



OKI Europe Italia: nuova sede e rinnovata strategia

DA WEB DIGITALIC | 11 LUG 2018 | STAMPA, TECNOLOGIA | 0 COMMENTI

OKI Europe Italia: nuova sede e rinnovata strategia. La stampa in supporto all'impresa e alla creatività

Di George Giurickovic

La recente inaugurazione della nuova sede di OKI Europe [Italia a Milano](#) è stata l'occasione per ascoltare [le novità](#) e le prospettive del settore e la strategia aziendale dell'azienda giapponese protagonista nel mondo della stampa.

Abbiamo incontrato il [Managing Director europeo Dennie Kawahara](#), [Romano Zanon](#), GM [South Regional Marketing](#) e [Massimiliano Tedeschi](#), Sales & Marketing Emea VP – Office Print/ Industry Vertical BU, con cui abbiamo potuto approfondire alcune rilevanti tematiche.

L'azienda opera in un settore che – nonostante in passato sia stato definito in via di estinzione – gode di buona salute in ambito office ed è in crescita in altri settori specifici.



Dennie Kawahara, Managing
Director OKI Europe

OKI, presente nella top 100 dei Global Tech Leader 2018 di Thomson Reuters, è riuscita a eccellere e innovare sotto tre diversi punti di vista: **la tecnologia**, in quanto pioniera della stampa a Led, che permette **intensità di colore, stampa in bianco e flessibilità sui supporti**. Il focus sul rendere i propri dispositivi strumenti di business che generano entrate e non semplici stampanti e **l'aderenza al principio giapponese "Shinrai"**, che identifica fiducia e lealtà e che incarna il modo in cui l'azienda lavora insieme ai propri partner per un successo crescente comune.



Massimiliano Tedeschi, Sales &
Marketing Emea VP – Office
Print/ Industry Vertical BU, OKI
Europe

Come emerso dalla conversazione con Tedeschi, discutendo dell'andamento e dei trend del mercato e dei punti di forza dell'azienda, OKI è riuscita, da un lato, a **consolidare la posizione nell'area più tradizionale del mondo office**, dove la competizione è sempre più aggressiva, **evidenziando i benefici del colore**. Dall'altro, ha contribuito a diffondere il concetto di print-for-pay, invece che di print-for-use, in particolare nei settori, ben rappresentati in Italia, delle arti

grafiche e della stampa specializzata. Questo grazie all'introduzione della Serie Pro9000 e al prossimo lancio, come mostratoci nello showroom in sede, di una nuova stampante per etichette.



Massimiliano Tedeschi ci ha, inoltre, parlato del focus sul retail, per il signage e sulla sanità, con le soluzioni di stampa con protocollo Dicom, utilizzato anche per le immagini di refertazione non diagnostica (da consegnare agli utenti).

OKI Europe, che opera con forza sul mercato come unica entità con [campagne marketing pan-europee](#) e che annovera fra i suoi clienti numerose aziende come Citroen e The Gleneagle Hotel Group, è un esempio di rinnovamento e utilizzo strategico dei mercati verticali, in vista dell'espansione della stampa specializzata e a basso volume, ma di qualità elevata.