

STEP BY STEP



**Как эффективно позиционировать
российские компании
на российском и международных финансовых рынках**



Введение. Основные проблемы в продвижении на финансовых рынках.

- Нежелание компаний раскрывать информацию
- Слабая информированность как потенциальных, так и существующих инвесторов о бизнесе компании
- Невысокие маркетинговые бюджеты
- Отсутствие маркетинга ценных бумаг и исследований потенциальных инвесторов
- Высокое значение имеет лояльность государственных органов. Иногда в «топе» держателей акций находятся государственные деятели.





Введение. Основные проблемы в продвижении на финансовых рынках.



- Рискovanность вложения в ценные бумаги
- Высокая доля малого и среднего бизнеса в России в целом
- Небольшая доля массовых потребителей в инвестиционном процессе
- Низкий уровень образования в области инвестиционной политики организации и маркетинге ценных бумаг



Ценные бумаги – тоже товар!

Ценные бумаги необходимо рассматривать как **товар**, однако у них есть свои особенности:

- 1) Потребительская ценность заключается в том, что **данный товар рассматривается как средство получения дохода**, либо право собственности.
- 2) Ценные бумаги рассматриваются как производная от «базового актива» - стоимости компании, соответственно, **спрос на них зависит от положения компании на рынке.**



Задачи товарного маркетинга и финансового маркетинга

Товарный маркетинг	Финансовый маркетинг
<ul style="list-style-type: none">✓исследование спроса на товары и услуги✓реклама и формирование общественного мнения✓стимулирование сбыта	<ul style="list-style-type: none">✓исследование потенциального спроса и поведения инвесторов✓формирование общественного мнения.✓воздействие эмитента на инвестора
<ul style="list-style-type: none">✓изучение ценообразования✓планирование ассортимента товаров и услуг✓планирование сбыта товаров и услуг✓планирование мероприятий по хранению, транспортировке товара и проч.	<ul style="list-style-type: none">✓внедрение ценных бумаг на рынок✓реализация ценных бумаг✓продвижение ценных бумаг на рынке✓информационно-аналитическая работа✓мотивация поведения эмитентов и инвесторов и проч.



Что повышает привлекательность ценных бумаг компании?

- Открытость компании (раскрытие информации)
- Весомое положение на рынке
- Высокие показатели эффективности деятельности компании
- Наличие информации о стратегии развития компании
- Сильный бренд

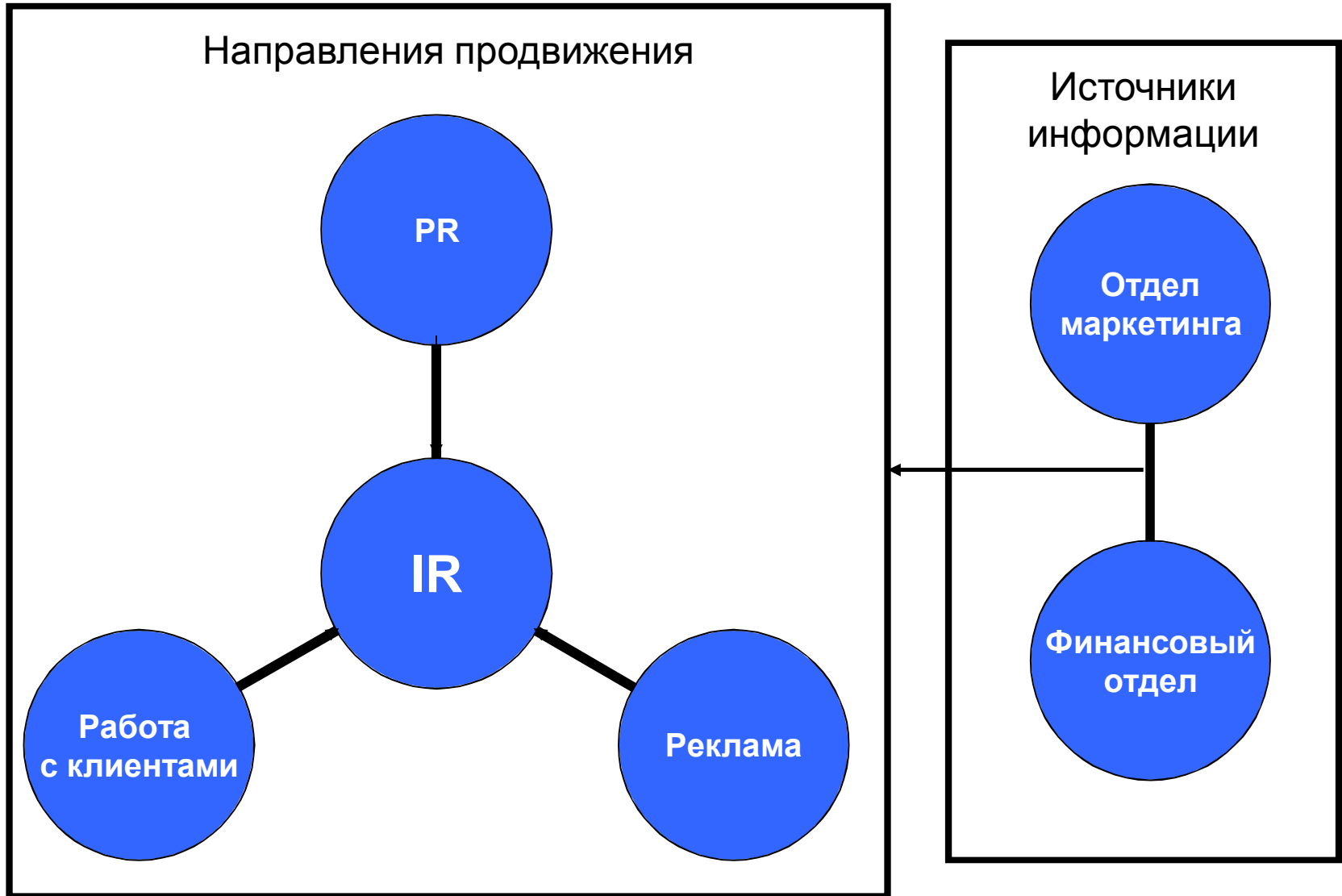




- ❖ **Продукт (Product)** – набор финансовых инструментов, используемых компанией (акции, облигации и их производные).
- ❖ **Цена (Price)** – рыночная стоимость ценных бумаг.
- ❖ **Дистрибуция (Place)** - размещение ценных бумаг на фондовых рынках.
- ❖ **Продвижение (Promotion)** - всевозможная деятельность фирмы по стимулированию сбыта выпускаемых ценных бумаг, основанная на принципах интегрированных маркетинговых коммуникаций.



Организация эффективных маркетинговых коммуникаций на финансовых рынках





Задачи IR-менеджеров в продвижении на финансовых рынках

- Коммуникация с существующими инвесторами
- Коммуникация с потенциальными инвесторами
- Участие в конференциях и специальных мероприятиях
- Изучение текущих и потенциальных инвесторов
- Изучение спроса и предложения на ценные бумаги
- Подготовка отчетных документов и презентация итогов деятельности компании за определенный период
- Распространение информации о финансовой деятельности компании
- Разработка процедур по раскрытию деятельности





Возможные методы продвижения на финансовых рынках. Связи с общественностью.

Цель:

- изучение общественного мнения по отношению к эмитенту и его деятельности
- опровержение искаженной или ложной информации об эмитенте
- персонификация бизнеса, создание ассоциации «компания - конкретный человек» (в частности, путем периодических выступлений одного из представителей эмитента перед общественностью)
- обеспечение поддержки со стороны различных слоев или групп населения.

Способы проведения: рассылка пресс-релизов, публикации в СМИ, упоминания в сети Интернет, выступление на радио и ТВ и др.

Результат: сформированное положительное общественное мнение влияет на все сегменты потенциальных инвесторов.

Создание образа надежной компании, риски инвестирования в которую минимальны – одна из важнейших задач продвижения для российских компаний!



Возможные методы продвижения на финансовых рынках. Реклама

Цели:

- распространить информацию
- повысить осведомленность участников рынка
- привлечь внимание потенциальных инвесторов
- побудить у них желание купить ценные бумаги
- способствовать увеличению объема операций с ценными бумагами

Места размещения: наиболее часто используется реклама в прессе и сети Интернет.

Аудитория: высокоэффективно для информирования потенциальных инвесторов-физических лиц.

Особые условия: регулируется Федеральным законом «О рекламе», необходимо соблюдать ряд ограничений, допускается только реклама ценных бумаг, распространяемых среди неограниченного круга лиц.





Возможные методы продвижения на финансовых рынках. Прямые продажи.

Цель: продажа ценных бумаг определенному кругу лиц.

Способы проведения: рассылка информации по базе существующих инвесторов, прямая связь с крупными инвестиционными фондами и прочее.

Аудитория: крупные инвесторы, имеющие возможность приобрести сразу большой пакет ценных бумаг.





Возможные методы продвижения на финансовых рынках. Участие в выставках и конференциях.

Цель: повышение известности компании, улучшение имиджа

Способы проведения: участие в качестве спикера, в качестве ведущего круглого стола, простого участника.

Аудитория: профессиональные участники различных рынков, в основном – корпоративные инвесторы (юридические лица, инвестиционные фонды и т.п.)





Объем рынка IPO в России в 2011 году специалисты оценили в сумму около 10 млрд. долл., что выше уровня 2010 года. На фоне снижения объема мирового рынка IPO в 2 раза, российский рынок выглядит достаточно привлекательно.



Процедуру IPO в 2011 успешно провели следующие компании:

- Эталон
- РусАгро
- Полиметалл
- ГМС
- Ютинет.ру
- Номос-банка
- ФосАгро
- Yandex
- Global Ports
- Worldwide Papa's



Одновременно с этим динамично проходили процедуры SPO. Так, о дополнительном размещении акций в 2011 году объявили такие компании, как:

- ВТБ
- Магнит





Неудачи российских компаний в проведении IPO

По различным причинам процедура IPO может быть признана неудачной, вплоть до отмены данной процедуры.

В 2011 году первичный выпуск акций пришлось отложить следующим компаниям:

- Челябинский трубопрокатный завод
- Евросеть





Основные причины неудач российских компаний в проведении IPO

Говоря о неудачах при первичном размещении акций, чаще всего подразумевают:

- Заниженную цену стоимости компании
- Ситуацию, в которой проведения IPO откладывают на неопределенных срок.

Основные причины:

- «Завышенная самооценка» компаний
- Предоставление неверных данных в процессе IPO
- **Различные факторы, негативно сказывающиеся на имидже компании и приводящие к потере доверия со стороны инвесторов**
- Слабая информированность как потенциальных, так и существующих инвесторов о бизнесе компании.



В развитых странах один из основных способов сбережения средств – это покупка акций публичных компаний.

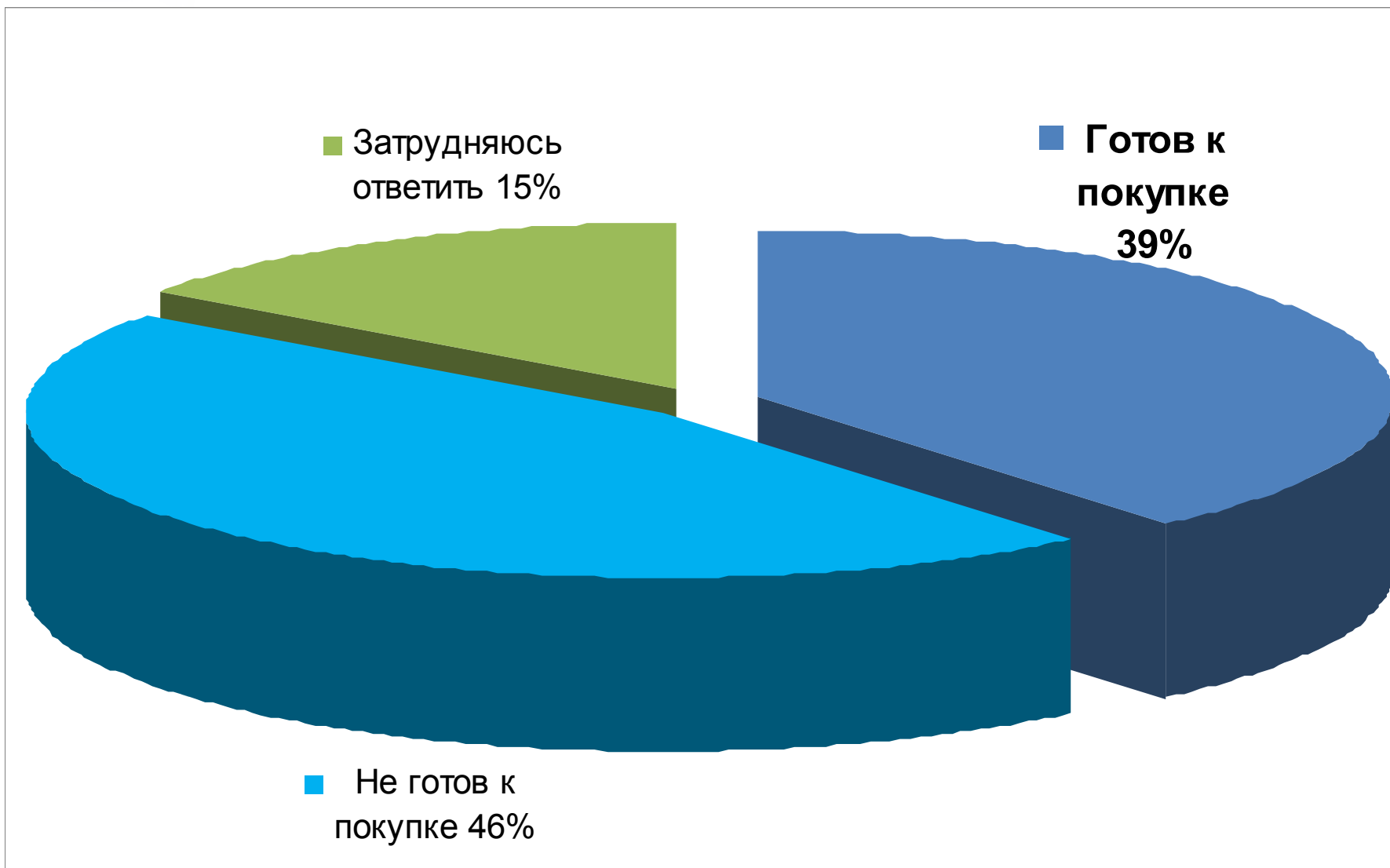
В современной России в качестве частных инвесторов публичных компаний чаще всего выступают люди с очень высоким уровнем дохода, имеющие достаточно свободных средств и готовые рискнуть.

Тем не менее, за последние 5 лет доля тех, кто готов вложить деньги в акции российских предприятий, выросла до 39% (для сравнения: в 2008 году эта цифра составляла 30%).





Готовность россиян к покупке ценных бумаг отечественных предприятий





Портрет потенциального инвестора

Чаще других к покупке акции склонны:

- мужчины (45%)
- люди в возрасте до 45 лет (52%)
- лица с высшим образованием (52%)
- семьи с доходом свыше 20 тыс. рублей в месяц на человека (57%)
- лица, проживающие в небольшом городе с населением до 250 тыс. человек (45%)





Основные выводы. Чего не хватает российским компаниям для эффективного продвижения на финансовых рынках?



- ❖ Отсутствие либо запоздание в создании IR отдела
- ❖ Неэффективная работа PR отдела
- ❖ Нежелание раскрывать показатели деятельности компании
- ❖ Слабая информированность потенциальных инвесторов о деятельности компании
- ❖ Появление в СМИ информации, наносящей удар по имиджу компании



Спасибо за внимание!

Группа компаний Step by Step
Дорогу осилит идущий!

Сайт: www.step-by-step.ru

Электронная почта: info@step-by-step.ru

Тел.: +7 (495) 760-50-73

Адрес: Москва, Николаямский пер., д. 3а стр.2
Метро Таганская (кольцевая)