

CISION®

# VÄLTÄ NÄITÄ SUDENKUOPPIA IR-VIESTINNÄSSÄ



# Johdanto

Nykyisten ja potentiaalisten sijoittajien kanssa kommunikoitaessa on otettava huomioon monta asiaa. Mitä tietoja on tarpeen jakaa? Mitkä julkaisut meidän pitää valita, jotta jaamme sijoittajille olennaisia uutisia? Millä aikataululla viestitään? IR-tiimien on otettava huomioon monia tekijöitä viestiessään kohderyhmille ja pelissä on paljon. Siksi niiden on oltava varovaisia välttääkseen virheitä, jotka voivat haitata tavoitteiden saavuttamisessa. Luemme tässä neljä yleisintä virhettä, joita olemme havainneet IR-viestinnässä ja kerromme myös miten niitä voidaan välttää.



# Et kerro pitkän aikavälin tavoitteista

Useat sijoittajat haluavat kuulla päätöksistä, jotka vaikuttavat tulokseen lyhyellä aikavälillä. Tavoitteita voidaan kuitenkin vain harvoin saavuttaa muutamassa kuukaudessa. Koska jotkut sijoittajat vaativat tietää erityisesti juuri näistä lyhyen aikavälin tuloksista, monet yritykset eivät kerro pitkän aikavälin aloitteistaan, vaikka siihen olisi tarvetta. Sijoittajien on puolestaan ymmärrettävä, että pitkän aikavälin tavoitteilla on yhtä paljon merkitystä kuin lyhyen aikavälin edistymisellä.

Yhtenä esimerkkinä voidaan vaikka sanoa, että yrityksellä voi olla paineita vähentää käyttökustannuksiaan irtisanomalla henkilöstöä. Vaikka tällainen päätös voi tuottaa osakkeenomistajille etua lyhyellä aikavälillä, pitkällä aikavälillä liiketoiminnalle on haitallista, jos henkilöstömäärää ei kasvateta tulojen kasvaessa.

Lyhyen aikavälin aloitteita koskevien ilmoitusten yhteydessä olisi hahmoteltava, miten kyseiset aloitteet sopivat yrityksen pitkän aikavälin suunnitelmaan.

Lyhyen ja pitkän aikavälin tavoitteet voivat myös toimia rinnakkain. Jos yritys vähentää henkilöstömääräänsä laskusuhdanteen aikana keskittyäkseen ydinliiketoimintaansa, se mahdollistaa organisaation hitaan uudelleenrakentamisen. Jos toivottu kasvu onnistuu, yritys voi nyt kohdentaa enemmän resursseja pitkän aikavälin tavoitteeseen, vaikkapa palvelutarjonnan laajentamiseen. Vaikka lyhyen aikavälin aloitteista tiedotettaisiinkin, on tärkeää muistuttaa sijoittajia siitä, miten nämä toimet vaikuttavat yhtiöön pitkällä aikavälillä.



# Jargonit ja liiallinen viestintä

Koska markkinoilla on yhä enemmän yksityissijoittajia, on erittäin tärkeää, että sekä ammattimaisille sijoittajille että yksityissijoittajille suunnattu viesti on selkeä ja helposti lähestyttävä. Sijoittajien suuri enemmistö ymmärtää esimerkiksi käsitteen vuosittainen kasvu, mutta harvempi ymmärtää lyhenteen CAGR (Compound Annual Growth Rate=yhdistetty vuotuinen kasvuvauhti). Yksityissijoittajat valitsevat todennäköisemmin yrityksesi, jos he ymmärtävät, mitä viestität organisaatiosi toiminnasta.

Tämän lisäksi monet yritykset haluavat kertoa erittäin yksityiskohtaisia tietoja liiketoiminnastaan. Terveystieteiden alan yritys voi esimerkiksi haluta antaa yksityiskohtaisen selityksen uuden hoidon kehittämisen taustalla olevasta tieteellisestä menetelmästä, vaikka lyhyt, yksinkertaistettu selitys olisi riittänyt viestin välittämiseen. On tasapainoiltava informatiivisuuden ja tiiviyn välillä, mutta tehokkain viesti on aina selkeä ja ytimekäs.

Jossakin tilanteissa on kuitenkin tarpeen antaa yksityiskohtaista tietoa, vaikka se saattaa olla vaikeaselkoista useille yksityissijoittajille. On kuitenkin olemassa eri tapoja esittää tällaista tietoa, esimerkiksi Cisionin avulla voit rakentaa IR-sivustollesi omat sivut, jolta aloitteesi ja tuloksesi löytyvät ja saavat näkyvyyttä.



# Epäjohdonmukaiset viestit

Monet yritykset unohtavat, miten tärkeää on, että viestinnällä on johdonmukainen aikataulu. Jos yritys toimittaa tietoa epäsäännöllisesti, voi se helposti aiheuttaa hämmennystä sijoittajien keskuudessa. Tuloksia, roadshow'ta ja tärkeitä kokouksia koskeva ennakoimaton viestintä voi saada sijoittajat kyseenalaistamaan viestintästrategianne ja sen, onko yritys myös muissa toiminnoissa organisoimaton.

Lisäksi neljännesvuosikatsauksissasi antamiesi tietojen tulisi heijastaa sijoittajille roadshow'ssa ja muissa konferensseissa pitämiäsi esityksiä. Älä oleta, että jos viestisi ovat epäjohdonmukaisia eri kanavissa, kukaan ei huomaa sitä. Yrityksesi maine on vaarassa, jos viestintäsi on epäjohdonmukaista ja arvaamatonta.



# Rajoitettu yleisö

Jotkin organisaatiot tekevät sen virheen, että ne jakavat kriittistä tietoa vain rajoitetulle yleisölle. Tämä on valitettavaa, koska rajallinen jakelu rajoittaa luonnollisesti myös viestin vastaanottajien määrää. Jotkut yritykset haluavat päästä mahdollisimman helpolla ja tiedottavat ainoastaan reguloituihin kanaviin. Samalla ne menettävät mahdollisuuden tavoittaa potentiaalisia sijoittajia, jotka käyttävät muita tärkeitä valtakunnallisia ja kansainvälisiä kanavia tiedon hankkimisessa sijoituspäätöksiään miettiessään.

Kun yksityisten sijoittajien määrä markkinoilla kasvaa, IR-johtajien on mietittävä uudelleen, keitä heidän kohdeyleisönsä kuuluu ja miten he keräävät tietoa. Yrityksesi näkyvyyden lisääminen valtakunnallisesti tärkeimmissä tiedotuskanavissa on suositeltavaa. Itse asiassa laajempi jakelu parantaa brändin tunnettuutta ja pitää yrityksesi sijoittajien mielessä.



# Yhteenveto

Sijoittajasuhteet ovat paljon muutakin kuin vain sääntelyvaatimusten noudattamista. Sinun on välitettävä oikea määrä tietoa muuttumatta kuitenkaan liian tekniseksi tai tarpeettoman yksityiskohtaiseksi.

Johdonmukaisen ja avoimen viestintästrategian avulla voit tyydyttää sekä uusien että potentiaalisten sijoittajien tarpeet ja valmistautua yrityksesi menestykseen. Median kohinan läpi pääseminen on vaikeaa, koska oikean viestin on tavoitettava oikea vastaanottaja hänen ehdoillaan.

Cision auttaa aktiivisesti yritysviestinnän parissa työskenteleviä ja auttaa rakentamaan pitkäaikaisia suhteita osakkeenomistajiin, pääomamarkkinoihin, toimittajiin, analyytikoihin ja suureen yleisöön.



## CISIONIN IR-RATKAISUT

Tavoita sidosryhmäsi, osakkeenomistajat ja toimittajat ja täytä samalla lain edellyttämät vaatimukset Cisionin IR-palveluilla.



# CISION®

Cision toimittaa viestintäratkaisuja, joiden ansiosta yli 100 000 viestinnän ja markkinoinnin ammattilaisen ympäri maailmaa on mahdollista vahvistaa tarinaansa.

Cision on markkinoiden johtava globaali viestinnän, markkinoinnin ja sosiaalisen median ohjelmistotalo. Se auttaa viestintäammattilaisia toimimaan strategisesti nykyaikaisessa mediaympäristössä, jossa yleinen mielipide vaikuttaa suoraan yrityksen menestykseen. Cisionin palveluiden avulla organisaatiot löytävät, tavoittavat ja sitouttavat asiakkaitaan ja sidosryhmiään sekä saavuttavat liiketoiminnalliset tavoitteensa.

Cisionilla on 24 toimistoa eri puolilla maailmaa. Sen palveluvalikoimaan kuuluu joukko alan parhaita ratkaisuja, kuten PR Newswire, MultiVu, Brandwatch, Cision Communications Cloud® ja Cision Insights.

Lisätietoa palveluistamme ja työkaluistamme löydät verkkosivuiltamme osoitteesta [www.cision.fi](http://www.cision.fi) sekä LinkedIn-tililtämme [@CisionFinland](https://www.linkedin.com/company/cision-finland).