

## OKI INAUGURA LA NUOVA SEDE E PUNTA ALLA CRESCITA NEI SETTORI EMERGENTI

La recentemente rinnovata compagine di business manager europei sposta gli uffici e, ai partner intervenuti all'inaugurazione, ribadisce l'impegno nello sviluppo delle aree di business emergenti e il crescente supporto per l'Italia: « OkI Europe ha una grande considerazione per il mercato italiano e non mi riferisco solo all'impareggiabile senso per lo stile, ab-



biamo, infatti, una lunga relazione con i clienti e i partner italiani e siamo orgogliosi di prolungare questa lunga storia di success», afferma Dennie Kawahara, EMEA Managing Director, sottolineando il suo apprezzamento verso il nostro Paese con una gestualità poco nipponica e sufficientemente convincente .

*a pag. 03*

## STRATEGIE

## Oki inaugura la nuova sede e punta alla crescita nei settori emergenti

*L'head quarter Europeo si centralizza a Milano e fiori Assago offrendo più servizi ai partner con un nuovo show room*

di Gaetano Di Blasio

La recentemente rinnovata compagine di business manager europei sposta gli uffici e, ai partner intervenuti all'inaugurazione, ribadisce l'impegno nello sviluppo delle aree di business emergenti e il crescente supporto per l'Italia: «Oki Europe ha una grande considerazione per il mercato italiano e non mi riferisco solo all'impareggiabile senso per lo stile, abbiamo, infatti, una lunga relazione con i clienti e i partner italiani e siamo orgogliosi di prolungare questa lunga storia di success», afferma **Dennie Kawahara**, EMEA Managing Director, sottolineando il suo apprezzamento verso il nostro Paese con una gestualità poco nipponica e sufficientemente convincente (anche se deve lavorarci ancora un po'). Una conferma del buon clima in azienda è la soddisfazione dei dipendenti

che per la maggior parte ha una lunga "militanza" in Oki. Il primo riconoscimento da parte del manager giapponese è per il design italiano, cui Kawahara attribuisce il merito di uno sviluppo «rigoglioso del settore Graphic Arts, che si adatta alle esigenze di ogni settore, dall'artigianato, che confeziona le proprie opere con eleganti stampe per etichette, al medicale, il retail e altri ancora».

### L'attenzione ai settori verticali

Proprio l'attenzione ai settori verticali è una tra le chiavi del successo di Oki, sottolinea il responsabile Emea: «Abbiamo lavorato duramente con i nostri partner specializzati affidando un approccio con-

sulenziale, per accrescere le loro sulle competenze nell'affrontare le specifiche problematiche settoriali» evidenzia Kawahara insieme a **Massimiliano Tedeschi**, Sales & Marketing EMEA VP, Office Print/Industry Vertical BU. Per esempio, nel retail, storicamente si stampa in negozio la cartellonistica, mentre si centralizza in sede la stampa delle etichette, che poi devono essere distribuite. Oggi è possibile, spiega Tedeschi, stampare on demand le etichette in negozio,



Dennie Kawahara - Oki Europe

con un risparmio di tempo e denaro e aumentando la produttività, grazie alle nuove serie di dispositivi office MC800 e C800.



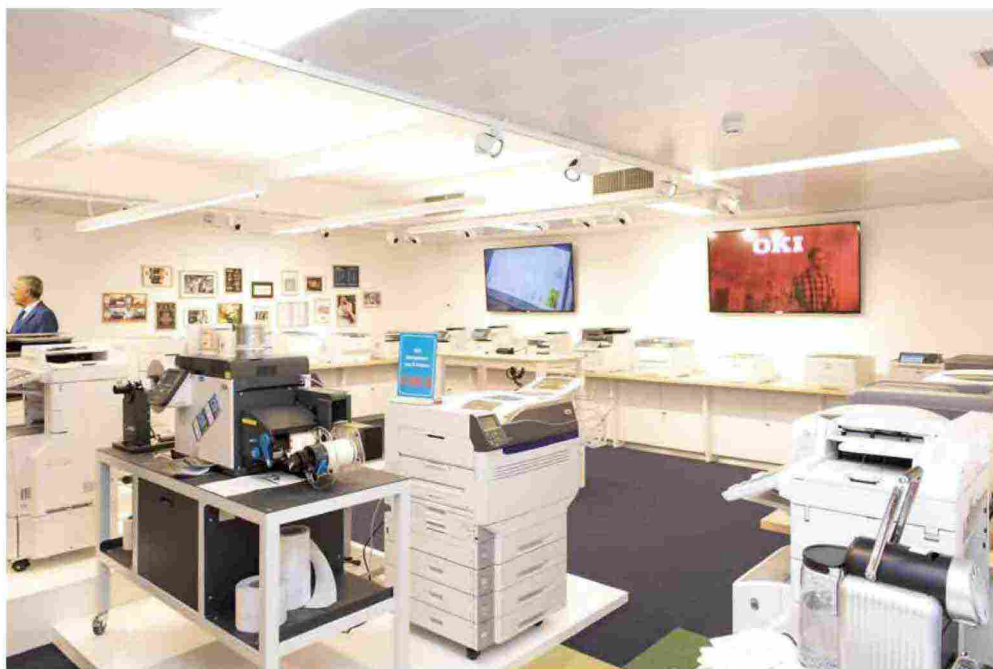
Un altro esempio importante è quello delle stampanti per il mondo della sanità DICOM-embedded A4 e A3 LED medical printer, che consentono di stampare direttamente dai dispositivi medici, potendo fornire referti in tempo reale al paziente.

La capacità di sviluppare soluzioni innovative che rispondono alle esigenze delle imprese, evidenza Kawahara, è testimoniata dai numerosi premi (oltre cento nell'ultimo anno) assegnati a **Okì** da testate giornalistiche, associazioni di consumatori, analisti di mercato e così via.

Fra i tanti, il management di **Okì** segnala la vittoria assegnata alla ColorPainter M-64s inkjet printer nella categoria "Enhanced" CMYK" grandi formati del prestigioso Keypoint Intelligence Buyer's Lab Award. Si tratta di un premio che prevede un lungo e dettagliato esame.

Anche per questo **Okì** intende espandere la presenza nel mercato professional, compresa lagraphic arts, sfruttando un portfolio accresciuto che combina la tecnologia digital LED con white, neon e clear toner, oltre al tradizionale CMYK.

In particolare, la serie Pro9000 Series Envelope Print System «è un grande



esempio dei nostri continui investimenti per questo mercato», afferma Kawahara, aggiungendo che con la tecnologia a 5 colori è possibile stampare buste per realizzare campagne postali altamente personalizzate da pochi pezzi a volumi per grossi direct mailer.

Sono solo alcuni esempi delle novità che saranno rilasciate nei prossimi mesi nell'ambito delle label printer e delle soluzioni per l'ufficio, multifunzioni comprese.

### Il rapporto con il canale

I propositi di crescita si basano necessariamente sui partner del canale di vendita indiretto.

A loro è dedicato il pro-

gramma Shinrai Partner Programme. Shinrai è un termine giapponese che significa "fiducia e fedeltà" e rappresenta la filosofia sulla quale fondiamo il modo di lavorare con i nostri partner, spiega Tedeschi. Un terzo vocabolo, successo, completa la definizione del programma. L'aspetto più importante è, ancora una volta, la specializzazione verticale dei partner.

La nuova sede e la nuova organizzazione portano ulteriori vantaggi al canale, a cominciare dal nuovo show room, che «finalmente offre ai partner lo spazio necessario per mostrare la tecnologia ai clienti e farla toccare con mano», dichiara con soddisfazione **Romano**



Romano Zanon - **Okì** Europe

**Zanon**, General Manager South Regional Marketing di **Okì**.

Inoltre l'apertura dei nuovi uffici ha permesso di mettere ordine tra i branch office, centralizzando alcune "country di confine" e semplificando la struttura europea, ora in unica entità.