

## РАЗРАБОТКА IR-САЙТА КОМПАНИИ: НЕТ ПРЕДЕЛА СОВЕРШЕНСТВУ!

Девелоперская компания при подготовке к IPO решила создать новый корпоративный сайт для повышения узнаваемости компании среди инвесторов и аналитиков. Компания заказала работу по разработке структуры и информационного наполнения IR-раздела сайта.

Можно выделить три основных источника информации при разработке IR-сайта:

- собственное видение ситуации
- опрос представителей инвестиционного сообщества, позволяющий оценить восприятие компании рынком (Perception Study)
- анализ лучшей практики

Оптимальным на наш взгляд является сочетание лучшей практики и оценки восприятия. В данном случае мы остановимся на рекомендациях, основанных на анализе международной практики.

Результаты сравнительного анализа сайтов компаний России, Украины и ряда западных стран с акцентом на девелоперские компании позволил нам высказать ряд рекомендаций:

### **Обзор лучшей практики "сайтостроения" не должен ограничиваться лишь анализом примеров в рамках собственной отрасли**

Для создания IR-сайта, который отвечает лучшим стандартам международной практики, следует использовать как опыт компаний своего сектора, так и опыт компаний, занимающих лидирующие позиции в различных IR-рейтингах. Это позволит следить за основными тенденциями в данной сфере и своевременно перенимать лучшие подходы.

### **IR-раздел vs. IR-сайт**

Если компания намерена уделить максимальное внимание своим инвесторам, она может создать отдельный IR-сайт, на который должны вести ссылки с корпоративного сайта.

Основным преимуществом создания отдельного IR-сайта является снятие перегруженности с основного сайта компании и облегчение навигации. Основным недостатком создания отдельного IR-сайта является отвлечение дополнительных ресурсов, направленных на его продвижение, поэтому компаниям, находящимся на начальной стадии развития, оптимальнее было бы направить усилия на повышение узнаваемости / посещаемости своего основного сайта и популяризацию его IR-раздела.

### **Структура сайта должна максимально отражать как существующие, так и потенциальные потребности компании**

Основной критерий хорошего IR-раздела для инвестора – это удобная и детально продуманная структура. Мы рекомендуем изначально задавать максимально гибкую структуру IR-раздела, которая позволила бы разместить любую информацию в соответствии с потребностями компании. Поэтому структура сайта должна содержать не только те разделы, которые могут быть заполнены в данный момент, но и потенциальные возможности по дальнейшему расширению сайта.

На первом этапе компании не обязательно заполнять все разделы – некоторые из них могут быть закрытыми, но их существование позволит компании не тратить дополнительных усилий на пересмотр структуры сайта в будущем.

Пример: если компания, акции которой обращаются на фондовой бирже, планирует в будущем привлекать деньги в том числе и с помощью облигационных выпусков, в структуре IR-раздела ее веб-сайта желательно изначально предусмотреть наличие подразделов как под акции, так и под облигации. При этом второй подраздел следует оставить закрытым вплоть до момента принятия решения о выпуске долговых ценных бумаг.

### **Информационное наполнение: не переоценивайте своих возможностей**

Необходимо понимать, что какой бы разветвленной ни была первоначальная структура, именно Вы ответственны за ее наполнение и поддержание актуальности представленной информации, поэтому:

- рассчитывайте свои силы и не открывайте дополнительные разделы без особой необходимости – новые разделы следует открывать только тогда, когда вы способны их заполнить и периодически обновлять, избегайте появления пустых страниц
- следите за согласованностью размещаемой информации – имеет смысл назначить одного ответственного человека за актуализацию сайта – это позволит избежать проблем с противоречивостью и дублированием материала
- составьте регламент взаимодействия с другими подразделениями, который позволит эффективно взаимодействовать с сотрудниками, ответственными за подготовку документов и разработку других частей сайта, а также задать сроки предоставления данной информации и качественные требования к ней, что позволит поддерживать актуальность размещенной на сайте информации

### **Сделайте сайт удобным и информативным для посетителей**

Используйте разные способы подачи информации. Размещайте важную информацию на сайте в нескольких форматах: pdf, xls, html, в видео и аудиоформатах. Сделайте сайт более интерактивным с помощью размещения интерактивных годовых отчетов и презентаций.

Для повышения информативности сайта, рекомендуется использовать следующие инструменты: перечень часто задаваемых вопросов и ответов (FAQ), форму подписки на новости или корпоративные документы компании, финансовый калькулятор и пр.

### **Продвижение и оптимизация**

Компании следует уделить особое внимание не только вопросам создания грамотного IR-раздела на основном сайте компании, но и предусмотреть меры по продвижению и популяризации этого раздела среди инвесторов. Здесь можно выделить два ключевых направления деятельности: использование средств продвижения IR-раздела (баннеры, контекстная реклама) и статистического инструментария для отслеживания посещаемости IR-раздела сайта и отдельных страниц второго уровня.

Статистический инструментарий может включать такие показатели:

- статистика посещаемости по дням недели (в том числе время пиков посещаемости в течение дня – например, это позволит выявить "спокойные часы" для обновления и доработки сайта)
- статистика переходов (переход на IR-раздел осуществляется с главной страницы, с баннера, по поисковым запросам, по контекстному рекламному сообщению, с сайта партнеров и т.п.)
- статистика просмотров различных страниц IR-раздела, в т.ч. повторных просмотров
- статистика поисковых запросов – что искали посетители сайта и был ли поиск успешным?
- статистика просмотров с детализацией по регионам и странам
- статистика продолжительности посещения IR-раздела, его страниц

Размещение на сайте интерактивного годового отчета позволит собирать не только статистику посещений IR-сайта, но и просмотров годового отчета. Понимание статистики посещений позволит замерить фактический спрос на ту или иную информацию и интерактивно развивать раздел, оптимизируя его в соответствии с потребностями посетителей.

### **Контроль информации о Вашем бизнесе нельзя ограничивать лишь рамками собственного сайта**

О Вашей компании инвесторы могут узнать в интернете не только на Вашем собственном корпоративном сайте. Фактически компании имеют распределенное присутствие в сети, ведь информация о них доступна на сайтах бирж, регуляторов, информационных агентств, брокеров, депозитариев (которые могут обслуживать Вашу программу ADR/GDR), аналитических компаний, рейтинговых агентств и, наконец, на сайтах поставщиков фундаментальной информации, тех, что создают и поддерживают специализированные базы данных по эмитентам.

Таким образом, очевидно, что важно контролировать информацию о компании не только на корпоративном сайте, но и за его пределами (безусловно, оставаясь в рамках разумного). В основном аналитики и инвесторы черпают информацию об эмитентах из баз данных и новостных лент (Интерфакс, Bloomberg, Thomson Reuters и т.д.), поэтому задача компании – периодически отслеживать информацию о компании в международных базах фундаментальной информации и следить за ее полнотой и актуальностью. Не следует отставать в столь важном вопросе от Ваших отраслевых конкурентов, которые, вполне возможно, давно занимаются этой работой, не афишируя ее!

Также желательно держать в поле зрения страничку фондовой биржи, посвященную вашей компании, и проверять, работает ли инструментарий – сбой в работе сайта может плохо сказываться на имидже компании, т.к. отсутствие котировок акций вполне может быть воспринято инвесторами в первую очередь как отсутствие торгов, а не как сбой в IT-системе.