelny wortalu branżowego
www.relacjeinwestorskie.org.pl

Kontynuujemy nasze rozważania o budowie nowoczesnego serwisu relacji inwestorskich.

ANGIELSKA WERSJA JĘZYKOWA SERWISU IR TO NIE FANABERIA, ALE ABSOLUTNA KONIECZNOŚĆ

Stworzenie angielskiej wersji serwisu relacji inwestorskich jest rekomendowane przez Giełdę Papierów Wartościowych (stanowi element serwisu www.naszmodel.gpw.pl). Na dodatkową wersję językową należy spojrzeć nie jak na koszt, ale jak na inwestycję, która przyniesie konkretne korzyści dla spółki. W dzisiejszym świecie zglobalizowanego biznesu oraz kapitału, który z reguły „nie ma ojczyzny”, angielskojęzyczna wersja ułatwia prowadzenie biznesu i z tego powodu jest koniecznością. Dlaczego? Strona IR w obcym języku pozwala na prezentację przedsiębiorstwa zagranicznym inwestorom, którzy z reguły dysponują dużo większymi środkami. Serwis, prócz standardowej zalety (czyli dostarczania regularnie aktualizowanej informacji finansowej), pozwala na budowanie świadomości marki poza Polską. Z pewnością nie jest to niczym nowym dla spółek giełdowych ściśle współpracujących z zagranicą (w takich przypadkach dwie, a nawet trzy wersje językowe istnieją od dawna), podobnie jak w spółkach objętych Programem Wspierania Płynności (tj. programie wdrażanym przez GPW, przeznaczonym dla spółek, których obrót cechuje się niską płynnością według kryteriów przyjętych przez giełdowego regulatora. Jednym z obligatoryjnych elementów wspomnianego programu jest wdrożenie serwisu IR w pełni opartego na rekomendowanej zakładce www.naszmodel.gpw.pl).

SZANUJ CZAS UŻYTKOWNIKÓW, PAMIĘTAJĄC O ZASADZIE TRZECH KLIKNIEĆ

Wyżej wymieniona zasada mówi, iż jeżeli nasz potencjalny użytkownik (inwestor, dziennikarz itp.) trafi na inwestorski serwis internetowy spółki i w ciągu trzech kliknięć nie namierzy materiałów, których właśnie poszukuje, zniechęci się do korzystania z danej strony internetowej. Mimo że opinie w tej kwestii są rozbieżne, osobiście zgadzam się z tą zasadą, która leży u podstaw tworzenia nowoczesnych i użytecznych serwisów. Niezależnie od tego, czy inwestor poszukuje najnowszego raportu bieżącego, wykresu notowań akcji czy edytowalnych danych finansowych, należy zrobić wszystko, by dotarł do nich w jak najkrótszym czasie. Szanujmy czas inwestorów, ryzykujących swoje własne pieniądze. W obecnych realiach często spotykamy atrakcyjne graficznie i rozbudowane inwestorskie serwisy internetowe, przytłaczające dziesiątkami podstron, jednakże tragicznie zbudowane pod względem nawigacyjnym. Potencjalny inwestor w pewnym momencie zniechęci się do serwisu, w którym dostęp do materiałów giełdowych bądź kalendarium inwestora wymaga przedzierania się przez dziesiątki podstron, które są zaprzeczeniem „usability” i bardziej odstraszą, niż przyciągną uwagę. Tego typu monstrualne serwisy często mają jeszcze jedną odstraszącą użytkownika cechę – dłuższy niż standardowy czas wczytania serwisu. Użytkownicy sieci nie należą do najbardziej cierpliwych – szczególnie ci, którzy trafiają na naszą stronę pierwszy raz, nie dysponując dużą wiedzą na temat spółki. Należy zrobić wszystko, by nie zniechęcać do siebie potencjalnych inwestorów, dziennikarzy i analityków.

INWESTORSKI NEWSLETTER ORAZ KANAŁ RSS TO WYJŚCIE NAPRZECIWIW POTRZEBOM UŻYTKOWNIKÓW

Warto umożliwić użytkownikom zapisywanie się na inwestorski newsletter. Jeżeli wybieremy taką opcję, należy pamiętać o konsekwencjach i harmonogramie i cyklicznie, na przykład raz w tygodniu, wysłać „Tygodnik Inwestora”, w którym powinny być zamieszczone wszystkie aktualności oraz wydarzenia z ostatniego tygodnia ze spółki/grupy kapitałowej (streszczone raporty bieżące, relacje ze spotkań z inwestorami i ciekawych wydarzeń, wzmianki o planach na przyszłość itd.). Potencjalny inwestor nie będzie zaglądał codziennie na nasz serwis relacji inwestorskich – najczęściej nasza spółka nie jest jedyną, której akcje ma w posiadaniu. Newsletter będzie zaś stanowić dla niego zachętę do regularnego odwiedzania serwisu i przedstawiać najważniejsze informacje w skondensowanej formie.

Podobną funkcję pełnią kanały RSS – to format służący do publikacji często zmieniających się treści. Narzędzie to należy więc dodać do swojej zakładki IR (ważne, by ta informacja znalazła się w briefie przygotowywanym dla agencji). By z nich skorzystać, należy uruchomić spe-

cialny czytnik (np. popularny darmowy Google Reader bądź specjalną aplikację RSS dedykowaną urządzeniom mobilnym). Dzięki temu użytkownik serwisu oszczędza swój czas i może oglądać w aktualizowanym na bieżąco kanale RSS nową treść, która jest automatycznie ściągana przez czytnik, w przypadku gdy nastąpiły jakiegokolwiek zmiany w serwisie relacji inwestorskich.

RSS staje się coraz popularniejszy wraz z upowszechnianiem się mobilnego dostępu do internetu – czytnik RSS zainstalowany w smartfonie czy na tablecie umożliwia śledzenie dziesiątek ważnych stron internetowych, blogów branżowych i innych specjalistycznych treści, bez konieczności przedzierania się przez wiele zakładek stron internetowych. To popularne narzędzie jest wykorzystywane nie tylko przez inwestorów, analityków czy dziennikarzy giełdowych – naszych naturalnych interesariuszy – ale przez wszystkie inne osoby, dla których kluczowy jest dostęp do aktualnych, wiarygodnych i sprawdzonych informacji.

ROZBUDOWANA WYSZUKIWARKA TREŚCI

To kolejny z obligatoryjnych elementów, które powinny znaleźć się na naszej nowej stronie internetowej i być aktywne w każdym panelu – niezależnie od tego, czy mówimy o stronie głównej, czy zakładce relacji inwestorskich. Ważne, by wyszukiwarka była użyteczna i intuicyjna dla użytkownika oraz dysponowała m.in.: narzędziem wyświetlania sugestii treści w trakcie wpisywania odpowiedniej frazy. Kolejną użyteczną cechą jest publikowanie wyników wyszukiwania z podziałem na części serwisu. Dodatkowo nowoczesna wyszukiwarka powinna posiadać zaawansowane możliwości filtrowania treści, np. według słów kluczowych (tzw. tagów – umowy znaczące, kalendarium inwestora, walne zgromadzenie akcjonariuszy, akcjonariat itp.) oraz w harmonogramie czasowym (w konkretnie zdefiniowanym przedziale czasowym).

BRZYTWIA OCKHAMA TWOIM PRZYJACIELEM

„Nie mnóż bytów, nie twórz fikcji, fakty przedstawiaj jak najprościej” – głosi znana zasada, zgodnie z którą powinniśmy dążyć do jak najprostszego i zrozumiałego dla każdego sposobu przedstawiania nawet najbardziej skomplikowanych i złożonych zagadnień. To prawo znajduje zastosowanie również w procesie tworzenia różnorodnych tekstów inwestorskich na naszej stronie internetowej. Komunikat, który jest przystępny, klarowny i zrozumiały nawet dla laika, pozwoli na przyciągnięcie grona nowych potencjalnych inwestorów. Mało kto zdecydowałby się na powierzenie swoich pieniędzy spółce, której zasad działania i modelu biznesowego nie rozumie. Dlaczego więc nie wykorzystaj w tym celu nowej inwestorskiej strony internetowej, będącej wizytówką spółki giełdowej i jednym z podstawowych kanałów przyciągania zainteresowania i uwagi inwestorów, a w konsekwencji ich kapitału? Mimo że spółka jest ograniczona przepisami prawa w zakresie tworzenia komu-

unikatów giełdowych, nic nie stoi na przeszkodzie, by zadbać o język przekazu. Zbyt suche, technokratyczno-prawnicze opisy mogą odstraszyć i przytłoczyć inwestora. Zadbajmy o to, by każdy komunikat, który pojawi się na łamach serwisu, był napisany przystępnie i zrozumiale, by nie przytłaczał i nie zniechęcał naszego odbiorcy, a jednocześnie w sposób zrozumiały prezentował nie tylko spółkę i jej dokonania, ale również kontekst i otoczenie rynkowe, w którym działa. Czasami warto poprowadzić inwestora za rękę. Jak to zrobić i na co zwrócić największą uwagę, używając nowej inwestorskiej strony internetowej?

REGULARNA AKTUALIZACJA WI-TRYNY TO PODSTAWA

Nawet najbardziej nowoczesna strona IR-u nie spełni swojego zadania, jeżeli będzie aktualizowana raz lub dwa razy w miesiącu. W uzupełnieniu treści kluczowa jest systematyczność. Przykładowo po opublikowaniu raportu bieżącego lub okresowego maksymalnie w ciągu 24 godzin powinien być on dostępny na łamach serwisu. Każda zmiana w strukturze akcjonariatu, informacja o wypłacie dywidendy, którą sygnalizujemy poprzez komunikat giełdowy, powinna zostać szybko upubliczniona nie tylko przez giełdowy system ESPI, ale również przez naszą stronę internetową. Nie ma nic gorszego dla wizerunku firmy, niż prezentowanie w połowie roku raportów ze stycznia. Przeciętny odbiorca może sobie wówczas zadać pytanie, czy przedsiębiorstwo jeszcze w ogóle funkcjonuje, jeżeli na stronie dostępne są nieaktualne informacje? Warto unikać takich sytuacji. Prócz tego regularna aktualizacja serwisu pozwala na lepsze pozycjonowanie naszej strony przez wyszukiwarkę Google, tym sposobem staje się ona łatwiejsza do odnalezienia dla potencjalnego inwestora.

STRONA ZBYT CZĘSTO NIE DZIAŁA? BIJ NA ALARM!

Co może najbardziej zdenerwować użytkownika nowego serwisu IR? Jego niestabilność. Błędy przy wyświetlaniu materiałów na stronie, brak odnośników do plików, które użytkownik chce pobrać (np. raporty okresowe, edytowalne dane finansowe, prezentacje i raporty w formacie PDF itp.), lub, co najgorsze, całkowita awaria serwisu i brak jakiegokolwiek komentarza ze strony emitenta. Staraj się tego unikać i zminimalizuj ryzyko. Warto z góry pomyśleć o dobrym serwerze, na którym znajdzie się strona, bądź profesjonalnej usłudze hostingowej, oferowanej przez firmę z doświadczeniem i mogącą się pochwalić referencjami, w tym pracą dla spółek notowanych na GPW. ■

CDN

SKANUJ
I CZYTAJ
ON-LINE

