

# Μανώλης Δραϊνιάκης

Chief Operation Officer της εταιρίας «Χρυσός Οδηγός Α.Ε.»

## Στη νέα εποχή εισήλθε ο «Χρυσός Οδηγός» με επενδύσεις που ξεπερνούν το 1 εκ. ευρώ

ΣΥΜΠΛΗΡΩΘΗΚΑΝ δύο χρόνια από τότε που ο «Χρυσός Οδηγός» έγινε ιδιωτική εταιρία με την ομώνυμη επωνυμία, μετά την εξαγορά της θυγατρικής του ΟΤΕ.

Στη διετία αυτή η επιχείρηση αναδιοργανώθηκε, ενίσχυσε το βασικό της προϊόν, που είναι ο γνωστός σε όλους έντυπος «Χρυσός Οδηγός», αλλά παράλληλα προ-

σανατολίστηκε και στα νέα μέσα όπως είναι το internet και η κινητή τηλεφωνία, με επενδύσεις που ξεπέρασαν το 1 εκατ. ευρώ. Παράλληλα, επενδύει στον συνεχή εμπλουτισμό και την επικαιροποίηση της βάσης δεδομένων, όπου πλέον το ενδιαφέρον στρέφεται σε νέες εμπλουτισμένες πληροφορίες, οι οποίες καλύπτουν πλήρως τις σημερινές ανάγκες των χρηστών. Εν ολίγοις, σήμερα οι χρήστες δεν ενδιαφέρονται μόνο για τη διεύθυνση και το τηλέφωνο, αλλά και για μια σειρά από επιπλέον χρηστικές πληροφορίες, όπως μας είπε ο κ. Μανώλης Δραϊνιάκης, Chief Operation Officer της εταιρίας στη συνέντευξη που ακολουθεί.

“

**Παράλληλα με τον κλασικό κατάλογο υπάρχει πλέον και η δυνατότητα ταυτόχρονης προβολής σε internet και κινητά τηλέφωνα**

► Συμπληρώνονται δύο χρόνια από την εξαγορά της εταιρίας. Τι έχει αλλάξει στη δομή και τον τρόπο λειτουργίας της καθώς έχει εγκαταλείψει την επωνυμία Infote, της εποχής ΟΤΕ, και πλέον είναι γνωστή ως «Χρυσός Οδηγός»;

«Η εταιρία μας έθεσε από την πρώτη ημέρα δύο βασικές προτεραιότητες: την ικανοποίηση των πελατών μας, με την προφορά αποτελεσματικής και αποδεδειγμένα αποδοτικής διαφήμισης, και την ικανοποίηση των χρηστών μας με την παροχή έγκυρων και αναλυτικών πληροφοριών, οι οποίες θα είναι διαθέσιμες με όποιον τρόπο οι ίδιοι θα επιλέξουν.»

Με βάση αυτές τις προτεραιότητες επιδιώξαμε τη δημιουργία μιας **πολλαπλής πλατφόρμας διαφημιστικής προβολής**, ενσωματώνοντας και αξιοποιώντας με πολύ γρήγορους ρυθμούς όλες τις δυνατότητες που παρέχουν οι νέες τεχνολογίες και μιας **πραγματικά εμπλουτισμένης βάσης δεδομένων** με αναλυτικές και λεπτομερείς πληροφορίες για το σύνολο της ελληνικής αγοράς.

Ετσι, παράλληλα με τον πολύ επιτυχημένο κατάλογο, όπου για πλέον από 38 χρόνια έχει διαφημιστεί το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων και επαγγελματιών, η εταιρία μας δίνει πλέον τη δυνατότητα στους πελάτες της να διαφημίζονται ταυτόχρονα στον «Χρυσό Οδηγό», στο internet και συγκεκριμένα στο [www.xo.gr](http://www.xo.gr) και στα κινητά τηλέφωνα μέσω μιας εφαρμογής που έχουμε αναπτύξει πρόσφατα και η οποία είναι συμβατή με το σύνολο των κινητών που κυκλοφορούν στην ελληνική αγορά.

Όλα αυτά είναι αποτέλεσμα συστηματικής προσπάθειας, η οποία έγινε τα δύο τελευταία χρόνια, με σημαντικές επενδύσεις στη δημιουργία υποδομών αλλά και στη στελέχεση της εταιρίας με εξειδικευμένο και έμπειρο ανθρώ-



πινο δυναμικό».

► Τι επενδύσεις έγιναν το διάστημα αυτό και τι πρόκειται να γίνει στο άμεσο μέλλον;

«Η εταιρία μας, όπως προαναφέρα, ξεκίνησε από την πρώτη ημέρα ένα ιδιαίτερα φιλόδοξο πρόγραμμα επενδύσεων, το οποίο αφορούσε τόσο τη δημιουργία των απαραίτητων υποδομών για την ανάπτυξη των νέων υπηρεσιών που επιδιώκει να προσφέρει μέσω του Internet και των κινητών τηλεφώνων, όσο και για την ανανέωση και βελτίωση των έντυπων καταλόγων της. Παράλληλα επενδύσαμε στον συνεχή εμπλουτισμό και την επικαιροποίηση της βάσης δεδομένων, όπου πλέον το ενδιαφέρον στρέφεται σε νέες εμπλουτισμένες πληροφορίες, οι οποίες καλύπτουν πλήρως τις σημερινές ανάγκες των χρηστών. Εν ολίγοις, σήμερα οι χρήστες δεν ενδιαφέρονται μόνο για τη διεύθυνση και το τηλέφωνο, αλλά για μια σειρά από επιπλέον πληροφορίες, οι οποίες τους είναι χρή-

σιμες προκειμένου να αποφασίσουν τι θα επιλέξουν, ακόμη και για τις απόψεις άλλων χρηστών που ήδη έχουν χρησιμοποιήσει τη συγκεκριμένη επιχείρηση ή τον επαγγελματία.»

Ταυτόχρονα, η εταιρία μας βελτιώνει συνεχώς τον έντυπο κατάλογο, τον γνωστό δηλαδή «Χρυσό Οδηγό», με στόχο να αυξήσει ακόμη περισσότερο την αποτελεσματικότητά του για τους διαφημιζομένους και την χρησιμότητά του για τους χρήστες.

Ο «Χρυσός Οδηγός» διανέμεται πλέον στην είσοδο κάθε σπιτιού και κάθε γραφείου ή επιχείρησης, έχει αναθεωρηθεί ως προς την εμφάνισή του για να είναι ευκολότερα αναζητήσιμες οι πληροφορίες που ψάχνουν οι χρήστες και βέβαια συμπληρώνεται συνεχώς προκειμένου να υπάρχουν αξιόπιστες και πρόσφατα επικαιροποιημένες πληροφορίες.

Η έμφαση που έχουμε ήδη δώσει στις νέες τεχνολογίες, με τη σημαντική ενίσχυση του site μας [www.xo.gr](http://www.xo.gr) και της ειδικής εφαρμογής που έχουμε αναπτύξει για τα κινητά, αποδεικνύει έμπρακτα την κατεύθυνση στην οποία θα κινηθούμε και στο μέλλον.

Επιδιώκουμε να είμαστε πρωτοπόροι στην εφαρμογή καινοτόμων λύσεων στην ελληνική αγορά, με στόχο να προσφέρουμε ακόμη αποτελεσματικότερη προβολή στους πελάτες μας καθώς και ακόμη πιο βελτιωμένες υπηρεσίες αναζητήσιμων πληροφοριών στους χρήστες μας.»

► Ο «Χρυσός Οδηγός» ως προϊόν έχει καταξιωθεί στην ελληνική αγορά εδώ και πολλά χρόνια. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά εκείνα που τον έχουν οδηγήσει στη θέση όπου βρίσκεται; «Ο «Χρυσός Οδηγός» είναι ο στρατηγικός συνεργάτης χιλιάδων επιχειρήσεων και επαγγελματιών ανά την Ελλάδα, με περισσότερα από 38 χρόνια εμπειρίας στην αγορά και με αποδεδειγμένη αποτελεσματικότητα για τους διαφημιζομένους, αλλά και με την πλέον έγκυρη πληροφορότητα για τους χρήστες.»

Στις επιχειρήσεις και τους επαγγελματίες σήμερα προσφέρει τη δυνατότητα να προσεγγίσουν το σύνολο της ελληνικής αγοράς, προβαλλόμενοι σε τρία αλληλοσυμπληρούμενα μέσα, το έντυπο, το internet και το κινητό, αποδεικνύοντας τους ταυτόχρονα την αποτελεσματικότητά τους της προβολής, με ένα συγκεκριμένο σύστημα μέτρησης, μέσω του οποίου ο κάθε πελάτης γνωρίζει πόσο ακριβώς απέδωσε η διαφήμισή του αυτή.

Πόσους, δηλαδή, πελάτες του έφερε η συγκεκριμένη διαφήμιση και πόσα έσοδα.

Στους χρήστες δίνει τη δυνατότητα να αναζητήσουν τις πληροφορίες που θέλουν με όποιον τρόπο ο καθένας επιλέγει, έντυπα, ηλεκτρονικά ή μέσω του κινητού τους, οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας, σε οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας και χωρίς καμία επιβάρυνση. Ένα βασικό χαρακτηριστικό του «Χρυσού Οδηγού», πέραν της αξιοπιστίας και της εγκυρότητας, είναι ότι όλες οι πληροφορίες που παρέχει είναι **εντελώς δωρεάν** για τους όλους τους χρήστες, ανεξάρτητα από τον τρόπο που θα επιλέξουν να τις αναζητήσουν.

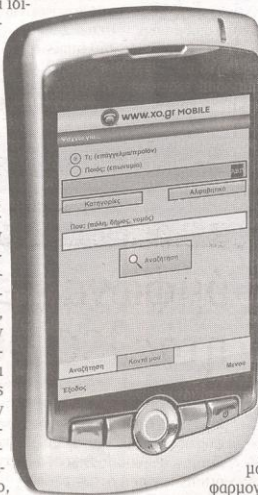
Ο «Χρυσός Οδηγός» ξεκίνησε 38 χρόνια πριν και καθιερώθηκε ως το πιο έγκυρο μέσο πληροφορότητας και ο πλέον αποτελεσματικός τρόπος προβολής και αυτό επιδιώκουμε να ενισχύσουμε.

Να είμαστε, δηλαδή, η αποτελεσματικότερη πλατφόρμα διαφημιστικής προβολής και η πλέον αξιόπιστη πηγή αναζητήσιμων πληροφοριών. Αυτό είναι το όραμά μας και αυτό το όραμα επιδιώκουμε να υλοποιήσουμε βασισμένοι κατά κύριο λόγο στους ανθρώπους μας.»

► Για πολλά χρόνια δεν υπήρχε στην αγορά ανταγωνιστικό προϊόν. Τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί, ιδιαίτερα στην περιφέρεια αλλά και σε πολλές περιοχές της Αττικής, ανταγωνιστικά προϊόντα. Σας ανησυχεί το ά-

“

**Στους χρήστες δίνεται η δυνατότητα αναζητήσιμων με όποιον τρόπο ο καθένας επιλέγει, οποιαδήποτε στιγμή της ημέρας και χωρίς επιβάρυνση**



νοίγματος της αγοράς, έχετε απώλειες μεριδίου και πώς αντιμετωπίζετε τον ανταγωνισμό;

«Και σήμερα στην ουσία ο "Χρυσός Οδηγός" λειτουργεί χωρίς ανταγωνισμό, υπό την έννοια ότι οι υπηρεσίες που προσφέρει είναι μοναδικές. Συγκεκριμένα, ο "Χρυσός Οδηγός" ως πολλαπλή πλατφόρμα διαφημιστικής προβολής, η οποία δίνει τη δυνατότητα στους διαφημιζόμενους να προσεγγίζουν όλες τις καταναλωτικές ομάδες σε όλη την Ελλάδα, αλλά και στο εξωτερικό μέσω του διαδικτύου, δεν μπορεί να συγκριθεί με άλλες προσπάθειες που γίνονται. Η εταιρία μας παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις στους επαγγελματίες και τις επιχειρήσεις, οι οποίες αποδεικνύουν ότι έχουν αποτέλεσμα και μάλιστα ποσοτικοποιημένο και στους χρήστες πραγματικές, έγκυρες πληροφορίες, με πολλούς τρόπους προσβάσιμες».

“

Εχει ξεκινήσει με επιτυχία η συνεργασία με την βουλγαρική εταιρία Yellow Pages της Βουλγαρίας, την Golden Pages

► Στην εποχή του internet, ιδιαίτερα στην αγορά των «οδηγών», οι έντυπες εκδόσεις φαίνεται ότι ακολουθούν φθίνουσα πορεία. Πώς αντιμετωπίζετε τη σχέση έντυπου και ηλεκτρονικού οδηγού;

«Τα έντυπα και το internet ως μέσα είναι απόλυτα συμπληρωματικά. Αν δούμε, ακόμη και στην Αμερική, αλλά και σε χώρες της Β. Ευρώπης, όπως οι σκανδιναβικές, όπου η χρήση του Internet είναι πολλαπλάσια από ό,τι στη χώρα μας, η χρήση των έντυπων καταλόγων ξεπερνά το 70%. Αυτό σημαίνει ότι ένα πολύ μεγάλο μέρος του πληθυσμού επιλέγει να ψάχνει πληροφορίες μέσω των καταλόγων, είτε γιατί το internet δεν τον είναι ιδιαίτερα φιλικό, είτε λόγω συνήθειας, είτε για τον λόγο ότι σε συγκεκριμένες στιγμές ή μέρη είναι πιο βολικό. Πιστεύουμε λοιπόν ότι το έντυπο θα εξακολουθήσει να χρησιμοποιείται, ενώ παράλληλα θα αυξάνεται η χρήση του Internet, των κινητών και ενδεχομένως οτιδήποτε άλλο προκύψει στο μέλλον. Για αυτό και εμείς επιλέγουμε να επενδύουμε παράλληλα και στις τρεις κατευθύνσεις. Επενδύουμε προκειμένου οι πελάτες μας, οι διαφημιζόμενοι, να μπορούν να καλύπτουν τις διαφορετικές ανάγκες των δικών τους πελατών και να επιτυγχάνουν τη μεγαλύτερη δυνατή έκθεση-προβολή τους στην αγορά. Παράλληλα, οι χρήστες ανάλογα με την ανάγκη που αντιμετωπίζουν καθώς και τις συνθήκες ή/και προτιμήσεις έρευνας αγοράς που έχουν, επιλέγουν εκείνο το μέσο που τους εξυπηρετεί καλύτερα την εκάστοτε στιγμή».

Αρα, είναι σκόπιμο οι πελάτες μας να διαφημίζονται και στα δύο αυτά μέσα και είναι ακριβώς αυτό που οι διαφημιστικοί συμβουλοί

μας τους επισημαίνουν».

► Πέραν της κλασικής μορφής του οδηγού με την απλή καταγραφή βασικών στοιχείων επικοινωνίας, εκείνο που έχει ιδιαίτερη ζήτηση από τους χρήστες είναι η «ειδική» πληροφορία με κατηγοριοποίηση όχι μόνο των επαγγελματιών αλλά και των προϊόντων, κατευθύνση στην οποία «κίτζεται» ο νέος «Χρυσός Οδηγός».

γκρίσει και μετά να αποφασίσει. Αυτό αλλάζει και τον τρόπο πλέον που πρέπει να δομούνται όλα τα μέσα που παρέχουν πληροφορίες. Οι χρήστες πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να αναζητήσουν την πληροφορία που χρειάζονται με τον τρόπο που αυτοί τη θέλουν και όχι με τον τρόπο που τις έχει ταξινομήσει το μέσο. Ο "Χρυσός Οδηγός" λοιπόν "κίτζεται" σε αυτή την κατεύθυνση, δημιουργώντας όχι μόνο τη μεγαλύτερη και την εγκυρότερη βάση δεδομένων, αλλά μια "έξυπνη" βάση, μέσω της οποίας οι χρήστες θα μπορούν να αναζητούν όποια πληροφορία κρίνουν σκόπιμη και όποιο τρόπο ο καθένας επιλέγει για να την αναζητήσει».



► Εκτός από την ελληνική αγορά, ποια είναι η πολιτική σας όσον αφορά τις αγορές του εξωτερικού;

«Αδιαμφισβήτητα, μας ενδιαφέρει η σύναψη συνεργασίας με το εξωτερικό, κυρίως με την αγορά των Βαλκανίων, εφόσον διαβλέπουμε ότι υπάρχει η δυνατότητα επωφελέους συνεργασίας. Προς αυτήν την κατεύθυνση, έχουμε ήδη ξεκινήσει με επιτυχία τη συνεργασία μας με την αντίστοιχη εταιρία Yellow Pages στη Βουλγαρία, την Golden Pages. Συγκεκριμένα, δίνουμε τη δυνατότητα στις ελληνικές επιχειρήσεις να προσεγγίσουν την αγορά της Βουλγαρίας, να διαφημιστούν μέσω της ιστοσελίδας της Golden Pages. Παράλληλα, μπορούν να διαφημίζονται στο δικό μας site [www.xo.gr](http://www.xo.gr) επιχειρήσεις της Βουλγαρίας που το επιθυμούν, λόγω των δραστηριοτήτων τους ή και της πρόθεσής τους να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στην ελληνική αγορά. Αυτό ως πρώτο βήμα συνεργασίας».

«Αυτή ακριβώς η ανάγκη των χρηστών καθοδηγεί τις ενέργειες και την επένδυση που κάνουμε στη βάση δεδομένων, την οποία προσφέρουμε. Σήμερα οι χρήστες θέλουν να έχουν πλήρη εικόνα των υπηρεσιών και των προϊόντων που προσφέρει η κάθε επιχείρηση, με αναλυτική περιγραφή των χαρακτηριστικών τους, των πλεονεκτημάτων που έχουν σε σύγκριση με άλλα, καθώς και των τιμών τους. Η έλλειψη χρόνου όλων μας, βασικό στοιχείο της εποχής που ζούμε, δημιουργεί τη συγκεκριμένη ανάγκη».

Ο καθένας μας πλέον δεν έχει τον χρόνο να βγει στην αγορά και να ψάξει πληροφορίες για το προϊόν ή την υπηρεσία που χρειάζεται. Θέλει να τα βρει όλα κάπου συγκεντρωμένα, να κάνει τις απαραίτητες συ-



► Έντυπο, internet, mobile, φωνητικές υπηρεσίες. Ποια είναι η «κρυφή τομή» μεταξύ αυτών στη διάθεση των πληροφοριών; Ποια είναι η ισορροπία που κάνει αποδοτικότερη τη λειτουργία της εταιρίας;

«Όπως προανέφερα, όλα τα μέσα είναι συμπληρωματικά και αυτό αποδεικνύεται από τα στοιχεία που υπάρχουν όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και στις λεγόμενες "ώριμες" αγορές».

Στόχος μας είναι να προσφέρουμε ολοκληρωμένη διαφημιστική πρόταση στους πελάτες μας, προκειμένου να πετυχαίνουν την καλύτερη δυνατή προβολή των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Και η καλύτερη προβολή για όλους τους διαφημιζόμενους είναι η δυνατότητα προσέγγισης όλων των πελαειακών κοινών που τους ενδιαφέρουν, οπουδήποτε αυτοί βρίσκονται, στο σπίτι, στο γραφείο, στην εξοχή, καθ' οδόν, και οποιαδήποτε ώρα του 24ώρου, όπως επίσης ανεξάρτητα από τις συνθήκες που έχουν και τον τρόπο με τον οποίο πραγματοποιούν την έρευνα αγοράς για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία που τους ενδιαφέρει. Με τον τρόπο αυτό, οι διαφημιζόμενοι είναι σίγουροι ότι οι πελάτες τους μέσω της δικής μας "πολλαπλής πλατφόρμας"

“

Ο τζίρος το 2008 ανήλθε σε 65,5 εκατ. ευρώ, με τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων στα 24,9 εκατ. ευρώ

► Δώστε μου μια εικόνα των οικονομικών μεγεθών της εταιρίας και των προοπτικών της για το 2010 (τζίρος, αριθμός απασχολούμενων, επενδύσεις, προβλέψεις);

«Παρότι βρισκόμαστε σε μια δύσκολη οικονομικά συγκυρία, τα μεγέθη της εταιρίας μας δεν αναμένεται να επηρεαστούν ιδιαίτερα και αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι όλες οι επιχειρήσεις αυτών ακριβώς την περίοδο επιλέγουν να διαφημίζονται με μέσα τα οποία είναι ταυτόχρονα οικονομικά και αποτελεσματικά. Ο "Χρυσός Οδηγός" συνδυάζει και τα δύο αυτά χαρακτηριστικά. Οι τιμές μας είναι προσιτές ακόμη και στην πιο μικρή επιχείρηση και ταυτόχρονα η προβολή στα δικά μας μέσα, όπως προανέφερα, είναι αποδεδειγμένα αποτελεσματική».

Με τα δεδομένα λοιπόν αυτά, ο τζίρος της εταιρίας το 2008 ανήλθε σε 65,5 εκ. ευρώ, τα κέρδη προ τόκων, φόρων και αποσβέσεων σε 24,9 εκ. ευρώ, ενώ οι επενδύσεις ξεπέρασαν το 1 εκ. ευρώ. Για το 2009 προβλέπουμε ότι τα οικονομικά μεγέθη θα κυμανθούν στα ίδια περίπου επίπεδα».

Το σύνολο του προσωπικού της εταιρίας ανέρχεται σε περίπου 430 άτομα».

Η ΕΤΑΙΡΙΑ «Χρυσός Οδηγός» είναι αναγνωρισμένη παγκοσμίως ως συνεργαζόμενο μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Εκδοτών Καταλόγων και Βάσεων Δεδομένων (EADP) και της Αμερικανικής Ένωσης Εκδοτών Καταλόγων (Yellow Pages Association).

Με διαρκή συμμετοχή σε διεθνή συνέδρια, βραβεία και συνελεύσεις, επήρσε διεθνείς έρευνες, έρευνες αγοράς και συγκριτική επιχειρηματική αξιολόγηση (benchmarking), αλλά και νομοθετικά ζητήματα του κλάδου,

## Πιστοποίηση σύμφωνα με το διεθνές σύστημα ποιότητας ISO 9001:2000

η εταιρία «Χρυσός Οδηγός» είναι έμπιστος της Ελλάδας σε δύο από τους σημαντικότερους διεθνείς φορείς στον κλάδο των επαγγελματικών καταλόγων, εκδόσεων και παρόχων

πληροφοριών. Επιπλέον, η δυναμική συμμετοχή της εταιρίας στους δύο αυτούς φορείς αποτελεί εξέχουσις της φερεγγυότητας, αξιοπιστίας και υψηλής ποιότητας των προϊόντων και υπηρεσιών της εταιρίας, πιστοποιώντας

ταυτόχρονα τον σεβασμό και την προπόληση στους θεμελιολογικούς κώδικες σωστών επαγγελματικών πρακτικών».

Από το 2003, η εταιρία «Χρυσός Οδηγός» είναι πιστοποιημένη σύμ-

φωνα με το διεθνές σύστημα ποιότητας ISO 9001:2000 από τον ΕΛΟΤ, τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης. Το ανανεωμένο αυτό πρότυπο αποτελεί ένα εργαλείο εσωτερικής οργάνωσης που αντανακλά την άψογη ποιότητα του τελικού προϊόντος».

Τα πολλαπλά οφέλη της οργάνωσης βάσει του ISO 9001:2000 δίνουν στην εταιρία «Χρυσός Οδηγός» ένα σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και εξασφαλίζουν την προώθηση της στην ικανοποίηση των πελατών».