



Wir leben, was wir verkaufen

Besser kann man es nicht machen: Während die meisten Anbieter im Bereich des Outputmanagements ihren Kunden die unterschiedlichsten Lösungen theoretisch und mit unzähligen PowerPoint-Folien vorstellen, präsentiert Ricoh seinen Partnern und Endkunden mit sogenannten „Future Office live“-Touren fast alle angebotenen Lösungen und Produkte im eigenen Unternehmen im „Live-Einsatz“.

Nicht ein einzelner Schau-
raum, sondern der gesamte
Hauptsitz der Ricoh-Zen-
trale in Hannover erwartete
die FACTS-Redaktion, als
Ricoh einlud, um die neu-
esten Produkte und Lösungen vorzustellen.
Vom Konzept des traditionellen Schau-
raums habe sich Ricoh, laut Marketing Director
Michael Pichler, konsequent verabschiedet.

LÖSUNGEN IM PRAXISEINSATZ

Nach dem Motto „Wir leben, was wir verkaufen“ ist die komplette Hauptverwaltung auch der Schau-
raum für Händler und Kunden. Das Unternehmen zeigt seine Lösungen für Druck- und Dokumentenmanagement, Produktionsdruck und IT Services im realen Praxis-



BESSER GEHT ES NICHT: Die Ricoh-Mitarbeiter erklären die Anwendungen, die sie selbst nutzen.



Klaus Leifeld ■

einsatz – vorgestellt von den Ricoh-Mitarbeitern, die mit den eigenen Produkten arbeiten.

Täglich führt man die Besucher durch die einzelnen Abteilungen. Die Mitarbeiter, wie beispielsweise aus den Abteilungen Marketing, Verkauf und Controlling oder Sekretariat, führen „ihre“ Lösungen vor. Eine gute Idee, denn so erhalten Kunden und Interessenten einen konkreten Eindruck und lernen die Effizienz der einzelnen Ricoh-Lösungen kennen: Die digitale Archivierung, das Druckkosten-Controlling, modernes Administrations- und Fleet- oder Printmanagement via Job-Ticket sind nur einige Beispiele.

Darüber hinaus erhält der Kunde einen Einblick in Unternehmensbereiche wie beispielsweise die Office Consulting Division. Hier stellt Ricoh Analysen und Dienstleistungen vor, die zur Prozessverbesserung und Optimierung des unternehmensweiten Druck- und Dokumentenmanagements beitragen.

FUTURE OFFICE LIVE IM TRUCK

Besonders beeindruckend für die FACTS-Redaktion war bei der „FOL-Tour“ der Besuch des Printing Innovation Centers, wo die Produktionsdrucklösungen von Ricoh im Einsatz sind. Hier konnte man unter anderem den Druck von Massenmailings und die Produktion von Broschüren bestaunen.

Weitere Stationen der FOL-Tour sind Abteilungen, in denen Ricoh-Mitarbeiter verschiedene Scan-to-Funktionen, wie etwas das Ver-

teilen von Dokumenten an E-Mail-Empfänger und andere Abteilungen, demonstrieren. Damit möglichst viele Kunden und Interessierte in den Genuss der FOL-Touren kommen können, ist das FOL-Konzept nicht nur in der Zentrale in Hannover, sondern auch in den Business & Service Centern Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt, Stuttgart, Nürnberg und München umgesetzt worden.

Übrigens: Ricoh bringt Kunden und Interessenten seine Lösungen auch direkt „vor die Haustür“. Möglich wird das durch die jährliche dokuTRENDS-Tour und zwei speziell ausgerüstete Showtrucks, in denen die Lösungen von Ricoh auf einer Ausstellungsfläche von insgesamt 150 Quadratmetern präsentiert und ausprobiert werden können.

UNTERWEGS IN DEUTSCHLAND: Auch in mobilen Showtrucks zeigt Ricoh spezielle Konzepte zum Thema Outputmanagement.

