

16 MARCA 2018

## Lexus stworzony z wdzięczności

**Artysta perceptualny Michael Murphy przekształcił dwa tysiące listów z podziękowaniami w instalację artystyczną wyrażającą doznania klientów Lexusa**

„Listy” („Letters”) to stworzona w ramach nowej kampanii marketingowej trójwymiarowa instalacja autorstwa pioniera sztuki perceptualnej Michaela Murphy’ego, wyrażającą doznania klientów Lexusa. Niemal pięciometrowa praca składa się z ponad dwóch tysięcy zawieszonych pod sufitem układanek origami wykonanych z listów z podziękowaniami, które klienci przysłali do dealerów Lexusa. Oglądane z jednego punktu, układanki origami tworzą kształt nowej limuzyny LS, a widziane z innej strony – logo Lexusa.

– „Lexus troszczy się o doznania swych gości tak samo, jak o jakość swoich samochodów” – mówi Cooper Ericksen, wiceprezes Lexusa ds. marketingu – „Wykorzystane do stworzenia kompozycji prawdziwe listy z podziękowaniami dla naszych dealerów pokazują, że każda interakcja, duża czy mała, przyczynia się do zbudowania wyjątkowego zadowolenia klientów Lexusa. Te doznania sprawiają, że Lexus jest właśnie tym, czym jest”.

Wraz z zaistnieniem marki w roku 1989, Lexus przekształcił rynek samochodów luksusowych, wprowadzając nowy poziom obsługi, zadowolenia klientów i jakości, jakiego nigdy wcześniej nie oferował żaden z wiodących producentów. To podejście, ujęte w Karcie Lexusa, stało się inspiracją dla kampanii „Listy” – cenić klienta jako ważną osobę, robić wszystko dobrze za pierwszym razem i zawsze przekraczać oczekiwania.

– „Karta Lexusa mówi dealerom i współpracownikom, że klientów należy traktować jak gości we własnym domu i robić wszystko, aby obsłużyć ich jak najlepiej” – dodaje Ericksen.

Instalacji towarzyszy stworzone przez Lexusa 60-sekundowe wideo, ukazujące gości czytających swe ręcznie pisane listy z podziękowaniami dla dealerów oraz rzemieślnika Lexusa, który starannie składa i wiesza każdy list.

Jeden z klientów pisze: „Z ogromną wdzięcznością piszę o waszych wspaniałych pracownikach”, inny zaś zauważa: „Eric sam zaoferował, że przyjedzie mi pomóc zaraz po zamknięciu salonu” i „Brad powitał mnie osobiście na stanowisku serwisowym”. Kobieta kończy swój list słowami „Może to się wydawać drobnostką, ale dla matki takie rzeczy są bardzo ważne. Moje trzyletnie dziecko zauważyło podejście pracownika Lexusa i powiedziało ‘On chciał wszystko sprawdzić, żebyśmy byli bezpieczni, prawda?’”

Wideo jest udostępniane w serwisach Hulu i Pandora, a także prezentowane w innych serwisach i sieciach społecznościowych.

Murphy nazywa swe dzieła sztuką perceptualną, ponieważ główny nacisk kładzie w nich na percepcję odbiorców.

– „Połączyłem swe zdolności manualne z pasją tworzenia doznań” – mówi Murphy.

Realizacja projektu zajęła setki godzin, a samo składanie i wieszanie origami trwało niemal 200 godzin.

– „To bardzo precyzyjna praca” – dodaje Murphy – „Niedokładność większa od jednego milimetra uznawana jest za błąd”.

Instalacja „Listy” – mierząca około 2,5 metra szerokości i 5 metrów długości, zawieszona ponad 4 metry nad ziemią – została zaprojektowana tak, by dało się ją transportować, dzięki czemu będzie ją można prezentować na różnych imprezach korporacyjnych i dealerskich w całym kraju. Więcej informacji można znaleźć pod adresem [www.lexus.com/guest-experience](http://www.lexus.com/guest-experience)

## Michael Murphy

Michael Murphy to znany i poważany artysta wizualny, jeden z pionierów sztuki perceptualnej i jeden z pierwszych i najlepszych twórców dużych instalacji trójwymiarowych. Murphy współpracował wcześniej z wieloma popularnymi markami, w tym Nike, Air Jordan, TIME, NPR i Disney, a także ze sztabem wyborczym prezydenta Obamy. Okazał się idealnym wyborem dla kampanii „Listy” nie tylko ze względu na swą nowatorską technikę, ale i na to, że jego dzieła oddziałują zarówno kształtem, jak i przeżyciami.