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

A motorsporton keresztül fiatalít a Lexus

Nemcsak termékkínálatát, de kommunikációját és arculatát is egy új, fiatalabb és dinamikusabb vevőkör ízléséhez és életstílusához igazítja hosszútávon a Lexus, és ezzel minden eddiginél szabadabban értelmezi a fényűzés fogalmát.

Amikor 2017-ben egy profi utcai táncos köré építette fel akkori legújabb és legfényűzőbb típusának, a végtelenül elegáns LC kupénak a reklámfilmjét, hatalmas kockázatot vállalt a Lexus – különösen, mert a formabontó szpotot a világ legdrágább és legnézettebb reklámidejében, a Super Bowl szünetében vetítette le először. A fiatalok persze odavoltak a Sia slágerére táncoló, világklasszis Lil Buckért, a márka hagyományos vevőköre azonban nem tudott mit kezdeni a kampánnyal.

Az autók lelkéről értekező Man and Machine reklámfilm kifejezetten sikeresnek számított: a Lexus stratégiaváltásának, egy jóval fiatalabb, progresszívabb vevőkör elérését célzó, átfogó törekvésnek volt korai jele és első, de korántsem egyetlen eszköze. Még ugyanabban az évben rajthoz állt ugyanis a márka Észak-Amerika legfontosabb motorsport-bajnokságában, az IMSA WeatherTech SportsCar kupában. Az RC F szupersportkocsi alapjaira épülő GT3-as versenyautó három év alatt a kategória élvonalába dolgozta fel magát. Az Aim Vasser Sullivan csapat színeiben jelenleg a bajnokság második és harmadik helyén állnak, méhsejt-mintázatú versenyautójuk pedig nemcsak villámgyors, de még az egyébként színpompás mezőnyben is pimaszul feltűnőnek bizonyult.

„Szeretnénk izgalmasabbá, »szórakoztatóbbá« tenni a márka arculatát, és a motorsport kiváló lehetőséget kínál arra, hogy megmutassuk magunkat a vevőknek” – elemezte a márka látszólag hirtelen támadt, valójában alapos műszaki és marketing előkészítéssel megtámogatott új irányát Cooper Ericksen, a Lexus terméktervezésért és -stratégiáért felelős alelnöke.

A törekvés magától Akio Tojodától, a Toyota-csoport első számú emberétől ered, aki maga is lelkes és tehetséges autóversenyző. A Lexus sportosabbá tétele azonban nem csupán számára fontos, a vásárlók a luxuskategóriában is mindentudó autóra vágynak, amely egyszerre kényelmes és dinamikus, megfontolt és zabolátlan, harmonikus és megbabonázó. Ehhez pedig az autógyártónak és ügyfeleinek egyaránt át kell lépniük saját komfortzónájuk határait – így születtek meg azok az új generációs modellek, az UX kompakt szabadidőjárműtől az ES nagy szedánig, amelyek az egyéni kifejezésmódot, a vezetés örömét, a fiatalosságot is a prémium fogalmának alkotórészeként kezelik.

Hogy milyen távlatok várnak még a Lexusra és ügyfeleire, arról sokat elmond, hogy a márka egyik legnagyobb közel-keleti importőre, a dubaji Al-Futtaim az ötszörös regionális driftbajnok Ahmad Dahamot nevezte ki nagykövetének. Ennél messzebb aligha távolodhatna egy luxusmárka a fényűzés klasszikus értelmezésétől, főleg, ha a Guinness

világcsúcstartó sportoló új autóját is megvizsgáljuk. A világ első Lexus RC F Pro Drift versenyautója csaknem kétszer olyan erős (844 LE/858 Nm), mint az utcai RC F sportkupé – nem csoda, hiszen minden komponensét kicserélték, valamint kompresszort illesztettek rá. Az erőforrás és a négyfokozatú szekvenciális sebességváltó között kéttárcsás versenykuplung dolgozik, a futómű két irányban állítható, az elöl hat-, hátul négydugattyús fékeket a Brembo szállítja, a szélesített karosszériaidomok alatt pedig elöl 265/30 R19, hátul 285/35 R19 méretű abroncsokat találunk.

Fotók: *Lexus*

Forrás: *https://news.smartermedia.hu/motorsport/motorsporton-keresztul-fiatalit-lexus*