

MERCATO STRATEGIE

A OKI Smart Colour Solutions Event, il vendor mette al centro il ruolo strategico dei partner di canale e la focalizzazione su tre mercati verticali: arti grafiche, retail e sanità. Si va oltre la logica del prezzo e servono partner consulenti



OKI pensa 'vertical' facendo leva su partner consulenti

di **BARBARA TORRESANI**

Al recente evento milanese OKI Smart Colour Solutions Event, che ha visto la partecipazione di oltre 130 giornalisti provenienti da tutta Europa, il vendor nipponico oltre a presentare novità di prodotto che puntano ad estendere la stampa intelligente e la gestione dei documenti al formato desktop favorendo e accelerando il percorso di digitalizzazione delle aziende attraverso stampanti innovative ed economiche, ha rimarcato il proprio impegno verso i partner di canale e indicato i percorsi verticali verso cui intende muoversi, settori merceologici in cui da alcuni anni sta portando in modo più strutturato la propria proposizione.

Come illustra Thomas Seeber, VP Consumables & Distribution Emea, OKI ha un programma di canale denominato Shinrai, che in giapponese significa fiducia, intorno a cui declina la propria strategia di go-to-market. Introdotto tre anni fa il nuovo programma suddivide i partner in alcune macro categorie: Office Solutions, Graphic Art, IT ed e-commerce/Mbo (mail business order), business partner (quelli più generici che rimandano alla distribuzione). Un programma globale con regole generali e declinazioni locali, in quanto tiene conto delle specificità tipiche dei singoli paesi. Un programma

che ha alla base come detto il concetto di trust, fiducia che si instaura tra le parti: "E' un momento di forte trasformazione e anche i partner devono evolvere. I reseller devono sopravvivere, anche se la logica del box mover e del mero prezzo deve essere superata e occorre ottimizzare il canale puntando su partner con expertise e conoscenze specifiche in grado di porsi in modo consulenziale sul mercato".

LA REALTÀ ITALIANA

La filiale italiana da parte sua è guidata dal 2013 da Shigeaki Tadokoro, Managing Director di OKI Italia, in azienda dal 1990 - 26 anni di esperienza nelle tre business Business Telecommunications, Cash machine, printing.

Nel Belpaese, OKI Italia opera con un team di 35 persone (cinque a Roma), un numero in crescita negli ultimi due anni e, di recente, ha attuato una riorganizzazione di tutta la forza vendita, della parte presales per seguire un numero definito di clienti e agevolare il lavoro dei partner di canale da cui passa al 100% la vendita dei prodotti.

Come racconta Tadokoro, in Italia OKI vanta un market share interessante nel segmento delle stampanti formato A3 per applicazioni professionali nelle arti grafiche dove va considerato l'aspetto di short-run - di piccole tirature - alta flessibilità, investimenti contenuti e massima resa.

Un altro segmento di riferimento è quello delle Mdf printer based - non quello dei copier base - con un market share del 30%.

Lo affianca Romano Zanon, Marketing Director di OKI Systems Italia, che dice: "In ambito office automation nel mercato italiano i vendor storici sono spesso accoppiati con marchi delle copiatrici, OKI pur avendo prodotti molto buoni per l'office automation non è mai la prima scelta. Siamo percepiti come fornitore IT più printer based con prodotti che entrano alla perfezione in situazioni distribuite. Per questo il nostro partner a volte offre soluzioni miste che contemplano la nostra offerta per la parte printer base e altre per la parte copier. Quello del printing è un mercato in forte evoluzione dove ciò che prima era disponibile su prodotti di fascia alta oggi è a portata di tutti i livelli. E OKI spinge un nuovo modo di fare business che non poggia semplicemente sulla rivendita e sulla fornitura di hardware, ma guarda a un nuovo modo di proporre i prodotti in logica di servizio che prevede una forte conoscenza e comprensione della vendita tradizionale e abbraccia i nuovi modi di porsi sul mercato. Il rivenditore deve avere capacità di visione e skill per facilitare la vita al proprio cliente, dando valore aggiunto e spostando il focus dal prezzo al servizio. La battaglia sul prezzo è infatti troppo sterile".

ARIA DI NOVITÀ



SHIGEAKI TADOKORO
Managing Director di OKI Italia



MASSIMILIANO TEDESCHI
VP Business Development,
OKI Europe

Al fine di evangelizzare il canale verso questo nuovo approccio il vendor ha organizzato nel corso del mese di novembre - Milano e Roma - un Solution Tour per il canale dei partner e i prospect a cui ha mostrato le novità di prodotto, attraverso alcuni partner che presentano prodotti già customizzati e testati con le apparecchiature OKI con l'obiettivo di fare vedere soluzioni pratiche.

Ai 650 dealer che aderiscono al programma Shinrai, quelli più stretti e con forte commitment il vendor punta a trasferire il messaggio del passaggio fondamentale da una logica box moving a quella di una vendita più consulenziale sulle soluzioni a valore aggiunto per mantenere una crescita sostenibile: "Vendere guardando ai prezzi, ma non si può accentare tutto per riuscire a continuare a operare con successo sul mercato".

Tra le principali priorità di Tadokoro in Italia vi sono l'espansione del business nell'ambito Smart Solution (Office solution) e in quello Graphic Art, guardando con forte attenzione alla specializzazione sui mercati verticali.

In generale, OKI offre ora un ampio ventaglio di stampanti e multifunzione intelligenti dal formato desktop a quello per dipartimento, qualunque siano le dimensioni dell'azienda. La novità principale del portafoglio di soluzioni a colori OKI - soggetto a un aggiornamento totale tanto che nessun prodotto è più vecchio di tre anni - in una logica di facilità e sicurezza della stampa, è rappresentata dalla Serie 5 che incorpora MFP e stampante Smart. Oggi la piattaforma sXP - Smart Extendable Platform - del vendor è disponibile per MFP per piccoli gruppi di lavoro, e consente di connettersi ad altri dispositivi, per esempio un parco stampanti pull printing. E' possibile eseguire soluzioni software di terze parti sul dispositivo. La nuova serie offre velocità di stampa, copia e scansione a colori effettiva a 30/30 ppm, con risoluzione di stampa di 1200x1200 dpi ed è dotata di touch screen da 7" (è disponibile anche lo schermo di dimensioni inferiori), di facile utilizzo e personalizzazione.

Nello specifico, le ultime aggiunte alla gamma di stampanti intelligenti (che comprende le serie MB492, MB562, MC800, le serie MC700/MB700 e la serie ES9000) sono la nuova C542dn e la stampante multifunzione (MFP) MC573dn. Un annuncio che punta ad avere forti ripercussioni sul mercato in quanto estende la stampa intelligente e la gestione dei documenti al formato desktop. Le aziende potranno così accelerare il loro percorso verso la digitalizzazione, introdurre flussi di lavoro più intelligenti, aumentare la produttività e la reattività.

"Queste stampanti innovative ed economiche sono state progettate specificamente per aiutare i rivenditori a vincere le sfide sempre più impegnative che si trovano ad affrontare - afferma Tetsuya Kuri, Vice President Marketing EMEA, OKI Europe - Le stampanti intelligenti di OKI consentono a qualsiasi azienda di sfruttare al massimo i vantaggi di una trasformazione digitale e diventare, quindi, più efficiente e competitiva. Ciò contribuirà a ottimizzare il flusso di lavoro e a mantenere i documenti digitali in ordine e al sicuro, ma anche accessibili".

UN VENTAGLIO DI NOVITÀ

La C542dn è una stampante a colori per piccoli gruppi di lavoro che offre capacità e connettività, per esempio, in un parco pull printing esistente e che permette la stampa on demand tramite il suo pannello touch che collega al cloud e a soluzioni mobili. Come detto, la C542dn e la MC573dn dispongono di un'interfaccia utente con uno schermo touch screen Lcd a colori da 7" per una facile

integrazione nel flusso di lavoro documentale e la connessione a soluzioni software di terze parti. L'accesso ai documenti è protetto da nuove funzioni come Private Print e l'opzione Card Release. "Fino a questo momento, i sistemi di classe enterprise hanno contribuito al raggiungimento di un flusso di lavoro digitale sicuro e accelerato per società con grandi budget, ma queste soluzioni sono spesso estremamente complesse e costose", sottolinea Kuri. La piattaforma aperta di OKI sXP permette la connettività con altri dispositivi, per esempio con un parco pull printing esistente o applicazioni software di terze parti come ad esempio PaperCut, Drivve Image, Ringdale FollowMe o YSOFT SafeQ. Inoltre è disponibile un pacchetto di sviluppo software che permette di sviluppare rapidamente soluzioni su misura.

OKI fornisce anche, senza alcun costo aggiuntivo, il software di gestione documentale SENDYS Explorer LITE che permette alle aziende e alle organizzazioni di acquisire, convertire in formati con ricerca, distribuire, caricare su soluzioni cloud e stampare documenti da un capo all'altro di un intero range di divisioni e settori industriali, per esempio nel settore della sanità, del commercio al dettaglio e nella stampa da ufficio. Consente, inoltre, la scansione e l'indicizzazione rapida e agevole di diverse tipologie di documenti, presso il punto di creazione, per esempio in un contesto clinico, o nella distribuzione di materiale promozionale collaterale alle filiali retail che aiutano le aziende a lavorare in modo più efficiente tagliando i costi. In aggiunta, il suo connettore Output Manager opzionale consente agli amministratori di gestire tutti i lavori di stampa, copia e scansione degli utenti, nonché di preservare la riservatezza dei documenti. Questa funzionalità intelligente, insieme a

continua alla pagina successiva ➔



MERCATO STRATEGIE

▶▶ segue dalla pagina precedente



potenti motori di stampa, produce risultati in tempi molto rapidi.

Le nuove C542dn e MC573dn combinano funzionalità elevate con una qualità di stampa di 1200 x 1200 dpi e una gestione flessibile dei supporti per consentire l'esecuzione on-demand e interna di tutte le forme di stampa aziendale. Wireless Direct offre il collegamento simultaneo di reti con e senza fili, Gigabit Ethernet garantisce un facile trasferimento di file di grandi dimensioni. Entrambi i dispositivi, inoltre, sono compatibili con Apple Airprint e predisposti per Google Cloud Print 2.0 consentendo la stampa mobile da remoto. Un rivenditore può, ad esempio, progettare materiali promozionali presso la sede centrale e condividerli con le varie filiali attraverso Sendys Explorer. Il manager del punto vendita non deve far altro che avvicinarsi alla MFP del negozio, effettuare l'autenticazione e stampare il materiale promozionale su richiesta. **OKI** aiuta i commercianti a tagliare i costi, risparmiare tempo e adattarsi a condizioni mutevoli in modo istantaneo senza tempi lunghi di esecuzione.

Le stampanti C823/C833/C843 del nuovo portafoglio soddisfano anche le esigenze dei punti vendita di più grandi dimensioni in termini di affidabilità e, insieme, di massima qualità del colore per la stampa on demand interna di materiali di marketing, dalle brochure ai banner. Queste stampanti formato A3 sono pensate per la vendita al dettaglio in quanto combinano un ingombro ridotto - che consente ai rivenditori di fare un uso ottimale dello spazio in-store per esaurire le scorte di magazzino e migliorare l'esperienza del cliente - con materiali di consumo ad alta capacità e l'abilità di far fronte alle esigenze della stampa di back-office. Inoltre, sono ricche di funzionalità di sicurezza come Private Print e Optional Card Release che contribuiscono a preservare la segretezza dei documenti.

DIMENSIONE VERTICALE ATTRAVERSO PARTNER CONSULENTI

La declinazione verticale di **OKI** è illustrata da Massimiliano Tedeschi, VP Business Development, **OKI** Europe, con un ruolo europeo e sede a Londra, sempre in giro per Europa come racconta, con la responsabilità funzionale di sviluppare il mercato delle soluzioni verticali: "Nel business non ci si può permettere di rallentare ma occorre accelerare e quindi essere sempre più esperti e specialisti. Quindi in tutti i paesi **OKI** si è organizzata con strutture di vendita rivolte al canale e strutture di vendita per mercati verticali oltre a contare sul supporto dei Professional Services. Fermo restando il fatto che la delivery è sempre ad appannaggio dei partner di canale specializzati per mercati verticali, è necessario che i venditori che operano sul verticale adottino un approccio consulenziale".

Sono tre i principali ambiti verticali strategici individuati da **OKI**: arti grafiche (del print for pay piuttosto che print for use), retail ed healthcare. "Nel retail la comunicazione nei confronti dei clienti passa in maniera efficace attraverso il documento collegato, dove è forte la tematica del signage. In questo segmento sono tre le aree particolarmente importanti per il retailer: il traffico (quante persone visitano il punto vendita e come **OKI** può aiutare il retailer ad attirare clienti); la conversione (come fare sì che chi entra nel punto vendita passi poi all'acquisto e la segnaletica interna aiuta questo processo); il valore dell'acquisto (fare sì che chi entra acquisti gli elementi a maggior valore per il retailer)", illustra Tedeschi. Una case story di riferimento per **OKI** è quella di Citroen in Danimarca che ha dotato i propri concessionari di alcune stampanti **OKI** per stampare i banner aziendali e avere comunicazione visiva e contenuti allineati alla comunicazione che aveva attirato il cliente nel concessionario. "In Italia si fa molto uso della comunicazione digitale nel punto vendita ma questa non può essere l'unico strumento di comunicazione. Anche il consumatore italiano è un consumatore consapevole che acquista in modo informato". **OKI**, che in Italia opera con i brand più noti del retail dove i i retailer hanno strategia, presenza sul mercato e clientela molto differenti, non propone una soluzione già pronta

ma un approccio consulenziale, cercando di capire il bisogno del singolo retailer e proponendo una soluzione adatta alle sue necessità. Soluzione che per **OKI** è composta da cinque elementi: hardware, media (il materiale su cui si stampa), accessori, software e servizi. Non una funzione già pronta ma una combinazione dei componenti necessari: "Stiamo lavorando per trovare nuovi partner in questo mercato entro la fine del nostro anno fiscale ad aprile," afferma Tedeschi.

Nella Sanità è richiesta molta specializzazione nel canale. Sanità che per **OKI** significa non solo strutture ospedaliere, ma anche laboratori, mercato farmaceutico e farmacie e dove temi portanti indirizzati da **OKI** sono quelli relativi al flusso dei pazienti e quello della sicurezza del trattamento nell'ambito ospedaliero mentre nel farmaceutico quello della documentazione per la compliance alle regole e norme di settore, in cui è importante non tanto la stampa del documento quanto il contenuto di esso: "Sulla Sanità **OKI** punta molto e dove può traslare l'esperienza nelle arti grafiche con la tecnologia Daikon, un protocollo ospedaliero che permette di stampare su documento cartaceo per immagine con valenza di diagnostica e non di referto. Una stampa nerocomposita per immagini che può essere fruita dal paziente molto meno costosa di altri strumenti".

In generale, da tre anni a questa parte **OKI** sta approfondendo le conoscenze in questi tre mercati verticali, dove vanta esperti e partner specializzati e su questi mantiene alta la focalizzazione, pur avendo clienti anche in altri mercati, dove sta acquisendo competenze ed esplorando nuove aree o nicchie di mercato specifiche. Per esempio, il mondo delle costruzioni e dei cantieri: c'è molto passaggio di informazioni tra i cantieri e lo studio dove vengono preparati i progetti.

Come spiega Tedeschi, per indirizzare al meglio questi settori **OKI** fa leva su partner olistici e generalisti con competenze estese e un bacino di clienti che coincide con i verticals indirizzati, ma è anche alla ricerca di nuovi partner, tendenzialmente system integrator locali e regionali con un forte collegamento con il territorio, con competenze profonde per esempio sui sistemi sanitari locali piuttosto che sulle abitudini del consumatore nel retail.