


[White Paper](#) [Eventi](#) [Video](#)

DIGITAL4 TRADE

[Home](#) [Executive](#) [Trade](#) [PMI](#) [Professional](#) [HR](#) [Procurement](#) [Marketing](#) [SupplyChain](#) [Finance](#) [Cloud](#) [B2B](#) [IoT](#) [Security](#) [Data Center](#)
[HOME](#) » [Trade](#) » [Channels & Programs](#) » [Oki](#): meno fogli e più flussi, nel futuro della stampa scorre tanto colore


PRINTING

Oki: meno fogli e più flussi, nel futuro della stampa scorre tanto colore

La rinnovata strategia del vendor nipponico punta su sistemi integrati per la gestione dei processi documentali e si ispira ai principi di facilità d'uso, sicurezza e versatilità, completi di SDK a uso dei partner

di Giuseppe Goglio

13 Ottobre 2016



Terry Kawashima, amministratore delegato EMEA di Oki

Per chi ambisce a chiamarsi fuori da un confronto serrato sul prezzo di servizi e prodotti proposti al mercato, puntare sulla qualità si è rivelata negli ultimi anni una delle strade più affidabili. Il settore della stampa non può chiamarsi fuori da questa situazione, con l'ulteriore complicazione di una crescente attenzione alle tematiche di sostenibilità dalle quali scaturisce un minore sfruttamento delle stampanti da ufficio. A farne le spese, i produttori, chiamati a sondare il mercato alla ricerca di nuove opportunità. «Tre anni fa, il

nostro obiettivo era l'ampliamento dell'offerta nel mondo aziendale - ricorda Terry Kawashima, amministratore delegato EMEA di Oki -. L'impresa si è rivelata più difficile di quanto pensassimo. Nonostante questo, non abbiamo cessato il nostro sforzo per comprendere esigenze e problematiche dei clienti». Non è servito molto prima di individuare nelle competenze già in casa, la risposta più adatta. «Abbiamo creato a inizio anno una gamma di dispositivi a colori, destinati alle arti grafiche - afferma Kawashima -. La Serie Pro ha introdotto innovazioni rivoluzionarie, come la stampa a tinte neon e il bianco, o la stampante a cinque colori».

I risultati non si sono fatti attendere, con una quota dichiarata del 30% nel settore graphic art in Europa. L'esperienza positiva ha offerto lo spunto per rivedere l'offerta più in generale, a partire da una integrazione più estesa del colore anche nelle soluzioni da ufficio. Per superare il pericolo di stampa considerata quasi come una sorta di utility, l'azienda giapponese ha scelto

Industry



NEWSLETTER

EDITORIALI E STORIE DI
TRASFORMAZIONE DIGITALE
2010-2016
di Umberto Bertels

[SCARICA L'EBOOK gratuito](#)


Partner Resource Center



Resource Center MailUp

Direct marketing a supporto della comunicazione (e del business)



Top Selection by Digital4

La migliore informazione vi aiuterà a scegliere l'innovazione »



Sponsored by Hewlett Packard Enterprise

ICT in evoluzione: servono servizi di classe enterprise »



Sponsored by Wolters Kluwer

Diagnosi e cure più efficaci grazie al Clinical Decision Support Mobile »

Prossimi eventi

10 NOVEMBRE - WEBINAR

Dal furto di identità all'allarme ransomware, tutta colpa del Cloud? I falsi miti da sfatare sull'insicurezza delle nuvole

Strumenti, demo di furti reali ed errori da evitare per far conoscere a clienti e imprese la strada delle nuvole... sane. Il caso Amazon Web Services - Trend Micro

15 NOVEMBRE - WEBINAR

Finance: come migliorare la Web security per una nuova user experience

Per Banche e Assicurazioni gli attacchi Ddos e

di allargare l'attenzione dalla semplice produzione di documenti al principio di processo, con relative soluzioni. «Il nostro approccio può essere riassunto in tre parole: sicuro, facile e smart - annuncia Kawashima -. Funzionalità tali da consentire alle aziende di controllare l'intero flusso di lavoro e gestione dei documenti».

Ne scaturisce una nuova strategia, fortemente orientata al cliente finale e alle esigenze specifiche, dove entra presto in gioco anche il canale pronto ad accettare la sfida. Quando infatti si parla di smart, tutto ruota intorno a un SDK in grado di estendere la portata dei servizi legati ai dispositivi di stampa come percepiti in genere, per diventare veri e propri centri nevralgici della gestione documentale. «I prodotti della gamma smart includono la piattaforma aperta sXP, utile per connettersi ad altri dispositivi - spiega **Anna Dorrington**, senior product marketing manager Emea di **OKI** -. Per esempio, parliamo di un parco stampanti pull-printing. È anche possibile eseguire soluzioni software di terze parti, così come un'integrazione totalmente personalizzata». Già nella versione di base, la dotazione software Sendys Explorer Lite, abilita un multifunzione alla scansione OCR di documenti e il caricamento diretto su cloud come Dropbox. Il tutto operando direttamente dal display integrato da 7". Per esigenze più evolute invece, il pacchetto prevede in opzione diversi connettori per la trasmissione e condivisione dei documenti.



Shigeaki Tadokoro, managing director di **OKI Italia**

Dal punto di vista operativo, sfruttare al meglio queste potenzialità richiede un cambiamento nell'approccio da parte delle aziende. Più del produttore, trasmettere il messaggio è compito dei partner, a loro volta invitati a effettuare un cambio di marcia. «Sappiamo bene quanto sia diverso ogni mercato locale e quanto le preoccupazioni principali dei partner siano vendere e accontentare i propri clienti - osserva **Thomas Seeber**, vice president channel & distribution Emea di **OKI** -. Mi rendo conto di come non sia facile per un reseller completare il passaggio da box mover. Bisogna però investire in training, ma questo vuol dire anche aprire alla possibilità di non parlare solo di prezzo». Una grande opportunità inquadrata nel mondo PMI, al quale sono rivolte le maggiori novità della Serie 5. Di conseguenza, grandi aspettative dal mercato italiano.

«Se ci limitiamo a parlare solo di tecnologia, alla fine tutto si riduce a un discorso economico - riflette **Shigeaki Tadokoro**, managing director di **OKI Italia** -. Ora dobbiamo riuscire a proporre progetti. Il partner deve acquisire le competenze necessarie, quelle attualmente in possesso solo da pochi, in prevalenza system integrator». Da questa considerazione nasce anche una nuova necessità sul campo. «Tendiamo a promuovere una maggiore collaborazione - conclude **Romano Zanon**, Marketing director dell'azienda -. Spesso tra software house o società di servizi e rivenditori puri. Mettiamo a disposizione gli strumenti, e spetta al canale capire cosa sia possibile realizzare, dopo aver ascoltato i clienti».

TAG: [OKI stampanti](#), [canale partner](#)

 **Vuoi essere sempre aggiornato sui temi dell'innovazione digitale?** [Iscriviti alla newsletter Digital4](#)

White Paper

applicativi sono un pericolo crescente che provoca danni economici diretti e indiretti sul fronte della brand reputation. Come si evolve il cybercrime e quali le tecnologie e le strategie per difendersi?

[tutti gli eventi](#)

White Paper

GDPR e protezione dati: tutto quello che c'è da sapere sul nuovo Regolamento Europeo



A maggio 2018 il nuovo Regolamento Europeo per la protezione dei dati personali entrerà a regime in tutta l'Unione Europea: cosa significa questo per le organizzazioni pubbliche e private? Cosa cambia nella gestione della privacy degli utenti? E quali sono le modifiche da mettere in atto per rispettare la nuova normativa?

Digital transformation: a che punto sono le aziende?



A che punto è la trasformazione digitale in azienda? Cosa pensano i responsabili del processo di innovazione e IT Transformation? Come affrontare al meglio questa sfida? Una analisi IDG intervista 300 CIO per capire gli orizzonti dello sviluppo

[tutti i white paper](#)

Trade

Data Center Automation: fare di più e meglio, riducendo sia i costi che la fatica



Iperscalabilità del data center per riuscire ad accelerare rapidamente l'erogazione dei servizi e, al contempo, ridurre il margine di errore può fare la differenza sul mercato. Ma come funziona la Data Center Automation? A rispondere sono gli esperti

Data center e storage: benefici e criticità delle