



I 25 ANNI DI KINGSTON TECHNOLOGY

Due chiacchiere con il Ceo e co-fondatore John Tu

Come ti senti ora che Kingston compie 25 anni?

Il desiderio mio e di David (Sun) era quello di creare un'azienda in cui le persone potessero sentirsi bene e lavorare in serenità. Per noi era fondamentale che l'azienda avesse un "tocco umano", per questo sapere che i miei collaboratori sono orgogliosi di far parte della famiglia Kingston mi rende davvero felice.

Avresti mai immaginato di aver tanto successo?

Quando David e io abbiamo fondato Kingston eravamo senza un soldo. Molto del nostro iniziale successo, bisogna dirlo, fu merito anche della fortuna, e dobbiamo ringraziare tutte quelle persone che, per prime, hanno creduto in noi. La loro fiducia ci ha aiutato tantissimo. E' davvero emozionante ripercorrere gli anni trascorsi insieme in Kingston, soprattutto se ripensiamo ai primi passi della strada che abbiamo percorso.

Quale è il tuo segreto per il successo?

Il successo è la combinazione di svariati fattori: atteggiamento positivo, duro lavoro, pazienza e apprendimento dai fallimenti, ma soprattutto *la correttezza*. Kingston è cresciuta perché abbiamo un rapporto chiaro con i nostri collaboratori. Essere trasparenti con i nostri clienti, partner, impiegati e rivenditori ha creato le basi per una relazione di lavoro forte e duratura, situazione indispensabile per offrire la qualità che ci contraddistingue.

Cosa vorresti dire ai rivenditori, partner e clienti di Kingston?

Oggi non saremmo ciò che siamo se non avessimo avuto il supporto dei nostri clienti, partner e rivenditori. Per noi questi 25 anni sono stati come un bellissimo viaggio. Siamo orgogliosi di averlo condiviso con loro e speriamo di averli al nostro fianco per i prossimi 25 anni. Voglio

ringraziare i nostri collaboratori per l'amicizia, la dedizione e la lealtà che ci hanno dimostrato. E' grazie a loro che siamo diventati la grande famiglia Kingston.

Come vedi i prossimi 25 anni?

La tecnologia alla base di una memoria USB è molto semplice, ma la loro richiesta resterà sempre alta. Ogni mercato deve fronteggiare la minaccia derivante dall'emergere di nuove tecnologie: il cloud, per esempio, potrebbe apparentemente danneggiare il nostro mercato se solo non avessimo pensato di proporre prodotti come le memorie e gli SSD per i server, ovvero i principali componenti per un'infrastruttura cloud. Flessibilità e capacità di adattamento sono le chiavi per un successo duraturo, questo è quello in cui io e David crediamo da 25 anni, dal giorno in cui fondammo questa azienda.

Alcune riflessioni dei Global Executive (tutti presenti nel [video](#) del 25esimo anniversario dell'azienda).

Darwin Chen, VP Flash Memory:

“La nostra cultura aziendale rispecchia la regola fondamentale che mette le persone al centro di tutto il business. Continueremo a puntare all'eccellenza e alla qualità, senza trascurare mai i rapporti con tutti i nostri collaboratori, rivenditori, produttori. E' questa la formula vincente per continuare a dare il meglio”.

Scott Chen, VP Sales & Marketing, Asia-Pacific:

“Il successo dell'azienda è dovuto in gran parte alle persone. Sono molti i dipendenti che lavorano qui da 10 o 20 anni, e ce ne sono alcuni che addirittura che sono stati assunti 25 anni fa, quando fu fondata l'azienda. Credo che sia raro per una società avere tanti impiegati fedeli nel tempo, che si trovano bene e che scelgono di crescere con l'azienda”.

John Ho, VP Operation:

“Dal giorno in cui fu fondata, Kingston è l'unica azienda a fornire soluzioni complete, dal design del prodotto alla logistica, fino ad arrivare al post vendita. I nostri ingegneri sviluppano continuamente nuovi test per migliorare la qualità del prodotto”.

Mark Leathem, VP Corporate Marketing:

“Kingston è un’azienda unica perché sappiamo gestire bene le avversità. Non abbiamo paura di cambiare e siamo in grado di adattarci velocemente ai cambiamenti. Siamo in grado di affrontare i periodi difficili, i fallimenti e le sfide quotidiane. Se cadiamo, ci rialziamo e andiamo avanti. Sappiamo imparare dai nostri errori e sfruttiamo l’esperienza per lasciarci i fallimenti alle spalle”.

Carolina Maldonado, VP Sales & Marketing Latino America:

“Kingston è cresciuta rapidamente durante questi 25 anni grazie, in buona parte, alla perseveranza nel mercato dimostrata, ma soprattutto grazie alle ottime risorse interne”.

Thomas Marschner, VP Sales & Marketing, EMEA:

“L’ambiente stimolante e la filosofia di empowering incoraggiano i dipendenti a proporre idee a nuove soluzioni”.

Vishal Parekh, Marketing Director, India:

“Chi non cresce muore. Quando penso a Kingston e al suo costante sviluppo mi viene in mente il vecchio detto che dice “c’è una differenza tra conoscere la strada e percorrerla”. Noi di Kingston siamo i leader del settore, siamo noi che creiamo la strada.”

Al Soni, Senior VP Strategic Alliance:

“Abbiamo sempre cercato di anticipare i bisogni dei partner: essere in grado di farlo significa che abbiamo raggiunto un ottimo livello d’intesa, che può dare buoni frutti. Fiducia e lealtà sono l’essenza di come concepiamo il business qui in Kingston”.

Kevin Wu, VP of Sales & Development, Eastern Europe:

“Siamo molto affiatati. Insieme lavoriamo duramente e insieme ci divertiamo. Quest’atmosfera così familiare è il risultato di quello che John Tu e David Sun hanno creato e voluto 25 anni fa. Sono onorata di lavorare per loro. Sembra proprio di essere in un’azienda a conduzione familiare”.