

Doroczne spotkanie z OKI

W Warszawie zorganizowano 16 grudnia doroczne spotkanie z firmą OKI – tym razem w stylu „Święta 1970–1980”. Jego pierwsza część odbyła się w Narodowej Galerii Sztuki Zachęta, z którą firma OKI współpracowała przy organizacji wystawy Goshki Macugi. Goście mogli obejrzeć prace artystki związane z problemem cenzury w sztuce polskiej po 1989 roku. Przygotowując ekspozycję wykorzystano archiwum Galerii: dokumentację wystaw, wycinki prasowe, a także listy czy księgi wpisów, skarg i wniosków. Na drugą część spotkania uczestników zaproszono do restauracji „Żywiciel” przy Pl. Inwalidów na Żoliborzu. Jacek Tarkiewicz, dyrektor marketingu OKI w regionie CEE/ER, dokonał podsumowania roku 2011, na który przypadła 130. rocznica założenia firmy OKI. Wystąpili także Piotr Parys i Tomasz Ziędalski, Product Marketing Managerowie OKI w regionie Europy Środkowej i Wschodniej. Potem był czas na dobrą zabawę, z udziałem znanego showmana Krzysztofa Skiby.

Rok 2011 przebiegł pod znakiem rebrandingu, nowych produktów, zmieniającego się rynku i struktur firmy. Firma musiała umocnić swoją pozycję na odradzającym się po kryzysie rynku urządzeń drukujących, i próbowała też zachować konsekwencję w działaniach, pomimo szalejącego rynku walutowego i kataklizmów, które nawiedziły Azję. Udało się – rok firma zakończyła z dobrymi wynikami, ze świetnie przyjętymi prognozami na 2012 rok i umocniona niesłabnącym zaufaniem partnerów handlowych oraz klientów. Firma OKI utrzymała dobre miejsce we wszystkich kluczowych segmentach rynku urządzeń drukujących i odniosła sukces w bardzo perspektywicz-



Od lewej: Tomasz Ziędalski, Krzysztof Skiba i Jacek Tarkiewicz

nym sektorze kolorowych laserowych drukarek formatu A3, zdobywając aż 34,9% udziałów. Umocniła się również pozycja firmy w zakresie drukarek igłowych (58,1% rynku).

Wyzwania szły w parze ze zmianami – niezmienny pozostał tylko wypracowany przez OKI model biznesowy zorientowany na klientów i partnerów handlowych. Jedną z najbardziej widocznych zmian jest wynikiem rebrandingu: OKI Printing Solutions zmieniło się w prostsze, bardziej przyjazne OKI. Rok 2011 zapisze się także w historii firmy ze względu na wzrost znaczenia Warszawy w strukturach zarządzających OKI w regionie. Prezes Piotr Nowak, kierujący do tej pory firmą w obszarze Europy Środkowej i Wschodniej, przejął odpowiedzialność także za Wschodni Region.

Wprowadzono do oferty nowości zaspokajające potrzeby małych i średnich przedsiębiorstw, jak seria kolorowych urządzeń wielofunkcyjnych MC800 (kontynuacja dobrze przyjętego modelu MC860), MC851 (dla firm z niższym wolumenem wy-

druków) i MC861 (dla bardziej wymagających grup roboczych). Pojawiła się też nowa drukarka monochromatyczna B840 – takie właśnie cieszą się największym zainteresowaniem w sektorze MŚP. Uzupełnieniem nowej oferty są stworzone do zadań specjalnych nowe drukarki igłowe ML5720/90 oraz ML33xx/55xxeco.

Firma oczywiście nadal stawiała także na swoje popularne flagowe modele, jak drukarki z serii B400, C300 i C500, a także MB400 oraz MC3x1/MC561.

Klienci coraz chętniej korzystali z oferowanych przez OKI rozwiązań do optymalizacji druku. Nadal oferowano pionierskie rozwiązania LED. Konsekwentnie była realizowana ekologiczna strategia firmy, w której ramach stale rośnie oferta sprzętu z inteligentnym trybem ECO, automatycznie dopasowującym zużycie energii, obniżającym koszty i oszczędzającym zasoby, a także z funkcją druku dwustronnego pozwalającą na zmniejszenie zużycia papieru i energii czy z trybem „głębokiego uspienia” zmniejszającym pobór energii.