

## OKI EUROPE, NUOVA SEDE STRATEGIE PER LA CRESCITA

La scelta di nuovi uffici si sposa con la volontà di continuare sui trend positivi e implementare nuove strategie pensate per garantire la crescita dell'azienda in un mercato sempre più competitivo

di **Camillo Lucariello**

La scelta è stata fatta ascoltando i clienti e con l'obiettivo di cogliere in modo più efficace le opportunità offerte dal mercato. La presentazione della nuova sede di **OKI Europe Italia** si è concentrata sulle scelte logistiche e organizzative che privilegiano gli open space e danno ampi spazi ai punti di incontro e alle aree demo. Dopo il benvenuto, ha preso la parola **Dennie Kawahara, EMEA managing director di OKI Europe**. «Il nostro obiettivo è quello di far crescere il business in Europa e in particolare in Italia, dov'è molto forte il segmento delle Arti Grafiche e dove possiamo contare su un team di professionisti ottimale. Per raggiungere i risultati, abbiamo semplificato la struttura, in modo da rispondere più rapidamente e meglio alle esigenze dei clienti». L'allineamento delle campagne marketing e delle attività di vendita sui singoli mercati europei, unito a una serie di incentivi per i dealer e a prodotti particolari (come la famiglia di stampanti Pro9000, in grado di stampare buste praticamente di ogni formato) capaci di utilizzare toner bianco o di stampare con qualità elevata un colore sull'altro, saranno le armi con cui **OKI Europe** combatterà la sua battaglia competitiva sia sul mercato delle Arti Grafiche che su quello delle applicazioni Office. Anche in settori verticali specifici, come quello sanitario, **OKI** si è conquistata una posizione importante, proponendo prodotti in grado di stampare referti di esami ai Raggi X o di produrre documenti d'ufficio di qualità elevata con stampanti estremamente affidabili, grazie alla tecnologia LED proprietaria. Il rapido scambio di idee con Dennie Kawahara ha consentito di approfondire alcuni aspetti della strategia **OKI Europe**. «**OKI** segue nei propri rapporti con i partner di canale un programma basato su una filosofia che in giapponese si descrive con la parola "shinrai", che significa fiducia e lealtà. Sono questi i valori che vogliamo tenere sempre vivi nei nostri rapporti con il canale». Tra le altre aree di business in cui **OKI** vuole investire in Italia, oltre ai segmenti verticali come quello della sanità o delle etichette,



è importante anche quello dei Print Shop. Anche se il mercato della stampa si va contraendo, c'è ancora spazio di crescita per chi è in grado di proporre soluzioni studiate sulle esigenze di particolari segmenti di mercato «offrendo servizi di alto livello in grado di soddisfare le necessità reali dei clienti».

**Dennie Kawahara**  
EMEA managing director  
di **OKI Europe**

