

Основные коммуникационные ошибки в ходе подготовки и реализации IPO

Дмитрий Манаков
Директор
Citigate / Infomost Communications

Апрель 2008 г.

Содержание

- Задачи коммуникационной программы IPO
- Факторы, влияющие на коммуникационный процесс
- Причины коммуникационных ошибок
- Типичные ошибки
- Принцип «4С»
- Начните прямо сейчас

Задачи коммуникационной программы IPO



Цели и задачи коммуникационной программы при проведении IPO

Цели IPO

- Избыточная подписка
- Восприятие успеха
- Оптимизация цены размещения/оценки компании
- Здоровый вторичный рынок
- Качественные / долгосрочные акционеры
- Высокий рейтинг среди инвесторов
- Демонстрация сильных сторон компании

Маркетинговые цели

- Создание ощущения нехватки акций компании
- Формирование доверия и поддержки
- Комментаторы и инвесторы убеждены, что спрос превышает предложение

Маркетинговые задачи

- Информирование о компании и формирование ее высокой оценки
- Информирование о предложении и создание интереса к нему
- Представление сильных сторон компании
- Заметная поддержка инвестиционной истории и условий предложения

Коммуникационные задачи

В процессе подготовки к размещению акций перед компанией стоит несколько важнейших задач:

- Обеспечить правильное и по возможности благоприятное восприятие процесса размещения в целевых аудиториях
- Проинформировать целевые группы (инвесторов) об инвестиционной привлекательности компании
- Сформировать группу «экспертов» и «комментаторов», способных обеспечить качественное и профессиональное освещение процесса размещения
- Обеспечить соответствие качества коммуникаций в ходе всей программы, и особенно на начальном этапе, высоким международным стандартам
- Обеспечить устойчивые связи компании с российскими и зарубежными СМИ
- Обучить менеджмент компании навыкам общения с российскими и зарубежными СМИ
- Минимизировать риски в области коммуникаций

Факторы, влияющие на коммуникационный процесс

Основные стимулирующие факторы

- Поддержка маркетинга предложения
- Формирование основы для поддержки вторичного рынка
- Противодействие кризисным ситуациям
- Законодательные требования
- Пристальное внимание СМИ

Основные сдерживающие факторы

- Законодательные ограничения
- Информационная закрытость компании
- Неготовность менеджмента к работе со СМИ
- Отсутствие опыта финансовых коммуникаций у персонала
- Давление со стороны СМИ

Причины коммуникационных ошибок

- Недостаточное понимание сути процесса
- Недооценка значимости финансовых коммуникаций
- Неправильное понимание/толкование законодательства
- Недоверие к консультантам
- Отсутствие опыта

Типичные ошибки

Типичные ошибки

- Публичные заявления представителей компании об IPO задолго до принятия решения о его проведении
- «Коммуникации при IPO – это всего лишь полтора месяца работы и три пресс-релиза»
- «То, что они напишут – на самом деле неважно»

Типичные ошибки

- «При русском размещении нам не нужны зарубежные СМИ»
- «При зарубежном размещении нам не нужны российские СМИ»

Типичные ошибки

- «В силу юридических ограничений мы не можем ничего делать»
- «Юридические ограничения ничего не значат»
- «Материалы для работы со СМИ (основные сообщения, Q&A) нужны только для справки»

Типичные ошибки

- «Надо как можно больше паблисити»
- «Надо «продать» в СМИ как можно больший уровень оценки компании»

Типичные ошибки

- «Надо договориться с самым важным СМИ и все будет хорошо (эксклюзив)»
- «Если не «сливать» информацию, то они ничего не напишут или напишут плохо»

Принцип «4С»

- **Clarity:** ясность стратегии и основных сообщений
- **Consistency:** последовательность коммуникаций
- **Coordination:** координация распространения информации
- **Control:** контроль обратной связи

Начинайте уже сегодня

С точки зрения коммуникационной поддержки размещения, жизненно важно как можно раньше инициировать следующие шаги:

- Создать публичную историю компании
- Дифференцировать от конкурентов
- Внятно озвучить стратегию и постоянно подтверждать ее реализацию
- Уделить особое внимание анонсированию результатов деятельности
- Позиционировать менеджмент

Citigate Dewe Rogerson

- **Исключительный опыт** в сфере PR поддержки IPO: агентство работало над более чем 230 предложениями акций более чем в 37 странах, общий объем которых превысил \$500 млрд. долл.
- Более 100 сотрудников в Великобритании, специализирующихся на финансовом и корпоративном PR, связях с инвесторами.
- **Высокопрофессиональная команда** специалистов с опытом работы в области маркетинга, банковского дела и журналистики, обладающая опытом в области регулирования IPO, слияний и поглощений (M&A) в Европе.
- **Сеть агентств** и аффилированных компаний во всех глобальных финансовых центрах и многих европейских городах, включая Россию.
- Сильная команда для работы на развивающихся рынках обладает локальным опытом и способна проводить инновационные программы.
- В числе клиентов – более 10% компаний, входящих в рейтинг FTSE 100, 30% в EuroTop 300 и 25% в Fortune 500.
- Глубокие и долгосрочные **отношения с основными европейскими финансовыми СМИ** и базирующимися в Лондоне **институциональными инвесторами и аналитиками.**

Клиенты в области финансовых коммуникаций

Первичные размещения акций на российских и зарубежных биржевых площадках

 <p>2007</p> <p>Размещение на LSE, РТС и ММВБ коммуникационная поддержка US\$772 млн</p>	 <p>2007</p> <p>Продажа контрольного пакета стратегическому инвестору Коммуникационная поддержка</p>	 <p>2007</p> <p>IPO на LSE, коммуникационная поддержка US\$1.85 млрд</p>	 <p>2006</p> <p>IPO на LSE, коммуникационная поддержка US\$1.063 млрд</p>
 <p>2006</p> <p>IPO на РТС и ММВБ, коммуникационная поддержка US\$460 млн</p>	 <p>2006</p> <p>IPO на NASDAQ, коммуникационная поддержка в России US\$381 млн</p>	 <p>2006</p> <p>Подготовка к российскому листингу</p>	 <p>2005</p> <p>Подготовка к российскому листингу</p>
 <p>2005</p> <p>IPO на LSE, коммуникационная поддержка в России, US\$422 млн</p>	 <p>2004</p> <p>Коммуникационная поддержка IPO US\$68.8 млн</p>	 <p>2004</p> <p>Коммуникационная поддержка IPO в России, US\$127 млн</p>	 <p>2000</p> <p>Peter Hambro Mining IPO на AIM, коммуникационная поддержка в России, US\$ 50 млн</p>

Клиенты в области финансовых коммуникаций

Слияния и поглощения

2007

TRIGRANIT
DEVELOPMENT CORPORATION

Приобретение
компании «Торговый
квартал»

2006

5 Пятёрочка www.e5.ru
Гарантии качества и низкие цены!

Слияние с торговой сетью
«Перекресток»

2006

WARBURG PINCUS

продала сети российских
радиостанций компании Lagardere

2006

EFES

Приобретение
пивоварни «Красный
Восток»

2003

IRKUT

Слияние с КБ Яковлева

2001

НПО А Сатурн

Слияние «Рыбинских Моторов» и
«Люлька-Сатурн», образование
НПО «Сатурн»

2000

Приобретение ряда региональных
авиакомпаний, слияние с
Внуковскими Авиалиниями

2004-2005

!nBev

Выкуп контрольного пакета Sun
Interbrew