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

A tökéletességhez vezető út - 30 éves a Lexus

Sokan nem tudják, de az idén harmincéves Lexus valójában első kudarcának köszönhette felemelkedését. A márka korai kríziskezelési bravúrját ma egyetemeken oktatják, így nekünk is érdemes átismételni, mi különbözteti meg a kivételeset a szimplán nagyszerűtől. Összeállításunkból a márkával kapcsolatos néhány kevésbé ismert részletet is megtudhat.

Amikor a Lexus 1989. december 4-én sajtóközleményt adott ki, az európai és észak-amerikai konkurensek megkönnyebbülten dőltek hátra: mégiscsak nekik volt igazuk. Alig két hónap telt el azóta, hogy piacra lépett a Toyota új luxusmárkája, és lám, máris visszahívási kampányt kezdeményezett. Igaz, önkéntesen, és egy nevetségesen kis arányban jelentkező hiba miatt, de akkor is: ők sem tökéletesek.

Valójában persze az sem lett volna megbocsáthatatlan, ha ennél több baki merül fel a sorozatgyártású LS400 korai példányainál, hiszen **a legnagyobb titokban, hat éven át fejlesztett típusba több évtizedre elegendő innovációt sűrítettek bele a Toyota mérnökei.** Gyártástechnológiai, biztonsági és kényelmi világújdonságok hosszú sorával debütált a nagy limuzin, amelynek fejlesztési célkitűzései nemcsak a konkurensek képességeit, de a Toyota addigi legjobb teljesítményeit is meghaladták. **A 1983-ban útjára bocsátott Circle F fejlesztési projekt nem kevesebbet követelt meg minden egyes résztvevőtől, mint hogy saját magukat túlszárnyalva kvázi az elképzelhetetlent valósítsák meg.**

Az eredeti elképzelés, amit *Togo Jukijaszu*, a Toyota frissen kinevezett észak-amerikai vezetője az igazgató tanács elé terjesztett, kísértetiesen egyszerű és logikus, éppen ezért elképzelhetetlenül ambiciózus volt. Felnőtt egy nemzedék, amelyik iskolaévei alatt, majd pályakezdőként Toyotával járt, mert az megfizethető és megbízható volt. Ezek az emberek most örömmel ülnének át egy elegánsabb, fényűzőbb autóba, ugyanakkor megszokták a kiváló minőséget: adjon hát nekik a Toyota egy luxusautót! *Tojoda Eidzsi* cégelnök támogatta az ötletet, így *Szuzuki Icsiro* főmérnök vezetésével 1983-ban megkezdődhetett a munka – pontosabban a tanulás.

A projekt felelősei hosszasan tanulmányozták az észak-amerikai vásárlók elvárásait és szokásait, majd az így szerzett benyomásokat a japán tervezési és gyártási filozófiákkal ötvözve láttak hozzá a tervezéshez. Szuzuki-szan szabadon rendelkezhetett a Toyota dolgozói állományával és költségvetésével – **a hat éven át tartó fejlesztés során 60 formatervező, 1400 mérnök, 2300 szerelő és további 200, egyéb területeken tevékenykedő munkatárs dolgozott** azon, hogy megalkossa minden idők legtökéletesebb automobilját.

A Lexus LS400 fejlesztése során több száz prototípust készítettek – **a vadonatúj, nyolchengeres erőforrás fejlesztési prototípusainak száma megközelítette az**

ezret! –, és olyan minőségi elvárásokat támasztottak a leendő modellel (valamint általában minden későbbi Lexus modellel szemben), amelyekre nemhogy az egyébként megszállottan maximalista japán autóiparban, de egyáltalán sehol a világon nem volt példa. Ezeket mind felsorolni képtelenség volna, de jól érzékelteti a Toyota hozzáállását a feladathoz Szuzuki-szan öregedésgátló programja: **a Lexus LS400 minden egyes elemének tervezése és gyártása, valamint a teljes összeszerelési folyamat során olyan minőségre kellett törekedni, hogy a modell 90 ezer kilométer megtétele után olyan állapotban legyen, mint bármelyik konkurense vadonatújan.**

Minden elővigyázatosság, igyekezet és felkészültség ellenére mégis bekövetkezett az elkerülhetetlen – ahogy 1989 decemberében *Dave Illingworth*, a Lexus ügyvezető igazgatója fogalmazott: *„Mindig a tökéletességre törekszünk. Kétlem, hogy valaha is elérjük, de soha nem adjuk fel a próbálkozást.”* **Amikor a Lexus vezetői tudomást szereztek arról, hogy az addig eladott 8000 eladott autóból** (a versenytársak már abban sem hittek, hogy ennyit el tudnak adni mindössze két hónap alatt) mindössze kettő darabon apró hibát észleltek a sebességtartó automata működésében, villámgyorsan dönteniük kellett. Talán elég lett volna, ha a két érintett ügyfél járművén orvosolják a hibát, ők azonban a szükségből erényt kovácsoltak.

Így aztán **személyesen felkeresték vásárlóikat – mind a nyolcezret.** Akik viszonylag közel laktak egy Lexus márkaszervizhez, azoknak beszállították az autóját a műhelybe, a javítás időtartamára csereautót biztosítottak nekik, majd a hiba elhárítása után teletankolva, kívül-belül kitakarítva vitték vissza a szedánt, és még egy apró ajándékot is átnyújtottak, bocsánatkérésként. Ha az ügyfél lakhelye túlságosan messze esett a márkakereskedésektől, műhelyt béreltek a közelben, és ott cserélték ki a hibás alkatrészeket. **Az egyik vásárlójuk történetesen Alaszkában használta autóját, így egy szerelő repülőre szállt, és több órát utazott, hogy kiköszörülje a márka becsületén esett „csorbát”.** Az egész folyamat húsz nap alatt lezajlott.

A nagyközönséget teljesen lenyűgözte az őszinte felelősségvállalásnak és a nagyvonalúságnak ez a gáláns kombinációja. Az ügyfelek többsége azonban nem lepődött meg, mert már megtapasztalták az *omotenasit* – a vendéglátás művészetét. A „felülmúlni minden elvárást” filozófiája több volt hangzatos szlogennél. **A Lexus észak-amerikai bevezetésekor a több ezer érdeklődőből mindössze 121 kereskedőt talált méltónak arra, hogy licenszjogot kapjon.** Amikor pedig a márka Japánban is megjelent, **illemtanórára küldték a teljes személyzetet, a szerelőktől az értékesítőkig. Az az *Ogaszawara* család tanította** meg nekik, hogyan kell ajtót nyitni, pontosan milyen távol álljanak meg az ügyféltől, és hogyan mosolyogjanak, **amelyik az 1300-as évek óta oktatja etikettre a japán társadalom krémjét.** Ma pedig már kívülállók is megtapasztalhatják ennek a különleges szemléletnek a varázsát: a világ legelőkelőbb városaiban megnyitott Intersect by Lexus kulturális közösségi tereken bárki átélheti, milyen érzés Lexus-tulajdonosnak lenni.

Így utólag még nyilvánvalóbb az, amit már 1989 telén is érezni lehetett: ahelyett, hogy lerombolta volna az újszülött márka hírnevét, a visszahívási kampány még erősebbé tette azt. A japán szolgáltatási szemléletet az amerikai hatékonysággal kombináló hozzáállás hatására végképp leomlott az ellenállás fala: a Lexus az év fennmaradó néhány napjában ugyanannyi autót adott el, mint az előző két hónapban együttvéve. Így sikeresen teljesítették azt a tervezett mennyiséget, amelyet a márka dolgozóin kívül senki nem gondolt megvalósíthatónak. Az LS400 bemutatása óta eltelt pontosan három évtizedben új modellek és modellgenerációk tucatjai jelentek meg a kínálatban. **A Lexus globális eladásai pedig idén januárban átlépték a tízmillió darabot.** Ma már senki nem

kérdőjelezi meg a japán luxusautó koncepcióját, a Lexusnak pedig legfeljebb saját maga előtt kell bizonyítania, amint lépésről lépésre közelebb kerül a tökéletességhez.

Fotók: *Lexus, imsa.com*

Forrás:
https://news.smartermedia.hu/nemzetkozi-hirek/tokeletesseghez-vezeto-ut-30-eves-lexus