

# Znajomość dynamiki rynku



ROZMOWA  
z BARBARĄ MASŁOWSKĄ  
– MANAGING DIRECTOR  
TEXA POLAND

**Czy działalność firmy w zakresie doradztwa technicznego i profesjonalnych szkoleń dostarcza sygnałów zwrotnych pozwalających określać przyszłe potrzeby międzynarodowego rynku?**

Texa jest obecna na całym świecie dzięki gęstej sieci autoryzowanych dystrybutorów i swoich filii zagranicznych (Polska, Rosja, Niemcy, Wielka Brytania, Francja, Hiszpania, USA, Brazylia), które prowadzą ośrodki call center kontaktujące się codziennie z setkami mechaników. Ta codzienna obecność w warsztatach i rozwiązywanie ich powszednich problemów

**W obu swych technicznych specjalnościach Texa już od dość dawna zajmuje pozycję światowego lidera i z tej przyczyny, tworząc nowe produkty, nie może naśladować konkurencyjnych rozwiązań. Jakie czynniki, fakty i okoliczności decydują w tej sytuacji o kierunkach poszukiwania innowacyjnych, firmowych koncepcji?**

Od samego początku działalności udaje nam się rozumieć potrzeby mechaników, a czasami nawet je wyprzedzać. Wprowadzenie nowego produktu musi wynikać przede wszystkim z głębokiej znajomości rynku i jego dynamiki. Istotne jest także wycucie momentu, w którym rodzi się nowa potrzeba lub chociażby jej załączek, a następnie wdrożenie wszystkich działań niezbędnych do jej realizacji.

Produkty Texy są projektowane, badane i produkowane we Włoszech w naszej siedzibie głównej w Monastier di Treviso. To właśnie tutaj zespół ekspertów specjalizujących się w pracach badawczo-rozwojowych pracuje nieprzerwanie nad stworzeniem nowych rozwiązań dla wielomarkowej diagnostyki wielu typów pojazdów. Równocześnie prowadzone są projekty dotyczące kilkuset nowych rozwiązań, przeznaczonych zarówno na rynek producentów pojazdów, jak i warsztatów niezależnych.



SIEDZIBA FIRMY TEXA W W MONASTIER DI TREVISO

FOT. TEXA

FOT. TEXA

pozwała nam zrozumieć sytuację rynkową i ocenić, w jakim kierunku ewoluują potrzeby warsztatów. Także szkolenia techniczne, prowadzone w ramach programu Texaedu, oraz liczne spotkania z klientami w terenie są doskonałą okazją do ciągłego dialogu z profesjonalistami zajmującymi się naprawami pojazdów. Pomagają nam one wybierać rozwiązania najbardziej przydatne dla użytkowników.

**Jak podejmowane i realizowane są w firmie decyzje o rozpoczęciu prac nad nowym rodzajem lub generacją produktów? Jak najogólniej można określić etapy drogi wiodącej od przyjęcia konkretnego pomysłu do wykonania gotowego prototypu?**

Nowy produkt powstaje zawsze w odpowiedzi na potrzebę rynku, jako najlepsza w danym momencie odpowiedź nowoczesnej technologii zdolnej pomóc w codziennej pracy. W sposób oczywisty musi podążać za trendami rynku w zakresie intuicyjności korzystania i przyjaznej stylistyki zarówno na poziomie sprzętowym, jak i oprogramowania. Produkt marki Texa musi być także otwarty na przyszłe potrzeby i funkcje warsztatu. Stąd częste aktualizacje, nowe technologie stosowane w pojazdach, szersze wsparcie i więcej danych, które łatwo i szybko będzie można wykorzystać w oprogramowaniu sprzętowym.

Texa przeprowadza proces zarządzania projektem w oparciu o model *stage & gate*. Pod kontrolą project managera przeprowadzane są kolejne etapy procesu tworzenia produktu, którym towarzyszą kontrole niezbędne dla zapewnienia jakości, czasu i kosztów przewidzianych dla poszczególnych jego faz.

Fazy te są następujące:

- pomysł,
- planowanie i projektowanie,
- prototypowanie,
- preseria (próbna seria) techniczna,
- preseria handlowa,
- SOP (*start of production*: rozpoczęcie produkcji seryjnej).

Model, z którego korzysta tu Texa, jest inspirowany przez APQP (*Advanced Product Quality Planning*), typowy dla motoryzacji.

Na straży jakości produktów realizowanych na nowoczesnych i zautomaty-



LINIE MONTAŻU STACJI KONFORT PRZEZNACZONYCH DO OBSŁUGI KLIMATYZACJI SAMOCHODOWYCH



CZĘŚĆ PRAC MONTAŻOWYCH W FABRYCE TEXA WYKONUJĄ AUTONOMICZNE ROBOTY



STANOWISKO KONTROLI JAKOŚCI PRODUKTÓW NA KOŃCU CIĄGU TECHNOLOGICZNEGO