

OCI DAL FLOOR VOCI DAL FLOOR VOCI DAL FLOOR VOCI DAL FLOOR

OKI EUROPE



Javier Lopez,
Industry Vertical General
Manager, Business
Development Sales
Transformation EMEA
OKI Europe Ltd.

Qual è il concept dello stand di OKI?

Focus sul retail e sulla comunicazione in-store, questo il tema scelto per lo stand di OKI a Viscom Italia. Del resto, quando si parla di visual communication ci si riferisce tanto alla comunicazione outdoor quanto a quella indoor. La questione da cui siamo partiti è la seguente: una volta invogliato il pubblico a entrare nel punto vendita, come è possibile convertire la visita in acquisto? La risposta è, a nostro avviso, nella capacità di trasformare i diversi elementi che arredano un negozio in strumenti di engagement e comunicazione: banner, poster, totem, espositori, etichette, tag e persino il flooring devono essere decorati in modo accattivante e strumentale agli obiettivi di vendita. La proposta tecnologica di OKI consente di realizzare una vastissima gamma di applicazioni in una modalità che risponde alle esigenze delle piccole e medie aziende attive nel retail e nell'accoglienza: con immediatezza e flessibilità.

Efficace è stata anche la scelta di portare un testimonial...

Esattamente. Zion, il birrifico artigianale fondato dal campione di pallanuoto Amaury Perez (nella foto in alto), utilizza le nostre tecnologie per creare il materiale di branding e di allestimento dei propri locali. Sullo stand abbiamo mostrato tutto, dai banner verticali ai sottobicchieri, dalle etichette della birra ai menu - stampati su un materiale impermeabile al 100%. Oltre alla facilità di utilizzo dei

nostri sistemi, ne abbiamo mostrato la flessibilità in termini di supporti e di personalizzazione degli stampati: Zion è in grado di creare materiali ad hoc per singoli pub o per singoli eventi.

Quali sono le soluzioni su cui puntate per il retail?

In primo piano sullo stand sono state le stampanti della serie C800 e le multifunzione della serie MC800. Si tratta di soluzioni compatte e dall'ingombro minimo, facili da utilizzare - perché il concept è quello delle stampanti office - ed estremamente versatili, ideali per realizzare microtirature just in time. Gli stampati non richiedono alcun tipo di trattamento pre o post stampa, ma sono immediatamente pronti per l'uso e questa immediatezza consente anche di evitare gli sprechi: si stampa ciò che serve e lo si installa. A livello di supporti, abbiamo eseguito una serie di test e abbiamo stabilito varie partnership con i fornitori dei materiali che riteniamo più idonei alla comunicazione in-store. Accanto a queste stampanti - a conferma della nostra versatilità strategica - abbiamo presentato OKI Augmented Reality (AR) Showroom, la prima app sviluppata per aiutare i retailer a sfruttare il potenziale della stampa in-store per favorire il coinvolgimento dei clienti e aumentare il valore del loro carrello. La combinazione tra stampa digitale e realtà aumentata consente di sperimentare l'impattante effetto di una nuova interpretazione dei tradizionali canoni della comunicazione visiva all'interno del negozio. OKI AR Showroom è attualmente disponibile per iOS.

Avete puntato molto anche sui nuovi sistemi per il labelling?

Abbiamo presentato le serie Pro 1040 e 1050, le nuove stampanti narrow format a colori per etichette, basate su tecnologia OKI toner led, ora disponibili sul mercato. Pro1040 stampa in CMYK, mentre Pro1050 aggiunge il bianco (CMYK+W), consentendo la stampa su supporti trasparenti o colorati con risultati di stampa brillanti e vividi. Queste soluzioni raggiungono una risoluzione di 1.200 dpi e si rivolgono a stampatori, tipografie e aziende che hanno bisogno di realizzare in-house piccole e micro tirature di etichette di elevata qualità.



La visual communication declinata in chiave retail è stata la proposta di OKI. L'azienda ha messo in mostra il portfolio tecnologico al completo, dimostrandone l'ampio spettro di applicazioni possibili. Come? Con un testimonial d'eccezione!