

# Siedem sposobów na lifting raportu okresowego Twojej spółki

Najważniejszy okres w pracy menedżera IR już za nami – wraz z końcem kwietnia zakończył się okres sprawozdawczy dotyczący raportów rocznych. W związku z tym prezentujemy kilka wskazówek mających na celu uatrakcyjnienie raportów okresowych oraz wyjście naprzeciw oczekiwaniom inwestorów. Sądzę, iż przydadzą się już w najbliższej przyszłości przy publikacji wyników kwartalnych bądź półrocznych. Jeżeli zatem masz dosyć swego raportu, który z roku na rok wygląda tak samo, coraz bardziej zachowawczo i siermiężnie, i chciałbyś coś zmienić, lecz nie jesteś do końca przekonany, że to będzie słuszne, oto kilka porad, których wdrożenie pozwoli na wizualny oraz merytoryczny lifting raportu. Zatem bierzmy się do roboty!



**Grzegorz Surma**  
założyciel i redaktor naczelny  
www.relacjeinwestorskie.org.pl



NIE ZANUDZAJ CZYTELNIKA, LECZ STARAJ SIĘ PRZYCIĄGNAĆ JEGO UWAGĘ! NIE MASZ FIRMOWEGO BANKU ZDJĘĆ? TO DOBRA LEKCJA NA PRZYSZŁOŚĆ, ŻE WARTO O TAKI ZADBAĆ

## ZADBAJ O FOTOGRAFIE

Raport okresowy, który udostępniemy naszym interesariuszom w postaci pliku PDF, będzie z reguły dokumentem statycznym, o minimalnej interaktywności. Warto więc zadbać o jego stronę graficzną. Gdy prezentujesz wykaz najważniejszych osiągnięć swojej spółki, niech to nie będzie długa „blacha” tekstu.

Urozmaicaj swoje dzieło. Piszesz o nowej hali, budynku, linii produkcyjnej czy jakimkolwiek innym osiągnięciu? Zilustruj to! Fotografia lub infografika zamieszczona w pobliżu tekstu znacznie poprawia jego atrakcyjność, ułatwiając odbiór tekstu. Materiał dłużej pozostanie w pamięci odbiorcy tekstu (inwestora), a co za tym idzie, lepiej zostaną zapamiętane osiągnięcia spółki.

Nie zanudzaj czytelnika, lecz staraj się przyciągnąć jego uwagę! Nie masz firmowego banku zdjęć? To dobra lekcja na przyszłość, że warto o taki zadbać. Stwórz go zatem. Nie wszystkie fotografie musisz wykonywać samodzielnie (zwłaszcza gdy spółka prowadzi interesy w skali krajowej i międzynarodowej). Nawiąż pozytywne relacje z innymi pracownikami z różnych komórek. Praca IR-owca akurat nadaje się do tego doskonale. Dlaczego? M.in. z powodu obligatoryjnej agregacji danych – nie pochodzą one przecież jedynie od Ciebie. Dostarczają Ci ich różni ludzie. Dobre relacje zaprocentują ciekawymi materiałami. Jeżeli jeszcze tego nie zrobisz, zacznij już od dziś!

## PROSIMY O UŚMIECH, CZYLI POKAŻ ZARZĄD I RADĘ NADZORCZĄ

Kontynuujemy rozważania dotyczące zalet grafik i fotografii. Zrezygnuj z nudnego omawiania na łamach raportu okresowego składu zarządu i rady nadzorczej. W zamian za to pokaż ich wszystkim interesariuszom. Na pewno masz jakieś ciekawe materiały: uściski dłoni towarzyszące podpisaniu ważnych kontraktów lub istotnym wydarzeniom z życia spółki, uśmiechniętego prezesa, wspólnego zebrania zarządu itp. Jeżeli nie masz tego typu materiałów, warto pomyśleć o zorganizowaniu profesjonalnej sesji fotograficznej. Zdjęcia przydadzą Ci się wielokrotnie, nie tylko do uatrakcyjniania sprawozdawczości. Gdy jakieś medium będzie chciało przeprowadzić wywiad z osobą decyzyjną, Ty będziesz mieć jej zdjęcie i od razu udostępnisz je dziennikarzowi. Czyż nie ułatwia to życia obu stronom?

## WYJDŹ POZA STREFĘ KOMFORTU – W RAPORCIE PODAWAJ WIĘCEJ NIEOBOWIĄZKOWYCH INFORMACJI

Nawet gdy decyzyj swoich zwierzchników prowadzisz IR w wariacie minimum, ograniczając się jedynie do wypełniania obligatoryjnych obowiązków sprawozdawczych, warto pokusić się o minimalne urozmaicenia. Jak to zrobić? Przykładowo: stosuj więcej wykresów – niech nie ilustrują one jedynie podstawowych faktów, takich jak np. segmenty sprzedaży spółki, zestawienia sprzedaży krajowej i zagranicznej itd. Napisz coś więcej. Zestaw swoją spółkę z konkurencją, zarówno w tabeli z liczbami, jak i na estetycznym wykresie. Postaw się w roli inwestora, analityka czy dziennikarza. O ile łatwiej będzie mu pracować, gdy dostarczysz efektywną ich syntezę? O ile łatwiej będzie zacytować podane przez Ciebie treści w materiale dziennikarskim?

## SKRACAJ NAGŁÓWKI PUNKTÓW I PODPUNKTÓW RAPORTU

Gdy zajrzemy do biblii IR-owca, czyli „Rozporządzenia w sprawie informacji bieżących i okresowych [...]” na pierwszy rzut oka widać, iż sam tytuł punktu (opis X, Y, Z, wynikając z a, b, c), napisany suchym, prawniczym językiem może zająć do pół strony A4 raportu.

Dlaczego zatem tego nie skrócić? Po co przepisywać z „Rozporządzenia” słowo w słowo tę prawniczą nowomowę? Nie musisz tego robić! Gieldowi regulatorzy tego nie wymagają – najważniejsze, by wypełnić zawartość punktów zgodnie z ich opisem. Sam opis możesz (i powinieneś!) skrócić do minimum.

Pisz prostym językiem. Nie każdy z inwestorów to ekspert z dziedziny prawa czy ekonomii. Zapamiętaj – nie łamiesz rozporządzenia, gdy skracasz nagłówek opisowy. Złamiesz je jedynie wtedy, gdy wraz ze skróceniem

nagłówka do minimum ograniczysz wartość merytoryczną danego punktu. Reasumując – w danym punkcie musisz treściwie odpowiedzieć na pytanie z „Rozporządzenia”. Długość tytułu to kwestia poboczna. Najważniejsze, by był zrozumiały dla odbiorców raportu.

## NIE PRZEPISUJ SŁOWO W SŁOWO RAPORTÓW BIEŻĄCYCH

Gdy zestawiasz wszystkie umowy znaczące, ważne wydarzenia spółki z danego roku, które raportowałeś poprzez ESPI, nie przepisuj ponownie tych treści słowo w słowo. Nie warto. Inwestor z reguły nieleży posługuje się komputerem, internetem i posiada umiejętność czytania ze zrozumieniem.



PISZ PROSTYM JĘZYKIEM. NIE KAŻDY Z INWESTORÓW TO EKSPERT Z DZIEDZINY PRAWA CZY EKONOMII. ZAPAMIĘTAJ – NIE ŁAMIESZ ROZPORZĄDZENIA, GDY SKRACASZ NAGŁÓWEK OPISOWY. ZŁAMIESZ JE JEDYNIĘ WTEDY, GDY WRAZ ZE SKRÓCENIEM NAGŁÓWKA DO MINIMUM OGRANICZYSZ WARTOŚĆ MERYTORYCZNĄ DANEGO PUNKTU

Odeślij go poprzez aktywny [hyperlink](#) do pełnej treści, o której wspominaś. Nie rozszerzaj raportu okresowego do rozmiaru dawnej książki telefonicznej. Nie tędy droga. Niech znajdą się tam wybrane informacje, przedstawione w gustownej tabelce, z samymi najważniejszymi danymi, łatwymi do analizy. Warto rozważyć taką opcję.

## ODROBINA PRYWATY W RAPORCIE – NAPISZ COŚ O SWOJEJ KOMÓRCE IR

Mimo że nie musisz tego robić (to możliwość, nie konieczność), rozważ „za” i „przeciw”. Podaj swoje imię i nazwisko, stanowisko w firmie, adres mailowy i telefon. Wyeksponuj te dane w odrębnym punkcie raportu, niech będą łatwe do odnalezienia na jego łamach. Jeżeli chcesz – dorzuć swoje zdjęcie, fotografie pozytywnie wpływają na proces budowania marki. Napisz, czym na co dzień zajmuje się dział IR, w jakich sprawach inwestor, dziennikarz czy analityk może nawiązać z Tobą kontakt, jak szybko zareagujesz na jego wiadomość, kiedy odbędzie się kolejne spotkanie z inwestorami, *roadshow* itd. Napisz to wszystko. Chociaż może się to wydawać nazbyt „łopatologiczne”, zapewniam, że bardzo się opłaci.

## WYKRES AKCJI? JAK NAJBARDZIEJ!

Zaprezentuj, jak kształtował się wykres akcji spółki w ciągu całego okresu sprawozdawczego. Zbierz odpowiednie informacje i komentarze od osób decyzyjnych, uzupełnij o swoje doświadczenia, po czym umieść je w newralgicznych punktach wykresu. Ważne wydarzenie, kontrakt stulecia, świetne wyniki w raporcie kwartalnym – to wszystko mogło wpłynąć na ewentualną zmianę kursu akcji. Niezłym pomysłem jest dorzucenie listy rekomendacji domów i biur maklerskich, jeżeli w ciągu roku sprawozdawczego tworzyły jakieś rekomendacje.

Ostateczną granicą udoskonalania raportu okresowego jest jedynie Twoja kreatywność oraz... sens tego, co chcemy osiągnąć dzięki wprowadzeniu wyżej wymienionych zmian. A zatem do dzieła, IR-owcu! ■