



## DACIJIN INDUSTRIJSKI PODVIG ZA OBNOVU IDENTITETA MARKE

**24 sata: toliko je trebalo Daciji da izvede industrijski *tour de force*\*. U tvornicama u Pitestiju, Tangeru i Casablanci istodobno je preobrazila sve svoje modele i udahnula im novi vizualni identitet, i to 3100 vozila u jednom danu! Dinamično organizirana Dacia upustila se u jedinstven industrijski izazov i pritom očuvala besprijekornu kvalitetu svojih vozila. Svemu tome prethodilo je više od godinu dana detaljne pripreme i koordiniranog rada između svih odjela. Christophe Dridi, potpredsjednik industrijskog odjela marke Dacia, otkrio je nešto više o ovoj preobrazbi.**

Proizvodnja vozila sveobuhvatan je i složen proces, ali Daciji je pošlo za rukom implementirati novi vizualni identitet istodobno na sve modele u svojoj paleti! I sve to u rekordnom roku, u isto vrijeme i u tri različite tvornice: u Pitestiju u Rumunjskoj te u Casablanci i Tangeru u Maroku. Marka je tako radikalno promijenila vlastiti imidž i poprimila novi identitet koji utjelovljuje njezina obećanja za budućnost i vrijednosti na kojima se ona temelje. Preobrazbom vlastitog identiteta, Dacia je poduzela prvi korak u okviru strategije Renaultion: suočila se s nekoliko velikih izazova, od logistike dijelova preko obuke zaposlenika do mreže koncesionara.



Postavlja se pitanje kako je moguće da vozila koja su sišla s proizvodne linije u ponedjeljak ujutro odjednom nose novi amblem Dacia Link, a vozila proizvedena 24 sata ranije takvo obilježje nemaju? U nastavku otkrivamo što se događalo iza vrata Dacijinih tvornica i kako je nemoguće postalo moguće.

*„Vjerujemo da je ovo prvi put da je neki proizvođač automobila u isto vrijeme obnovio čitavu svoju ponudu u tri tvornice. To pokazuje koliko smo prilagodljiva i dinamična marka.”*

Christophe Dridi, potpredsjednik industrijskog odjela marke Dacia

\*nevjerojatno postignuće, podvig

## Prvo poglavlje: industrijski izazov

S proizvodnih linija u tri Dacijine tvornice (u Pitestiju, Tangeru i Casablanci) svakih 50 sekundi siđe jedno vozilo. U trenucima preobrazbe, u jednom je danu trebalo implementirati novi identitet u čak 3100 vozila. Bio je to 24. listopada 2022., a vozila u koja je trebalo ugraditi nove dijelove počela su stizati na traku od 9 ujutro.

Promjena vizualnog identiteta cijele ponude vozila, u samo jednom danu, bila je nužna za uspješnost projekta. Novi su dijelovi unaprijed registrirani u informatičkim sustavima, koji su prebačeni u ponedjeljak ujutro kako bi se uklonio rizik od pogrešaka te osigurao uspješan prijenos bez kompromisa u pogledu kvalitete. Logističke zone također su bila prilagođene za smještaj novih dijelova, pri čemu se vodilo računa o tome da se ne pomiješaju sa starim kataloškim brojevima.



## Drugo poglavlje: logistički izazov

Promjena identiteta donijela je i velike logističke izazove: sve je modele (Duster, Sandero, Logan i Jogger) trebalo istovremeno izmijeniti u tri tvornice, a raspored za razvoj i proizvodnju bio je vrlo tijesan. Uz 190 novih proizvoda od 57 različitih dobavljača, uključujući logotip, novi amblem i nove boje, logistički je tim imao pune ruke posla. Dodatan izazov predstavljala je nestašica rezervnih dijelova i sirovina, zbog čega se tim morao nositi s kašnjenjima te osiguravati da svi dijelovi odgovaraju dogovorenim standardima.

*„Sve smo odradili sa stilom zahvaljujući organiziranosti, predanosti i posvećenosti našeg uzornog tima. Sva pretproizvodna vozila isporučena su na vrijeme te je sama proizvodnja započela prema planu. Svaki put kad primijetimo novo vozilo na cesti, osjećamo se ponosno jer smo ga pomogli plasirati na tržište i jer smo dijelom zaslužni za zadovoljstvo svojih kupaca.”*

Ileana-Florentina Botea, voditeljica logističkih projekata

## Treće poglavlje: izazov obučavanja

Za uspješnost radikalne obnove zaslužan je i izvanredan timski rad 20.000 ljudi, zaposlenih u tri Dacijine tvornice. Predani zaposlenici tvornice spremno su odgovarali na sve izazove i brzo napredovali, poštujući smjernice cjelovitog razvoja i postupke industrijske proizvodnje. Za vrijeme uvođenja temeljnog proizvodnog plana, operatori su prolazili obuku. Time je već od prvog dana osiguran besprijekoran tijek proizvodnje uz pridržavanje beskompromisnih standarda kvalitete.



*„Pripremali smo se za ovo čitavu godinu: predvidjeli smo sve moguće probleme s lancima opskrbe, obukom i kvalitetom. Zahvaljujući koordiniranoj suradnji svih odjela, uspjeli smo implementirati novi identitet marke u ponedjeljak ujutro, pri čemu nismo omeli proizvodnju. Nevjerojatno!”*

Stefan Stanca, voditelj inženjerskih projekata

## Četvrto poglavlje: prodajni i marketinški izazov

Prodajni i marketinški izazovi bili su vezani uz očekivanja kupaca: morali smo otvoriti narudžbe prije nego što smo implementirali novi identitet u tvornicama.

Industrijski podvig i novi identitet marke prenose Dacijinu poruku na dosad najprivlačniji način. Ovo je novi početak marke koja neumorno mijenja pravila!

### Za više informacija

Marina Jelinek  
GA Croatia d.o.o.  
[marina.jelinek@grandautomotive.eu](mailto:marina.jelinek@grandautomotive.eu)  
[www.dacia.hr](http://www.dacia.hr)  
<https://en.media.dacia.com/>