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

Átfogó arculatváltást indított útjára a Lexus

Az évtized végére tervezett emissziómentes átállással párhuzamosan megjelenésében és üzletpolitikájában is megújul a Lexus. A világ első számú hibrid prémium márkája minden eddiginél magabiztosabban áll ki közönsége elé – méghozzá térségenként eltérő tartalommal.

Az új generációs Lexus NX mögött haladva szokatlan élményben lesz része az autósoknak. A márka karakteres stílusjegyei közül hiányzik a minőség szinonimájává vált, L betűs logó, a helyén büszke Lexus felirat hirdeti a modell hovatartozását. A változást minden piacán, Kínától Észak-Amerikáig egységesen vezeti be a márka, és nem csak az NX-nél: ugyanezzel a dizájnelemmel találkozhatunk az új generációs Lexus LX-nél is.

Miközben a hátsó típusjelzés leváltása (a többi, szokásos helyen marad a Lexus jellegzetes logója) mérföldkőként jelöli ki a változások kezdetét, az átalakulás jóval mélyrehatóbb, mint egy emblémacsere. A stílusváltás kimondottan ahhoz a stratégiai célkitűzéshez kapcsolódik, amelynek értelmében a márka 2030-ra minden elsődleges piacán, 2035-re pedig **az egész világon tisztán elektromos üzeműre kívánja átállítani** teljes modellpalettáját. Aligha véletlen, hogy a logót kiváltó márkanév először épp a márka tisztán elektromos tanulmányautóin (Lexus LF-30 Electrified, 2019; illetve Lexus LF-Z Electrified, 2021) jelent meg először.

A változás élén *Koji Sato*, a márka frissen kinevezett új globális igazgatója áll, aki szerint a Lexus ma már kellőképpen nagy és erős márka ahhoz, hogy egyes globális piacain elkezdjen eltérő termékportfolióval megjelenni. Ez részben már most is így van – a tisztán elektromos UX 300e nem kapható például az Egyesült Államokban, míg az Európai Unió piacai hiába vágynak a GX és LX óriás terepjárókra –, a jövőben azonban elképzelhetők lesznek olyan modellek, amelyeket konkrétan egy-egy piacra fejlesztenek. Ilyen lehet egy prémium kombi, amelynek Európában és Japánban egyaránt nagy keletje volna, vagy a nyújtott tengelytávú kompakt modellek, amelyek a kínai ügyfelek sajátos igényeit elégíthetnék ki.

Addig is, amíg elérkeznek a piac specifikus Lexus modellek, a márka megkettőzött lendülettel újítja meg termékeit. A típusfrissítésnek nem a logócsere az egyetlen, és még csak nem is a legfontosabb eszköze. Ahogy a Lexus észak-amerikai marketingvezetője, *Brian Bolain* egy helyi szakfolyóiratnak nyilatkozva elmondta, az NX-nél bevezetett, új generációs infotainment rendszert a lehető legrövidebb időn belül be szeretnék vezetni a márka minden egyes típusában. *„Nem várjuk meg az esedékes modellfrissítéseket. Nem szabtunk magunknak konkrét határidőt, de úgy gondolom, 30 hónapon belül minden új gyártású Lexusban a most bemutatott, új generációs infotainment rendszerrel találkozhatnak az ügyfelek.”*

Ennek a multimédiás rendszernek a legfontosabb újdonsága az érintőképernyő, ám a típustól függően 8-14 colos képátlójú monitorral szerelt rendszer tudása is lenyűgöző. A korábbiaknál gyorsabb processzort alkalmazó technológia támogatja a vezeték nélküli okostelefon-integrációt, kompatibilis számos zenei streaming szolgáltatással, valamint magától értetődő módon vezeték nélküli kapcsolaton keresztül tudja frissíteni a szoftverét, azaz képes folyamatosan megújulni, modernizálni magát.

Fotók: *Lexus, Motortrend*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/atfogo-arculatvaltast-inditott-utjara-lexus