**Te arcydzieła technologiczne są produkowane w Polsce. Inżynieria dźwięku według polskiej marki**

**W branży, gdzie dominują globalne marki, Diora Acoustics udowadnia, że doskonałość w inżynierii dźwięku może osiągnąć również firma z polskim rodowodem. Maciej Rojek, prezes firmy, opowiada o tym, jak połączenie tradycyjnego rzemiosła z nowoczesną technologią pozwala tworzyć produkty klasy Hi-End, które zdobywają uznanie nie tylko w Polsce, ale i na rynkach międzynarodowych. W rozmowie z nim przyjrzymy się procesowi produkcji tych wyjątkowych zestawów głośnikowych oraz wyzwaniom, przed jakimi staje marka, która ma szansę wyrosnąć na lidera w branży.**

**Co zainspirowało przedsiębiorstwo do stworzenia marki zestawów głośnikowych premium - Diora Acoustics?**

Inspiracją była długa tradycja inżynierii dźwięku, połączona z pasją do muzyki. Naszym celem było stworzenie marki, która zapewni słuchaczom pełnię emocji i bogactwo detali, które są często pomijane przez typowe systemy audio. Diora Acoustics powstała, aby dostarczać unikalne wrażenia dźwiękowe, które spełnią oczekiwania najbardziej wymagających audiofilów, gwarantując doskonałość brzmienia każdego tonu.

**Jakie są kluczowe wartości i filozofia, którymi kieruje się marka Diora Acoustics?**

Nasza filozofia opiera się na trzech filarach. Są to jakość, precyzja i innowacja. Wierzymy, że każde urządzenie powinno być arcydziełem technologicznym, dostarczającym dźwięk w jego najczystszej formie. Nasze zestawy głośnikowe są tworzone z myślą o maksymalnej satysfakcji użytkownika – stanowią połączenie najnowszych technologii z doskonałym wzornictwem.

**Co wyróżnia zestawy głośnikowe Diora Acoustics na tle konkurencji?**

Nasze produkty wyróżniają się niezwykłą dbałością o szczegóły – zarówno w aspekcie dźwiękowym, jak i estetycznym. Współpracujemy z czołowymi inżynierami akustyki, którzy w ścisłej kooperacji z naszym zespołem projektowym tworzą zestawy głośnikowe łączące znakomitą jakość dźwięku z wyrafinowanym designem. Poza tym, stawiamy na unikalne rozwiązania technologiczne, takie jak systemy tłumienia wibracji i precyzyjnie dostrojone zwrotnice.

Każda konstrukcja charakteryzuje się najwyższą jakością wykonania. Wykorzystujemy komponenty pochodzące wyłącznie z Europy i USA. Dbamy także o detale, jak np. mosiężny logotyp. Procesy takie jak produkcja obudowy, montaż elementów elektronicznych, wieloetapowa kontrola jakości, testy akustyczne, pakowanie, magazynowanie oraz logistyka odbywają się w fabryce w Świdnicy.

**Jakie nowoczesne technologie wykorzystujecie w swoich produktach, aby zapewnić maksymalną jakość dźwięku?**

Najwyższa jakość dźwięku to zasługa materiałów premium oraz precyzyjnego wykonania, co przekłada się na brzmienie i trwałość urządzeń. Jak wcześniej wspomniałem, stosujemy komponenty elektroniczne pochodzenia europejskiego i amerykańskiego, co gwarantuje ich niezawodność i wysoką wydajność. Dodatkowo, implementujemy innowacyjne systemy wibroizolacji, które redukują wibracje i rezonanse. Takie rozwiązanie nie jest powszechne w naszej branży, a znacząco poprawia komfort użytkowania i jakość dźwięku.

**Jak wygląda proces projektowania i testowania głośników?**

Proces projektowania rozpoczynamy od szczegółowych badań i analiz akustycznych. Następnie nasz zespół inżynierów tworzy prototypy, które przechodzą wszechstronne testy. Każdy produkt jest sprawdzany pod kątem jakości dźwięku, trwałości oraz estetyki. Dopiero po pomyślnym zaliczeniu wszystkich etapów testów, zestaw głośnikowy trafia do produkcji seryjnej. Testy akustyczne realizujemy w specjalistycznej komorze testowej zlokalizowanej w naszej fabryce.

**Jakie są Pana ulubione produkty z oferty firmy i dlaczego?**

Jednymi z moich ulubionych produktów są nasze flagowe zestawy głośnikowe PERUN, które łączą w sobie wszystkie nasze najnowsze technologie. Ten model jest kwintesencją naszej filozofii – dostarcza niesamowity dźwięk, jest pięknie zaprojektowany i wyraża naszą pasję do doskonałości. Oczywiście, nie oznacza to, że inne serie i produkty są w jakikolwiek sposób gorsze. Każdy nasz produkt powstaje z myślą o spełnieniu różnych potrzeb i oczekiwań klientów, zachowując przy tym najwyższy standard jakości.

**W topowej** **serii PERUN zastosowano dosyć nietypowe połączenie przetwornika koaksjalnego z częściowo tubowym. Czym była podyktowana ta decyzja?**

Decyzja o zastosowaniu nietypowego połączenia przetwornika koaksjalnego z częściowo tubowym w topowej serii PERUN miała na celu wyróżnienie się na rynku. Projektanci chcieli, aby ten produkt był postrzegany jako innowacyjny i nowoczesny. Wiedząc, że przetworniki tubowe zapewniają naturalne i perspektywiczne rozchodzenie się dźwięku, zdecydowano się na takie połączenie jako kluczowy element konstrukcji. Dodatkowo, w trakcie projektowania obudowy zrodził się pomysł na wprowadzenie innowacyjnego systemu wibroizolacji, co również miało na celu poprawę jakości dźwięku i izolacji od podłoża.

**W przypadku serii CHORS zdecydowaliście się na konstrukcję zamkniętą. Co o tym zdecydowało?**

Głównym zamysłem było uzyskanie lepszej jakości dźwięku bez użycia plastikowego bass reflexu, co miało na celu wydobycie pełnego potencjału z przetworników i zwrotnicy zaprojektowanej we współpracy z akustykami z Politechniki. Dodatkowo, doświadczenie zdobyte w pracy z innymi producentami pozwoliło na zebranie najlepszych rozwiązań z lat wcześniejszych, co przyczyniło się do stworzenia unikatowego i wyjątkowego produktu.

**Jakie są Pana doświadczenia z prowadzeniem działalności w tak unikalnej branży i które kompetencje menedżerskie oraz przywódcze uważa Pan za kluczowe w związku z jej specyfiką?**

Praca w branży audio premium wymaga nie tylko ogromnej wiedzy technicznej, ale także zrozumienia potrzeb i oczekiwań klientów. Jest to wymagające, ale również bardzo satysfakcjonujące zadanie, szczególnie gdy widzimy, jak nasze produkty są doceniane przez miłośników muzyki.

Jeśli chodzi o kierowanie marką, kluczowe są umiejętności strategicznego myślenia oraz efektywnego zarządzania zespołem, co pozwala na wdrażanie innowacyjnych rozwiązań. Niezbędne są także pasja do dźwięku i technologii, aby motywować zespół do tworzenia produktów o najwyższej jakości. Równie ważne jest budowanie trwałych relacji z partnerami biznesowymi oraz konsekwentne dbanie o satysfakcję klientów.

**Jakie są Pana zdaniem oczekiwania potencjalnych klientów wobec zestawów głośnikowych klasy premium?**

Klienci oczekują przede wszystkim najwyższej jakości dźwięku, który pozwoli im doświadczać muzyki w jej najczystszej formie. Ważna jest również estetyka i trwałość produktów, które mają stać się częścią ich życia na wiele lat. Klienci szukają także indywidualizacji, stąd nasza oferta personalizacji produktów.

**Jak firma reaguje na zmieniające się trendy i potrzeby klientów w branży audio?**

Śledzimy na bieżąco najnowsze trendy w branży audio, regularnie analizując rynek i zbierając opinie klientów, aby optymalnie dostosować nasze produkty do ich potrzeb. Stawiamy przy tym na innowacje, które odpowiadają oczekiwaniom współczesnych konsumentów, zapewniając im najwyższą jakość i nowoczesne rozwiązania.

**Jakie są główne rynki zbytu produktów Diora Acoustics?**

Nasze produkty cieszą się rosnącym zainteresowaniem zarówno na rynku krajowym, jak i na arenie międzynarodowej. Obecnie koncentrujemy się na kluczowych rynkach w Europie Zachodniej, następne będą Stany Zjednoczone. Jednocześnie widzimy duży potencjał krajów azjatyckich, które charakteryzują się dynamicznym wzrostem popytu na najwyższej jakości sprzęt audio. Nasza strategia rozwoju zakłada dalsze umacnianie pozycji na obecnych rynkach oraz aktywne wchodzenie na nowe. Naszym celem jest nawiązywanie współpracy z lokalnymi dystrybutorami i salonami audio, aby zwiększyć dostępność naszych produktów dla miłośników doskonałego brzmienia na całym świecie.

**Jakie trendy i wyzwania obserwuje Pan obecnie w branży audio i jak wpływają one na działalność marki?**

Poza rosnącym zainteresowaniem bezprzewodowymi technologiami audio, obserwujemy również wzrost zainteresowania pasywnymi konstrukcjami głośnikowymi, które oferują użytkownikom większą elastyczność w doborze komponentów systemu audio. Audiofile coraz częściej poszukują zestawów, które pozwalają na indywidualne dostosowanie dźwięku do ich preferencji. Dla Diora Acoustics oznacza to kontynuację naszego podejścia, które polega na doskonaleniu konstrukcji pasywnych, aby zapewniały jak najwyższą jakość dźwięku i współgrały z szeroką gamą sprzętu, bez kompromisów w zakresie odwzorowania muzyki.

W najbliższych latach największym wyzwaniem będzie zachowanie konkurencyjności na dynamicznie zmieniającym się rynku. Aby temu sprostać, zamierzamy kontynuować inwestycje w badania i rozwój, rozszerzać naszą obecność na rynkach międzynarodowych oraz utrzymywać bliski kontakt z klientami, by na bieżąco znać ich potrzeby i oczekiwania.

**Czy uważa Pan, że marka Diora Acoustics może odegrać istotną rolę w rozwoju branży audio w Polsce i przyczynić się do wzrostu polskiej gospodarki?**

Zdecydowanie tak. Dzięki połączeniu nowoczesnych technologii z tradycyjnym rzemiosłem, firma wyróżnia się na rynku wysokiej klasy zestawów głośnikowych, co pomaga w promowaniu polskiej inżynierii i innowacyjności na arenie międzynarodowej. Dlatego uważam, że Diora Acoustics może stać się ikoną polskiej branży audio, promując krajową inżynierię dźwięku na świecie.

Kontakt dla mediów:

Małgorzata Knapik-Klata

PR Manager

[m.knapik-klata@commplace.com.pl](mailto:m.knapik-klata@commplace.com.pl)

+ 48 509 986 984