

# Специфика коммуникаций в период подготовки к IPO



**KASE. Образовательный семинар для эмитентов**

Асель КАРАУЛОВА, CEO

PG Communications/Kazakhstan Press Club

- ✓ *PG Communications – консалтинговое PR агентство полного цикла, дочерняя компания Казахстанского Пресс-клуба*
- ✓ 20 лет на рынке PR и коммуникаций
- ✓ Более 500 выполненных PR проектов
- ✓ ***Единственная казахстанская компания, комплексно работающая в области финансовых коммуникаций и IPO (РД КМГ, Казком, Казахстан Кагазы, Казахмыс, Самрук-Казына и др.) и имеющая международную награду за проект «Народное IPO КТО»***
- ✓ Партнерская сеть по всем странам СНГ и всем крупным мировым центрам

# Связи с общественностью в финансовой сфере



**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 общественности (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**

# 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**

# 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)**
- › Фотографии руководящих лиц компании
- › 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”
- › Использование дополнительной информации в изучении конъюнктуры рынка

**- от 4 до 5 недель**

# Коммуникации в процессе IPO

## МАРКЕТИНГ



**Цель:**

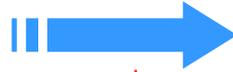
Обеспечить благоприятное окружение и независимую поддержку



- ▶ **Первоначальный (pathfinder) пресс-релиз**
- ▶ Распространение первичных проспектов среди ключевой прессы, аналитиков и организаций
- ▶ Официальные презентации для аналитиков
- ▶ Пресс-брифинги
- ▶ Оценка независимых брокеров
- ▶ Обратная связь
- ▶ Организация брифингов с участием только двух людей

**-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 газетных колонках и на новостных сайтах, посвященных фондовым биржам

**+ 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**

# «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...**

Спасибо за внимание!

Асель КАРАУЛОВА, CEO

[asel@pressclub.kz](mailto:asel@pressclub.kz)

[info@pressclub.kz](mailto:info@pressclub.kz)

[www.pressclub.kz](http://www.pressclub.kz)

[www.pgc.kz](http://www.pgc.kz)