

PRIEMYSELNÝ POČIN PRI OBNOVE IDENTITY VOZIDIEL ZNAČKY DACIA

24 hodín: toľko času potrebovala spoločnosť Dacia na to, aby dosiahla znamenitý priemyselný úspech. Všetky modely v troch závodoch v Pitesti, Tangeri a Casablance prešli v rovnakom čase na novú identitu značky. To je 3 100 vozidiel za jeden deň! Spoločnosť Dacia zvládla túto jedinečnú priemyselnú výzvu, vďaka svojej pohotovej organizácii a pri zachovaní bezchybnej kvality svojich vozidiel. Bol potrebný viac ako rok dôkladnej prípravy a koordinácie vo všetkých jej oddeleniach. Christophe Dridi, viceprezident spoločnosti Dacia pre priemysel, nám o tejto metamorfóze povedal viac.

Výroba vozidla zahŕňa komplexný a zložitý výrobný proces, ale aj napriek tomu sa spoločnosti Dacia podarilo zmeniť celú ponuku vozidiel na novú identitu značky. A to v rekordne rýchlo, v rovnakom čase a v troch rôznych závodoch súčasne: Pitesti v Rumunsku a v Casablance a Tangeri v Maroku. Takto značka radikálne zmenila svoj imidž a prešla na novú identitu vyjadrujúcu jej záväzky do budúcnosti a základné hodnoty. Táto nová stratégia identity značky Dacia je prvým krokom v rámci strategického plánu Renaultion, ktorý rieši niekoľko veľkých výziev, počnúc logistikou náhradných dielov cez školenia zamestnancov až po sieť predajcov.

Aby sme pochopili, ako sa na vozidlách, ktoré v pondelok ráno zišli z výrobných liniek, objavil napríklad nový emblém Dacia Link na maske chladiča, pričom vozidlá vyrobené len 24 hodín predtým, boli ešte "staré verzie", pozrieme sa do zákulisia závodov spoločnosti Dacia, ktoré umožnili nemožné.

"Sme presvedčení, že je to prvýkrát, čo automobilka modernizovala celý svoj modelový rad, a to v troch závodoch súčasne. Ukazuje to, aká je spoločnosť Dacia flexibilná a agilná."

Christophe Dridi, viceprezident pre priemysel v spoločnosti Dacia

KAPITOLA 1: PRIEMYSELNÁ VÝZVA

V troch závodoch spoločnosti Dacia v Pitesti, Tangeri a Casablance z výrobných liniek každých 50 sekúnd zide jedno vozidlo. Celkovo 3 100 vozidiel denne muselo niesť nové označenie značky. Práve toľko vozidiel musela vymeniť od pondelka 24. októbra 2022 od 9.00 h, keď sa vozidlá dostali na linku a mali sa na ne namontovať nové diely.

Zmena vizuálnej identity v celom sortimente, a to v priebehu jedného dňa, bola nevyhnutnou podmienkou úspechu projektu. Nové komponenty boli vopred zaregistrované v IT systémoch, ktoré boli všetky prepnuté v pondelok ráno, aby sa eliminovalo riziko chýb a zabezpečil úspešný prechod bez zníženia kvality. Logistické priestory boli tiež prispôsobené tak, aby sa do nich zmestili nové diely a aby sa zabránilo ich zmiešaniu so starými komponentami.

KAPITOLA 2: LOGISTICKÁ VÝZVA

Prechod na novú identitu značky bol spojený aj s veľkou logistickou výzvou: zmena všetkých modelov - Duster, Sandero Logan a Jogger - v troch závodoch súčasne, vo veľmi krátkom čase a pri veľmi napätom harmonograme vývoja a výroby. Logistický tím musel zvládnuť 190 nových produktov od 57 rôznych dodávateľov vrátane loga, nového emblému a nových farieb. A to počas nedostatku náhradných dielov a surovín, čo znamená, že tím musel prijať ďalšiu výzvu, ktorou bolo dohnať meškanie a zabezpečiť, aby všetky diely spĺňali dohodnuté normy.

"Zvládli sme to vo veľkom štýle, pretože organizácia, odhodlanie a nasadenie našich tímov boli príkladné. Všetky predsériové vozidlá boli dodané načas a výroba sa začala podľa plánu. Vždy, keď na ceste zbadáme nové vozidlo, sme hrdí na to, že sme sa podieľali na úspechu uvedenia na trh a zaslúžili sa o spokojnosť našich zákazníkov."

Ileana-Florentina Botea, manažérka logistických projektov

KAPITOLA 3: TRÉNINGOVÁ VÝZVA

Ďalším dôvodom, prečo táto radikálna zmena fungovala, bola mimoriadna tímová práca 20 000 ľudí v troch závodoch spoločnosti Dacia. Oddané ženy a muži, ktorí boli v kontakte s dielňami prekonalí všetky výzvy, postupovali rýchlo a zároveň dodržiavali celý postup vývoja a priemyselnej výroby. Operátori boli zaškolení, zatiaľ čo sa zavádzal zásadný výrobný plán. Takto sa im podarilo udržať plynulý chod výroby pri dodržaní nekompromisných noriem kvality, a to od úplného začiatku.

"Na tento prechod sme sa pripravovali rok: počítali sme so všetkými problémami spojenými s dodávateľskými reťazcami, školeniami a kvalitou. Vďaka koordinácii všetkých oddelení sa nám podarilo v pondelok ráno postupne zaviesť novú identitu značky bez výrazných dopadov na výrobu. To je pozoruhodné!"

Stefan Stanca, manažér technických projektov

KAPITOLA 4: VÝZVA V OBLASTI PREDAJA A MARKETINGU

Výzva v oblasti predaja a marketingu súvisela s očakávaniami zákazníkov: museli sme začať prijímať objednávky skôr, ako sa nová identita značky dostala do výrobných závodov.

Tento priemyselný počin a nová identita značky nesú posolstvá značky Dacia a robia ju ešte atraktívnejšou ako predtým. Je to nový začiatok pre značku, ktorá neustále prepisuje pravidlá!

"Všetci sme sa tešili na spustenie výroby vozidiel s touto novou a veľmi úspešnou identitou, ktorá nenechala nikoho ľahostajným. Podarilo sa nám zosynchronizovať tri továrne, aby sme začali načas. Je to zdrojom hrdosti pre všetkých zamestnancov!"

Mohammed DAHOU-FRAJ, vedúci oddelenia projektov Maroko

O značke Dacia

Značka vznikla v roku 1968 a od roku 2004 pôsobí na európskom trhu a v oblasti Stredomoria. Dacia vždy ponúkala autá s najlepším pomerom ceny a kvality a to neustálym predefinovaním toho podstatného. Dacia zásadne mení pravidlá hry. Ponúka jednoduché, viacúčelové a spoľahlivé autá v súlade so životným štýlom svojich zákazníkov: Logan, úplne nové vozidlo za cenu jazdeného; Sandero, najpredávanejšie vozidlo európskym súkromným zákazníkom; Duster, najdostupnejšie SUV na trhu a Spring, šampión v dostupnej elektromobilite v Európe. Dacia je značka patriaca pod Skupinu Renault, ktorá pôsobí v 44 krajinách. Od roku 2004 predala viac ako 7 miliónov vozidiel.

Dacia na LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/dacia/at>

DACIA PRESS

Ivana Obadalová

PR manažérka Renault Slovensko

0905 210 315

ivana.obadalova@renault.sk