automotive news
Kiadta a Smarter Média Kommunikációs Ügynökség (https://news.smartermedia.hu)

Évek helyett egyetlen hét: így született meg a Lexus új generációs infotainment rendszere

A Lexus NX hamarosan piacra lépő második szériájának számtalan újdonsága közül talán a kezelőfelület jelenti majd a legnagyobb változást az elődmodellel – sőt, a márka összes típusával – szemben. Az érintőképernyős, hangvezérléses infotainment rendszer két mérnök-igazgató kitartásának és az ügyfelek iránti elkötelezettségének köszönhető.

Daniel Hall, a Lexus globális ügyfélélmény-tervezési igazgatója és észak-amerikai főmérnöke 2017-ben csatlakozott az autógyártóhoz. Még két hete sem dolgozott a cégnél, amikor részt vett egy ügyféltalálkozón, ahol a Lexus törzsvásárlói a touch paddel vezérelhető infotainment rendszerrel kapcsolatos csalódásaikat és felháborodásukat zúdították a márka képviselőire. Hall megdöbbent: japán kollégáival korábban folytatott beszélgetéseiből úgy tudta, a márka ügyfelei kifejezetten szeretik a padlókonzolon elhelyezett érintésérzékeny felületet.

A különbség persze, mint hamar rájött, az eltérő kultúrákban gyökerezett. Míg az észak-amerikai vásárlók (és, tegyük hozzá, jobbára az európai ügyfelek is) szívesebben láttak volna egy olyan kezelőfelületet, amit okostelefonjukhoz hasonló logika szerint működtethetnek, a kalligrafikus kézírás világában élő japánok stílusosnak és kézre állónak tartották a megoldást, ezért előnyben részesítették a durva, hétköznapi érintőképernyővel szemben. Ők türelmesen idomultak a számukra érzelmi és stílusbeli pluszt jelentő technológiához, míg a nyugati vásárlók instant sikerélményt és használhatóságot kerestek.

Hall azonnal tudta, hogy adatokra van szüksége, méghozzá rengetegre. Több mint 2000 órányi, személyes ügyfélinterjút és cégen belüli felmérést végzett el, ám a vélemények többségükben pozitívak voltak. A fiatal szakember azonban azt gyanította, hogy ez – legalábbis részben – annak volt betudható, hogy munkatársai nem akarták kritikával megbántani az érzéseit. Ezért a felmérést cégen kívüli ügynökség gondjaira bízta, és kiterjesztette az egész világra – a kritikák pedig kezdtek élessé válni.

Daniel Hall eredetileg csak az észak-amerikai piacra szánt modellek kezelőfelületének átdolgozására kapott engedélyt a japán felsővezetéstől, ezek után azonban látta, hogy világszerte új megoldásra várnak az ügyfelek. Csakhogy a Lexus már évekkel korábban hozzákezdett a Touch Pad új generációjának kifejlesztéséhez; a döntéshozók véglegesítették a hardvert és a szoftvert is.

Az „összeesküvésben” társa volt *Steve Basra*, a cégcsoport kapcsolódási technológiáiért felelős alelnöke, aki tudta, hogy a változtatáshoz egyszerre kell meggyőzniük a különböző technológiai és kapcsolódási szakterületek felelőseit, méghozzá rendkívül gyorsan és hatékonyan. Ezért összeállított egy prezentációt, és bekopogott a Toyota csoport észak-amerikai vezérigazgatójához, *Jim Lentzhez*. A nagyfőnök egyetlen pillantást vetett a

dokumentumra, majd összehívta a felsővezetői bizottságot, és eléjük tárta a problémát. *„Van valaki, aki szerint nem ezt az irányt kell követnünk?”* – tette fel a kérdést, és a csendből Hall és Basra már tudták, hogy nyert ügyük van.

„Egy ilyen szintű döntés meghozatala és elfogadtatása normális esetben éveket vesz igénybe. Nekünk egy hét alatt sikerült elnyernünk a döntéshozók támogatását” – emlékezik vissza a két szakember.

Ráadásul ez a támogatás nem csupán elvi volt: a vállalat jelentős pénzügyi forrásokat biztosított a fejlesztéshez, elkezdték átcsoportosítani a feladat végrehajtásához szükséges embereket, Hall pedig gyakorlatilag Japánba költözött, hogy folyamatos kapcsolatot tudjon tartani az ottani szakértőkkel.

Tévedés volna persze azt gondolni, hogy a folyamat egyetlen vidám sikertörténet volt. Nem mindenki támogatta a változtatást, és bizony előfordult, hogy ugyanazzal a csapattal akár húszszor is le kellett ülniük, hogy újra és újra előadják az érveiket. Mások talán feladták volna, Basra és Hall azonban csak egyre lelkesebbé vált a kihívás láttán. *„Felismertük, hogy nem feltétlenül a cégnek tartozunk hűséggel és elkötelezettséggel, hanem a jelenlegi és jövőbeli ügyfeleknek. A vállalat belső küzdelmei nem tartoznak a vásárlókra – az a dolgunk, hogy megvívjuk azokat a harcokat, amelyek az ő érdekeiket szolgálják.”* Hamarosan kiderül, hogy Hallnak mennyire volt igaza a megoldás helyességét illetően.

A Lexus új generációs infotainment kezelőfelülete 2021 negyedik negyedévében, a frissen bemutatott Lexus NX fedélzetén tartja világpremierjét. Ezzel párhuzamosan bemutatkozik a Toyota saját multimédiás rendszere is, majd idővel a technológia mindkét márka valamennyi típusában megjelenik – köszönhetően Steve Basra és Daniel Hall rendíthetetlen eltökéltségének.

Fotók: *Toyota, Corey Proffitt*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/tuning/evek-helyett-egyetlen-het-igy-szuletett-meg-lexus-uj-generacios-infotainment-rendszere