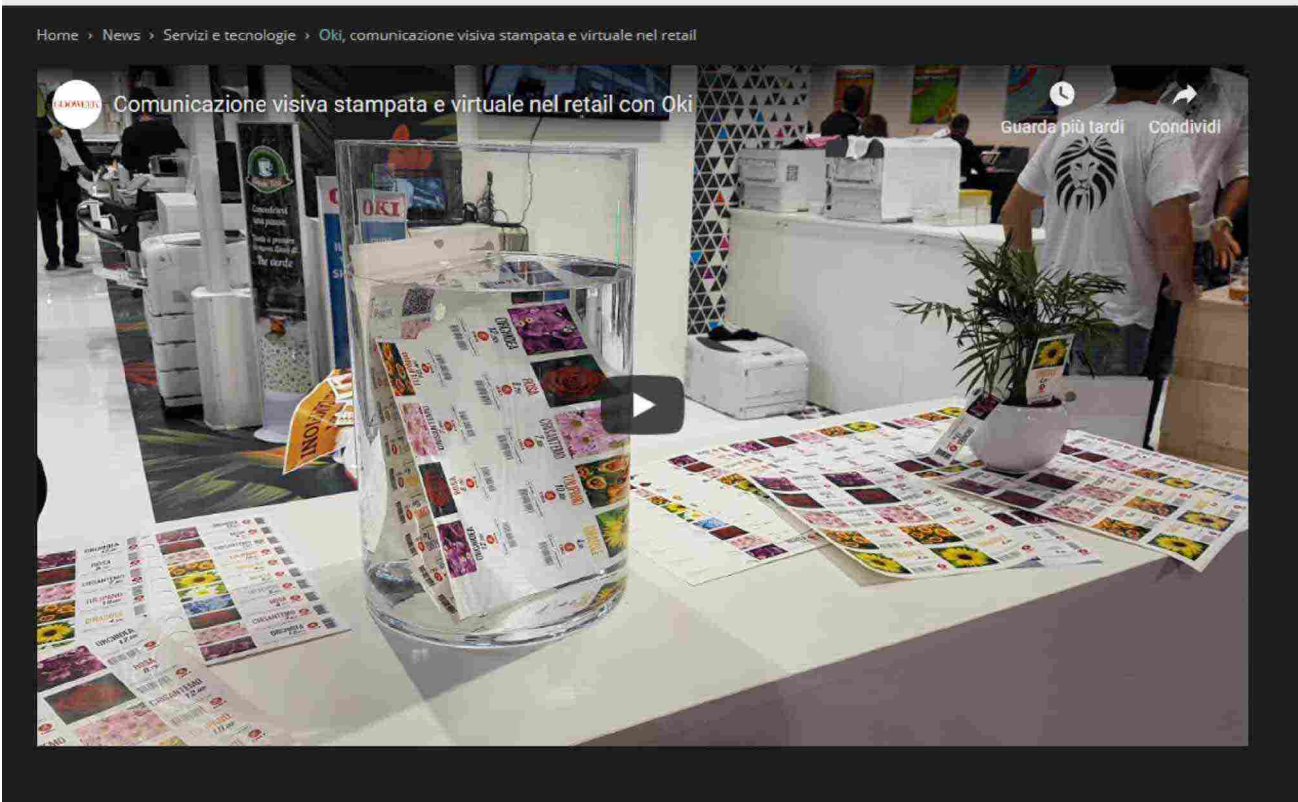




Abbonati
 Iscriviti alla newsletter

PIÙ VISTI NEWS GALLERY VIDEO EVENTI PRODOTTI

Brandsaward Think Tank Accedi / Registrati f p s t y



News Servizi e tecnologie

Oki, comunicazione visiva stampata e virtuale nel retail

Luca Moroni - 12 dicembre 2018

Condividi su Facebook Tweet su Twitter G+ Salva

La comunicazione visiva è sempre più importante nei punti di vendita e avere la possibilità di personalizzarla, prendendo decisioni velocemente, dall'ideazione alla realizzazione, può essere una chiave del successo delle strategie messe in atto. Su questo aspetto si è concentrata **Oki**, che ha presentato una serie di soluzioni dedicate al mondo retail, che vanno dalle stampanti alle carte e materiali di vario formato, per finire con l'app di realtà aumentata, un'innovazione che può aiutare nel prendere decisioni più appropriate e in poco tempo. Tutte esigenze spesso incompatibili, per volumi e tempistiche, con un servizio di stampa in outsourcing, a cui si devono aggiungere anche i costi di consegna e magazzino. "Ci siamo mossi in anticipo rispetto agli altri -ha dichiarato Romano Zanon, general manager South Europe Regional Marketing **Oki** Europe (Italia)-, prevedendo la rapida evoluzione delle piccole e medie aziende nel settore del retail, puntando con decisione sulle qualità più richieste: flessibilità e rapidità. Abbiamo tutti gli elementi per poter interpretare da protagonisti la nuova declinazione della comunicazione instore e siamo decisi a perseguire il nostro obiettivo".

Facebook



Edicola web



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Un progetto che in Italia è stato appena lanciato, ma che la multinazionale ha già sperimentato con diversi casi di successo nel mondo e in Europa, in particolare nei paesi del nord, dove diverse aziende stanno già utilizzando queste applicazioni all'interno degli store. Qui in Italia una tra le prime aziende ad aver adottato le soluzioni di **Oki** è stato il birrifico di alta qualità Zion, di cui parliamo nel box a fianco. In particolare per il mondo retail **Oki** ha individuato la stampante della serie C800 e i multifunzione della serie MC800, grazie alla versatilità e alla capacità di poter realizzare microtirature just-in-time, il tutto con un ingombro minimo e costi di utilizzo contenuti. Si possono utilizzare media dal formato A6 al banner da 297x1.321 mm su supporti di grammatura anche importante (fino a 256 g/m2). Diversi tutorial, basati anche su template dei software di gestione delle immagini più diffusi, possono aiutare nella composizione di etichette, volantini e banner o altro materiale promozionale da utilizzare all'interno dei punti di vendita o in occasioni speciali, per esempio si possono stampare braccialetti di carta o plastificati da regalare al pubblico di un evento. **Oki** ha stretto degli accordi con i fornitori per poter offrire un'ampia gamma di media tra cui film, supporti impermeabili, magnetici e prefustellati. Presente anche il grande formato, fino a 1,3 m in fronte/retro per ottenere banner sospesi di grande impatto, destinati ad attrarre i clienti e spingere le vendite.

Il risultato finale delle composizioni si può visualizzare grazie alle funzionalità di realtà aumentata presenti nella nuova app AR Showroom, gratuita e per ora disponibile solo su sistema iOS. L'app consentirà ai rivenditori di ampliare le finalità delle stampe decidendo come utilizzarle all'interno del negozio, in base alle loro esigenze di comunicazione visiva. Sempre pensando al mondo del retail un'altra novità nella gamma stampanti **Oki** è l'esordio ufficiale sul mercato delle nuove stampanti narrow format a colori per il labelling, le Serie Pro 1040 e 1050, che sono già prenotabili e disponibili da gennaio 2019.

Oki e la comunicazione del birrifico Zion



Un caso di applicazione delle soluzioni **Oki** in Italia è avvenuto con il birrifico Zion, che produce birre di alta qualità e che ha sviluppato tutta la comunicazione basandosi sulle stampe fatte con i prodotti **Oki**: "La capacità di fornire un approccio su misura -ha dichiarato il proprietario **Amaury Perez-**, ci consente di presentare ai nostri clienti

un'offerta personalizzata, che genera un flusso di entrate aggiuntivo. Possiamo lavorare sulle bottiglie di birra, usando etichette per i colli delle bottiglie ed etichette posteriori in edizione limitata oltre a creare il materiale marketing utilizzato per allestire i locali dei negozi e le nostre birrerie. Il risultato deve essere il linea con la qualità eccezionale delle nostre birre artigianali. Tuttavia, affidarsi a un servizio di stampa esterno si è dimostrato insostenibile per noi, per questo abbiamo scelto una soluzione che permettesse una modalità realmente on-demand: il messaggio giusto, al cliente giusto, al momento giusto".

TAG realtà aumentata retail stampanti

CONDIVIDI



E-magazine



Twitter

Gdoweeek

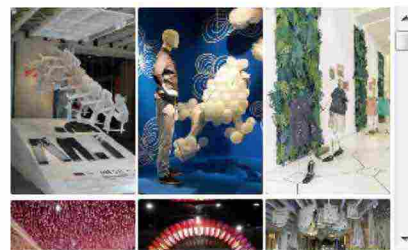
@Gdoweeek

Zara presenta la prima collezione di rossetti [gdoweeek.it/zara-presenta-...](#) @ZARA #retail



21h

Pinterest



Segui su Pinterest

Italian Food Excellence

