

Chantey Special

Brand image is the key

Report from the competitive Turkish market



This issue's cover: The Republic of Turkey

Brand image is the key

- Turkish market

Turkey is surrounded with inland seas except in the Eastern region, and all these waters are incredibly well suited for boating and all kinds of water sports activities. With 4,000 miles of seashore and nearly 50% of the population under 18 years of age, this country where we at Burla A.S. are the importer of Yamaha marine products, seems to have a promising future for water sports. Especially, the Aegean Sea in the west, and the Mediter-

ranean Sea in the south, are very attractive and popular for water sports.

Turkey has been investing large amounts of capital in tourism oriented sectors over the last ten years in these areas. Investment is made to a degree where Turkey is becoming a major rival to southern European countries such as Italy, Greece, Spain and Portugal, long the tourism capitals of Europe that enjoy high returns from this sector.



Yamaha stand at the International Boat Show, December, 1994

El stand de Yamaha en el Salón Náutico Internacional, diciembre de 1994

La imagen de marca es la clave

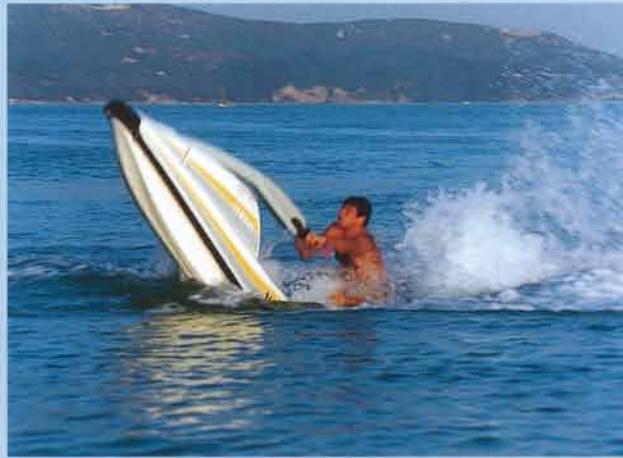
- El mercado turco -

Turquía está rodeada de mares interiores excepto al oeste y todas estas aguas son muy adecuadas para excursiones en lancha y toda clase de deportes náuticos. Con 6.400 metros de costa y casi el 50% de la población menor de 18 años, este país, en el que nosotros -Burla A.S.- somos el importador de los productos marítimos de Yamaha, tiene un futuro muy prometedor en el sector de los deportes náuticos. Especialmente, el mar Egeo al oeste y el mar Mediterráneo al sur son lugares muy atractivos que gozan de

gran popularidad entre los aficionados a estos deportes. Turquía ha estado invirtiendo grandes sumas de dinero en el sector turístico durante los últimos diez años. Estas inversiones han llegado a ser tan sustanciales que Turquía está convirtiéndose en un rival destacado de otras naciones del sur de Europa, como Italia, Grecia, España y Portugal, considerados hasta ahora los países turísticos europeos más importantes.

In Turkey's southern and western regions, outboards, stern-drives and Water Vehicles are heavily used by water sports rental professionals who depend strictly upon tourism. Starting from 60 hp and up, the V4/V6 outboards are especially popular among these professionals.

Rental operators like these who earn their living only in the summer season work under heavy financing costs. Since the operation period is limited and the working conditions for these machines are so heavy (nearly 10 hours/day non-stop) they just cannot afford to lose any time for maintenance and repair work during the season. Even half a day of operating time is desperately needed for all their machines. Naturally, reliability is of vital importance under these conditions. No doubt that is why the majority of them prefer Yamaha. This market is a big chunk of total demand and gives Yamaha a strong edge over the competitors.



En las regiones sur y oeste de Turquía, los fuerabordas, motores de popa y vehículos náuticos son utilizados muy a menudo por profesionales de los deportes náuticos que los alquilan para satisfacer la demanda del sector turístico. En especial, los fuerabordas V4/V6, de 60 hp y de mayor potencia, son muy populares.

Estos operadores y compañías de alquiler, que se ganan la vida sólo en la temporada de verano, trabajan con grandes costes financieros. Dado que el periodo en el que pueden trabajar es limitado y las condiciones de funcionamiento de las máquinas muy severas (cerca de 10 horas al día sin parar), no pueden permitirse perder tiempo en trabajos de mantenimiento y reparación. Necesitan que estas máquinas estén funcionando doce horas al día. Es por ello que la fiabilidad tiene una importancia vital en estas condiciones de trabajo. Y por esta razón la mayoría prefiere Yamaha. Este mercado representa una parte importante de la demanda total, lo que da a Yamaha una gran ventaja sobre sus competidores.

Solid network keeps us market leader

Yamaha currently is and has been in the past, the leader in the Turkish outboard market. There are various reasons for this. First of all, over the years that Yamaha has been around, customers have discovered that it is the most reliable outboard and also longer lasting than other brands. This seems to be the number one priority



Burla's personnel in charge of the Yamaha division. The person with the glasses is the writer of this article Mr. Hakan Yilmaz.

El personal de Burla encargado de la división de Yamaha. El señor con gafas es Hakan Yilmaz, escritor de este artículo.

Water Vehicle show in Bosphorus, Istanbul
Escenas de vehículos náuticos en el Bósforo, Estambul

Completa red de servicio que nos mantiene líder del mercado

Yamaha sigue siendo, como también lo era antes, el líder del mercado turco de fuerabordas. Existen varias razones para ello. En primer lugar, durante los años que Yamaha ha estado presente en Turquía los clientes han descubierto que sus fuerabordas son los más fiables y que duran también más que los de otras marcas. Al parecer ésta es la prioridad primordial de los usuarios de fuerabordas. En segundo lugar, Yamaha aventa en cuanto a consumo de combustible y aceleración a otras marcas. Tercero, hemos establecido una amplia y completa red de talleres de reparación de alta calidad por todo Turquía. Y finalmente, los clientes de Yamaha tienen mejor acceso a las piezas de repuesto que los propietarios de otras marcas.

Chantey Special

for outboard users. Secondly, Yamaha has an edge in fuel consumption and acceleration over other brands. Thirdly, we have established a widespread and top quality service workshop network throughout Turkey. And finally, Yamaha customers get better access to spare parts than owners of other brands.

For these reasons, the Yamaha customer is more brand loyal than other users. Interestingly enough, many outboard customers who have used all the other brands, end their search when they try a Yamaha. Once a customer is introduced to Yamaha he becomes a solid Yamaha fan from then on.

We run into customers who bring their outboards for service after using them for four, five, six years. They confess that during this time, they haven't taken their outboard to any Yamaha workshop for service, not even once, simply because it wasn't needed. We also find out on many

occasions that the reason they service their outboards is not that they have any problem at the moment, just that they feel uncomfortable not having serviced it for so long.

As a handler of Yamaha products, it is a great feeling for us to deal with a market leader which possesses all these positive aspects. Like the Yamaha customer, we are proud to deal with such outstanding products. On the other hand, being number one brings on numerous responsibilities which you just cannot avoid. In order to stay on top, you always have to be alert to customers' needs and the dynamics of the market. Therefore, you must always find better and more creative ways to upgrade service to the customer.

There are nearly 35 certified Yamaha workshops operating throughout Turkey. Twenty of them also sell Yamahas as dealers. In addition, there are 15 shops that serve only as dealers. As a result, we reach Yamaha customers

Popular Yamaha tents Populares tiendas de campaña Yamaha



Beldibi, Antalya



Manavgat, Antalya



Kemer, Antalya



Bitez, Bodrum

Por estas razones, el cliente de Yamaha es más leal a la marca que otros usuarios. Y lo que es más interesante, a los propietarios de fuerabordas que han usado otras marcas se les acaban las dudas cuando prueban un Yamaha. En cuanto un cliente se familiariza con Yamaha, pasa a ser un cliente fiel a la marca desde ese mismo momento.

Nos encontramos a menudo con clientes que nos traen sus fuerabordas para realizar el mantenimiento después de haberlos utilizado cuatro, cinco o seis años, y nos confiesan que, durante este tiempo, no han llevado el motor a ningún otro taller de reparaciones Yamaha, ni siquiera una sola vez, porque no lo necesitaban. También ocurre muchas veces que la razón para traernos sus fuerabordas no es porque tengan ningún problema de funcionamiento con ellos, sino porque se sienten incómodos por no haber realizado ningún mantenimiento durante tanto tiempo.

Como importador de productos Yamaha, nos sentimos orgullosos de ser líder del mercado y tener a nuestro favor todas estas ventajas. Al igual que los clientes de Yamaha, estamos satisfechos de trabajar con productos de tan alta calidad. Por otra parte, y por el hecho de ser el número uno, recae sobre nosotros una gran responsabilidad, algo que no debemos

nunca olvidar. Para continuar en cabeza hay que estar siempre alerta con el fin de satisfacer las necesidades de los clientes y la dinámica del mercado. Y por ello debemos encontrar siempre formas mejores y más creativas de servir mejor a nuestros clientes.

Hay casi 35 talleres Yamaha certificados funcionando en todo Turquía. Veinte de ellos venden también productos Yamaha como concesionarios oficiales. Y hay además 15 tiendas que son sólo concesionarios. La mayoría de los concesionarios y talleres están situados naturalmente a lo largo de las costas del mar Egeo y del mar Mediterráneo, en especial en las grandes ciudades y en las zonas turísticas más populares.

Ser un taller de reparaciones Yamaha es considerado en realidad un privilegio en Turquía. Aunque casi todos los talleres Yamaha ofrecen también servicio de otras marcas, el hecho de tener los signos y letreros de Yamaha en el exterior atrae invariablemente a más clientes.

En general, tanto los talleres como los concesionarios están orgullosos de trabajar con Yamaha y casi todos ellos admiten con franqueza que Yamaha tiene los mejores fuerabordas del mercado. Naturalmente, esta actitud se refleja también en las ventas. Pero, por otro lado, tenemos que

at nearly 50 locations nationwide. Naturally, the majority of these dealers and workshops are located along the shores of the Aegean and Mediterranean seas, especially in the big cities and popular tourist areas.

To be a Yamaha workshop is somehow considered a privilege in Turkey. Although almost all Yamaha workshops also service other brands, having a Yamaha workshop sign invariably attracts more customers.

In general, both workshops and dealers are proud to work with Yamaha and almost all of them frankly admit that Yamaha is the best outboard in the market. Naturally, this attitude is reflected in sales as well. On the other hand, there is one handicap to selling Yamahas and that is the price, which is considerably higher than the competition. Workshops also complain about selling fewer spare parts, as Yamaha outboards do not break down so easily and do not need service as often as other brands.

*The entrance of the Silk Road '95 Fair in Trabzon
La entrada de la Feria de la Ruta de la Seda '95 en Trabzon*



*Yamaha stand at Silk Road '95
El stand de Yamaha en la Ruta de la Seda '95*

luchar con una desventaja, que es el precio, bastante más elevado que los de la competencia. Los talleres se quejan también que venden menos piezas de repuesto ya que los fuerabordas Yamaha no se estropean tan fácilmente y no necesitan tanto servicio de mantenimiento como otras marcas.

Destacándose de la competencia

El mercado de los fuerabordas en Turquía ha sido escenario de una competencia feroz durante muchos años. Todas las marcas más famosas del mundo han comercializado sus fuerabordas agresivamente y, lo que es de lamentar, bajando los precios con la finalidad principal de aumentar su cuota de mercado. Este tipo de estrategia, basada principalmente en diseñar "guerras de precios" en el sector daña a todos. Es una situación en la que nadie sale vencedor y que da como resultado un mercado muy

Rising above the competition

The Turkish outboard market has been a scene of cut-throat competition for many years. All the famous world brands have been marketing outboards aggressively, and unfortunately the primary concern has been to increase market share through pricing. This type of competition, mainly based on price wars harms everyone in the sector. It is a no-win situation that results in a very unstable market that we have been facing recently.

In fact, it is not fair to blame only competition for this condition. Government custom policies, especially toward EU origin goods and the Yen's enormous appreciation against the U.S. Dollar are two other essential factors that play an important role in pricing policies.

Every year Istanbul welcomes water sports fans from all over Turkey at the World Trade Center's International Boat Show in December. This year, however, the Show's management decided to organize the Boat Show in February and extended the period from 5 days to 9 days. So, it will be held on February 10 to 18, 1996. Burla participates in this show every year with Yamaha outboards and always becomes the center of attention. This year, we intend to exhibit a whole range of outboards, diesel stern-drives and Water Vehicles. Especially, we are anxious to introduce the 4-stroke outboards and some of the Enduro models to Yamaha customers this time.



Samsun Fair La Feria de Samsun



inestable como el que hemos tenido recientemente.

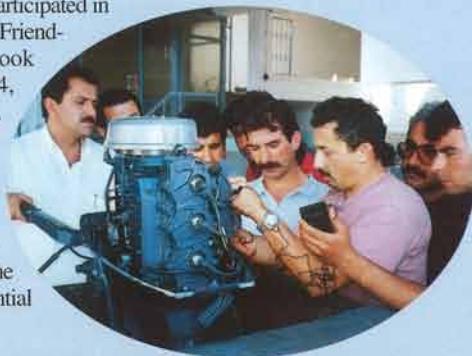
De hecho, la culpa no es sólo de la competencia. La política aduanera del gobierno, especialmente de las mercancías procedentes de EE UU, y la enorme revalorización del yen con respecto al dólar estadounidense son otros dos factores esenciales que han influido decisivamente en la política de precios.

Cada año, Estambul da la bienvenida a numerosos aficionados a los deportes náuticos de toda Turquía en el Salón Náutico Internacional que tiene lugar en diciembre en el World Trade Center. Este año, sin embargo, los directores del salón decidieron organizarlo en febrero y ampliaron su duración de 5 a 9 días. Se celebrará pues del 10 al 18 de febrero de 1996. Burla participa en este salón cada año con sus fuerabordas Yamaha y se convierte siempre en el centro de atención. En esta edición esperamos poder exponer toda la gama de fuerabordas, motores de popa y vehículos acuáticos de Yamaha. Estamos especialmente ansiosos de presentar esta vez a nuestros clientes los fuerabordas de cuatro tiempos y algunos de los modelos Enduro.

Promoting quality and service nationwide

Although, the demand for Yamaha outboards is very limited on the Black Sea, we have recently observed this market is getting ready for leisure boating. Meanwhile, the fishing sector still seems to be staying away from outboards.

To stimulate demand, we started a project for the Black Sea region. Initially, we participated through our dealers in the first "Silk Road '95 Eastern Black Sea, Industry and Trade Fair" which took place in Trabzon from September 11 to 17, 1995. Local television and press covered this fair, giving it generous time and attention. In relation with this project, we also participated in a one-day fair called "Friendship Fair '95" that took place on September 24, 1995, in Samsun, another major city in this region. Nearly 5,000 people visited this fair in one day and among the visitors were almost all the people who are potential



*Service seminar in Antalya
Seminario de servicio técnico en Antalya*



*↑ Service seminar in Bodrum
Seminario de servicio técnico en Bodrum*

*← Participants in the Bodrum service seminar
Participantes en el seminario de Bodrum*

Promoviendo calidad y servicio en todo el país

Aunque la demanda de fuerabordas Yamaha es muy limitada en el Mar Negro, hemos observado recientemente que este mercado empieza a interesarse por las excursiones y paseos en lancha. El sector de la pesca, mientras tanto, no parece todavía muy interesado en los fuerabordas.

A fin de estimular la demanda lanzamos un proyecto para la región del mar Negro. Participamos primero, a través de nuestros concesionarios, en la primera Feria de la Industria y Comercio del Mar Negro '95 "La ruta de la seda", que se celebró en Trabzon del 11 al 17 de septiembre de 1995. La cobertura de la feria en la televisión y prensa local fue amplia y seguida con gran interés. Dentro de este proyecto participamos también en la "Feria de la Amistad '95" que duró un día y tuvo lugar el 24 de septiembre de 1995 en Samsun, otra importante ciudad de esta región. Acudieron 5,000 personas, casi todas ellas interesadas en adquirir fuerabordas. El stand de Yamaha, en especial, atrajo poderosamente la atención de los visitantes. Continuamos trabajando también en perfeccionar y reactivar los talleres de servicio Yamaha,

outboard users in Samsun. The Yamaha stand in particular attracted remarkable attention there. We also continue working on upgrading and reactivating Yamaha service workshops and dealer activities in the Black Sea region. This year, we organized a promotional activity which pleased our workshops and loyal Yamaha customers among the rental professionals very much. We had Yamaha tents made to be given to rental professionals through our service workshops. We asked each workshop to select their best customer and award him a Yamaha tent in a little ceremony with someone from our office also present. Through this promotion, we got tents set up at work places of the most popular rental businesses so their customers would wait their turn under a Yamaha Tent. We also got a good advertising impact in a relatively inexpensive way by having them set up at the most popular beaches. We enhanced the Yamaha image by promoting a standardized look all over Turkey. And we finally increased our workshops' credibility and respect in the eyes of the customers. Next year we plan to continue to this promotion.

Another thing we did was to have special Yamaha work uniforms made for all Yamaha certified workshop personnel and had them distributed free of charge. This little gift made service personnel very happy and again helped to enhance the Yamaha image. In relation with the above activity, we spent a great deal of effort to renew Yamaha illuminated signs at dealers and service workshops. This activity will also continue next year as well.

The highlight of 1995 for Yamaha in Turkey is Burla's project to open up a special Yamaha Showroom. In addition, we will renovate our main workshop which will be able to service all kinds of Yamaha marine engines in

así como las actividades de los concesionarios en la región del mar Muerto. Este año hemos organizado una actividad promocional que ha sido muy bien acogida por nuestros talleres y por los profesionales leales a Yamaha que alquilan nuestros fuerabordas. Planeamos que estos profesionales recibieran gratis de los talleres de servicio tiendas de campaña Yamaha. Para ello pedimos a cada taller que seleccionara a su mejor cliente y que le premiara con una tienda de campaña Yamaha en una pequeña ceremonia en la que estuviera presente algún representante de nuestra oficina. A través de esta promoción conseguimos instalar tiendas de campaña en los lugares de trabajo de las compañías de alquiler más importantes para que sus clientes esperaran, debajo de ellas, a que los atendieran. Logramos también un buen impacto publicitario y de forma relativamente barata instalándolas en las playas más populares del país. Realizamos aún más la imagen de marca Yamaha promoviendo un "look" uniforme por toda Turquía. Y mejoramos finalmente la credibilidad de nuestros talleres y su estima ante los ojos de los clientes. El próximo año planeamos continuar con esta promoción.

Otra promoción que preparamos fue hacer uniformes de trabajo Yamaha especiales para todos los empleados de los talleres certificados y distribuirlos gratis. Este pequeño regalo hizo que el personal de servicio se sintiera satisfecho y ayudó también a realzar la marca Yamaha. En relación con lo anterior,

Istanbul. We plan to open the showroom in March, 1996, that will display and sell all kinds of outboards, stern-drives, Water Vehicles, various types of FRP boats as well as all kinds of marine accessories.

This project will cost us a lot, at a time when the economy is not exactly in great shape and the near future is not crystal clear. But we make such an investment to emphasize that we do have full confidence in Yamaha and its future in Turkey.

We have also launched a new program to reorganize all Yamaha workshops in Turkey in a more modern and standardized manner to improve service quality for our customers. Under this program, our technical staff have visited each workshop, one by one to determine their current status. We then set an assessment policy based on numerous parameters by which we categorized the workshops into four different classes. All workshop staff have been separately briefed in three different geographical regions through seminars organized by Burla's technical management. At these seminars, we introduced the workshops to our new set of policies and pro-

cedures. We designed the classification in such a way that a workshop is motivated to make the necessary effort and investment to move up in class, thus leading to higher business potential and earnings. Under the program, each workshop's performance is monitored throughout the year and at the end of each year its category is reevaluated.

As part of the program, we also set up a new system to guide relations between the Yamaha customer and workshop. In addition, we developed technical formats to enable all workshops to operate in an efficient, standardized manner.

Turkey is a competitive market with a bright future in the marine leisure industry. We intend to keep Yamaha the market leader by supporting our dealers and avoiding meaningless pricing maneuvers. We believe this policy will give us the strongest dealer organization and brand image of any outboard on the market.

From Mr. Hakan Yilmaz of Burla A.S., Turkey

A Yamaha boat powered by twin 250 AETOUL outboards getting ready for an amateur boat race.
Una lancha Yamaha propulsada por dos fuerabordas 250 AETOUL, preparándose para una carrera de lanchas amateur.



In front of the Ataköy Marina in Istanbul, the largest Marina in Turkey. From left: Mr. Kato of YMC Dubai Office, Mr. Yilmaz, Mr. Sipahi, Mr. Dülger of Burla and Mr. Fujimura of YMC.

Delante del puerto deportivo de Ataköy en Estambul, el más grande de Turquía. De izquierda a derecha: el Sr. Kato de la oficina YMC Dubai, el Sr. Yilmaz, el Sr. Sipahi, el Sr. Dülger de Burla y el Sr. Fujimura de YMC.



Yamaha racing boat Lancha Yamaha de carreras

encaminamos nuestros esfuerzos a renovar los letreros iluminados de Yamaha en los concesionarios y talleres de servicio. Esta actividad continuará también el año que viene.

El objetivo primordial de Yamaha en Turquía durante 1995 ha sido el proyecto de Burla de abrir un "showroom" Yamaha. Tenemos previsto inaugurar este salón de exposición permanente en marzo de 1996 y en él expondremos toda clase de fuerabordas, motores de popa, vehículos náuticos, diversos tipos de lanchas FRP y todo tipo de accesorios marinos. Renovaremos además nuestro taller principal, que podrá encargarse del mantenimiento de toda clase de motores marinos Yamaha en Estambul.

Este proyecto nos costará bastante en un momento en que la economía no pasa por un buen momento y en el que el futuro es bastante incierto. Pero hemos hecho estas inversiones para poner de relieve la plena confianza que tenemos en Yamaha y en su futuro en Turquía.

Hemos iniciado también un nuevo programa para reorganizar todos los talleres Yamaha de forma más moderna y unificada, y mejorar la calidad del servicio hacia nuestros clientes. Como parte de este programa, nuestro personal técnico ha visitado todos los talleres uno a uno para determinar su situación actual. Establecimos después unos criterios de valoración basados en numerosos parámetros que nos sirvió para clasificar a los talleres en cuatro cate-

gorías diferentes. Todo el personal de talleres ha recibido instrucciones en tres regiones geográficas diferentes mediante seminarios organizados por los directores técnicos de Burla. En estos seminarios explicamos a los talleres nuestro nuevo conjunto de normas y métodos. Creamos la clasificación de forma que los talleres se sientan motivados a hacer el esfuerzo e inversión necesarios para subir de categoría y conseguir así mayor potencial empresarial y mayores beneficios. Según este programa, los resultados conseguidos por cada taller serán supervisados durante el año y su categoría se examinará de nuevo al final de cada año.

Como parte del programa fijamos también un nuevo sistema que guíe las relaciones entre el cliente de Yamaha y el taller. Hemos establecido también formatos técnicos para que todos los talleres puedan funcionar de forma eficiente y unificada.

Turquía es un mercado muy competitivo con un brillante futuro en el sector del ocio marítimo. Nuestro objetivo es mantener a Yamaha como líder del mercado apoyando a nuestros concesionarios y evitando maniobras de precios sin sentido. Creemos firmemente que esta actitud nos dará la red de concesionarios y la imagen de marca más potente de cualquier fueraborda del mercado.

Enviado por el Sr. Hakan Yilmaz de Burla A.S., Turquía

Troubleshooting: Fuel System

Part 2 - (4): FLOAT LEVEL ADJUSTMENT

This issue's theme is a method of measuring the float level.

As shown here, there are three different methods of float level adjusting which correspond to the three different types of carburetors Yamaha uses, depending on the mode.

Method No. 1 is for the carburetor most often found in Yamaha products. Here the carburetor is inverted and a measurement is taken from the bottom of the float to the top of the float chamber's housing. Note that the gasket on the housing is removed in order to get an accurate reading. On older models (1985 and earlier), the gasket was kept in place for some models. Be sure to check your service manual or Data Books for the correct measurement which corresponds to the specific model you are working on.

Method No. 2 is done in a similar fashion as No.1, but note that the depth gauge is not placed on the float itself but rather on the float's carrier arms.

Method No.3 is a more complicated method and is not done very often due to the fact that this model carburetor is found on older models of 25 hp and 30 hp. The carburetor is held at a 60° angle and, with bowl gasket removed, the float is once again measured for the distance from the upper bowl housing.

Reparación de averías: Sistema del combustible

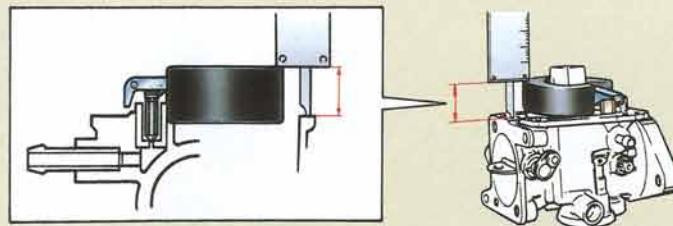
Parte 2 - (4): AJUSTE DEL NIVEL DEL FLOTADOR

El tema de este número es el método para medir el nivel del flotador.

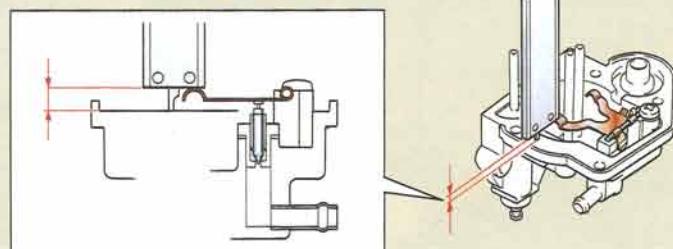
Tal como se muestra aquí, hay tres métodos diferentes para ajustar el nivel del flotador, que corresponden a los tres tipos distintos de carburadores que utiliza Yamaha.

El método N.º 1 sirve para el carburador usado más frecuentemente en los productos Yamaha. El carburador está aquí invertido y la medida se toma desde la parte inferior del flotador hasta la parte superior de la caja de la cámara del flotador. Observe que se ha quitado la empaquetadura de la caja para lograr una lectura precisa. En algunos modelos antiguos (1985 y anteriores), no era necesario quitar la empaquetadura. Consulte el manual de servicio o los libros de datos para hacer la medición correcta que corresponda al modelo específico que Vd. tenga.

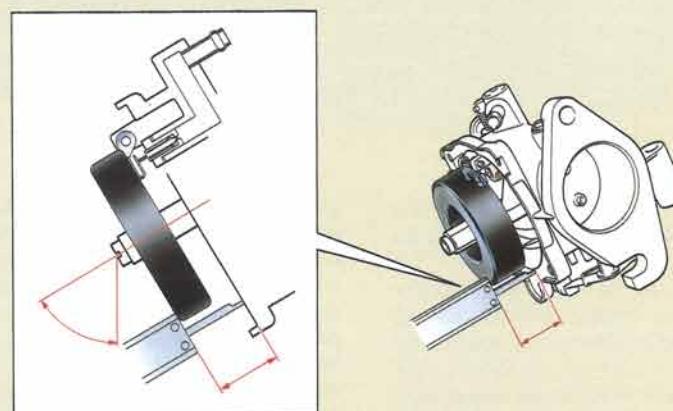
Method No. 1 Método N.º 1



Method No. 2 Método N.º 2



Method No. 3 Método N.º 3



El método N.º 2 se hace de forma similar al 1, pero note que la varilla medidora de profundidad no está colocada en el flotador, sino en los brazos portadores del flotador.

El método N.º 3 es más complicado pero no es tan frecuente porque este carburador se encuentra sólo en los modelos más antiguos de 25 hp y 30 hp. El carburador se mantiene aquí a un ángulo de 60° y, con la empaquetadura quitada, se mide de nuevo la distancia del flotador desde la parte superior de la caja.

Please write to me with any questions about service.

Comuníquese conmigo ante cualquier pregunta que tenga sobre servicio y reparaciones.

Dr. Miyamoto
Chantey Editorial Room
Ad. Group, PR Div.
Yamaha Motor Co., Ltd.
2500, Shingai, Iwata, Shizuoka, 438 Japan



News Round-up

U.K.

Yamaha riders sweep British P.W.A

Ten out of a possible twelve P.W.A. British Championship titles fell to Yamaha riders sponsored by national importer **Mitsui Machinery Sales U.K.** in the final round of the 1995 series at Fosse Hill. The seemingly unbeatable Yamaha team won titles in the Mens and Ladies Expert Solo classes, Ladies Novice Solo, Expert Runabout 785cc, Expert and Novice Sport classes, Novice and Veteran Solo classes, Veteran Sports and Freestyle. At the same time these riders qualified for the World Finals scheduled to be held in Havasu City later in the year, where they hope to pick up a few European titles to add to their collection from this fantastic season.

From Mr. Fred Aspin of Mitsui Machinery Sales, UK

REINO UNIDO

El equipo de Yamaha arrasa en la P.W.A. británica

Diez de los doce títulos del Campeonato británico de la P.W.A. fueron conseguidos por los conductores de Yamaha patrocinados por el importador nacional **Mitsui Machinery Sales U.K.**, en la ronda final de las series 1995 disputadas en Fosse Hill.

El casi imbatible equipo de Yamaha triunfó en las categorías Expert Solo masculina y femenina, Novice Solo femenina, Expert Runabout 785 cc, Expert y Novice Sport, Novice y Veteran Solo, Veteran Sports y estilo libre. Al mismo tiempo, estos conductores se



calificaron para las finales del campeonato mundial que se celebrarán posteriormente en Havasu City, en donde esperan ganar algunos títulos europeos para completar su fantástica colección de esta temporada.

Enviado por el Sr. Fred Aspin de Mitsui Machinery Sales, UK

JAPAN

JAPON

Ask the stunt man

When world-renowned surfing champion Laird Hamilton and his partner David Kalama visited Japan recently they made a point to visit Yamaha. Laird had just finished a job as stunt man for Kevin Costner in this year's blockbuster movie "Water World," and he had a gratifying story to tell about Yamaha Water Vehicle dependability. It seems that another maker had supplied the personal water craft used in the filming of the movie, but they suffered so much down-time with mechanical trouble that Laird finally went home and got his own Yamaha and had it repainted in the camouflage colors used in the movie so he could use it in the critical stunt scenes without any worries.



Laird (right) and Dave
Laird (a la derecha) y Dave

Pregúntele al "doble"

Cuando el conocido campeón de surf Laird Hamilton y su compañero David Kalama visitaron recientemente Japón, insistieron en hacer una visita a Yamaha. Laird acababa de terminar su trabajo como doble en las peligrosas escenas de la película de gran éxito "Water World" protagonizada por Kevin Costner y quería confarnos una interesante historia acerca de la fiabilidad de los vehículos náuticos Yamaha. Al parecer otro fabricante había suministrado la embarcación náutica que él usaba en el rodaje de la cinta, pero había sufrido ya tantas paradas a causa de averías mecánicas que Laird se fue finalmente a casa, se trajo su propia Yamaha y la pintó con los colores de camuflaje empleados en la película para poder usarla sin preocupaciones ni problemas en las difíciles y espectaculares escenas de dobles.

ARGENTINA

Big ones don't get away from Yamaha

"Nearly half the 402 boats contesting the 9th Argentina Surubi Fishing Contest were equipped with Yamahas" says Yamaha importer, **Mr. Petroli of Nautica Reconquista**. "I've never known a fishing contest with such a lot of participants. It just goes to prove you can catch big fish with Yamaha." he commented.

The annual 3-day contest for Surubi, a kind of catfish found in the Paraná river of northern Argentina, is held at Port Reconquista; fishermen come from as far as Brazil, Paraguay and Uruguay to try and break the current Surubi record of 19.24 kg. The popular contest attracted 60,000 visitors to the city this year.

From Mr. Petroli, President of Nautica Reconquista, Argentina

ARGENTINA

A Yamaha no se le escapan los "peces grandes"

"Cerca de la mitad de las 402 embarcaciones participantes en la novena edición del Torneo de Pesca Surubi en Argentina iban equipadas con Yamahas", nos informa el importador de Yamaha, **Sr. Petroli de Náutica Reconquista**. Y añade "Nunca antes había presenciado una competición de pesca con tantos participantes, lo que prueba una vez más que con Yamaha se puede capturar un buen "botín".

El certamen de tres días de duración para pescar surubí, un enorme bagre que suele encontrarse en el río Paraná al norte de Argentina, tuvo lugar en el puerto de Reconquista y los pescadores argentinos tuvieron que competir con participantes de Brasil, Paraguay y Uruguay para intentar conseguir un nuevo récord de surubi, que está hasta la fecha en 19.24 kg. El popular torneo atrajo este año a unos 60.000 visitantes.

Enviado por el Sr. Petroli, director de Náutica Reconquista, Argentina



Yamaha smash hit at boat show

The 1996 line-up of Yamaha outboards including the V6 series just arrived from Japan proved a smash hit with visitors to the 1995 Boat Show held this summer at Marina El Morro in Puerto La Cruz, Venezuela, said Mr. Angel Hernández, President of Yamapuerto, the eastern distributor for Mercantil Yamaha C.A.

He explained, "The new outboards are high quality and very competitive products because they need almost no maintenance or spare parts." The Boat Show is popular with visitors because it is one of the few venues in Venezuela where organizers can display boats on the water.

From Mr. Moisés Serfaty, Marketing and Sales Manager of MERCANTIL YAMAHA



Angel Hernández, director gerente de Yamapuerto, el representante de Mercantil Yamaha C.A. en el oriente del país.

He aquí sus propias palabras: "Los nuevos fuera bordas son motores de alta calidad que no requieren mayor mantenimiento y repuestos y eso es lo que los hace competitivos". El Show Náutico anual es muy popular entre los visitantes porque es uno de los pocos certámenes en Venezuela donde los comerciantes y distribuidores pueden exponer sus lanchas en el agua.

Enviado por Moisés Serfaty, GTE de Mercadeo y Ventas de MERCANTIL YAMAHA

Rotundo éxito de Yamaha en el Show Náutico

La nueva línea de fuera bordas Yamaha 1996, entre ellos la serie V6 recién llegada de Japón, consiguió un enorme éxito entre los visitantes que acudieron al Show Náutico 1995 celebrado este verano en la Marina El Morro de Puerto La Cruz, Venezuela, según nos informa el Sr.

Even the impossible is possible

With a 306-lb marlin on board and a 35-mile run back through 10-ft. seas, **Dwight Clacken**, skipper of the 27-ft. Boston Whaler *Nitty Gritty*, seemed sure to miss the weigh-in on the last day of the Annual Bowden Two Day Tournament last March. With time running out, he asked his twin Yamaha 200-hp outboards to do the impossible and get the fish back in time. "The two Yamahas performed superbly," Dwight said as he clinched the contest arriving back 10 minutes before contest close to take top prize of most fish caught and heaviest tuna.

In a tournament, not only is a good catch important, the boat and engines can make all the difference too.

From Mr. Philip A.S. Samms, Managing Director, Yamaja Engines Ltd.

Cuando lo imposible es posible

Con un pez aguja de 139 kilos a bordo y 65 kilómetros de vuelta a sus espaldas por aguas encrespadas de hasta tres metros de altura, **Dwight Clacken**, capitán de la ballenera Boston Whaler *Nitty Gritty* de 8.2 metros, estaba casi seguro que no iba a poder estar presente en el momento de pesar la pesca del último día del Torneo anual de Bowden, el pasado marzo. Con el tiempo acabándosele, tuvo la idea de pedirles a sus dos fuera bordas gemelos Yamaha de 200 hp que hicieran lo imposible para llegar a tiempo a la meta. "Los dos Yamahas se comportaron estupendamente", dijo Dwight al quedar vencedor del torneo después de haber llegado 10 minutos antes del tiempo límite y capturar el primer premio por pescar la mayor cantidad y el atún más grande.

En un torneo, no sólo un buen "botín" es importante, ¡la embarcación y los motores pueden también ser decisivos!

Enviado por el Sr. Philip A.S. Samms, Director Gerente, Yamaja Engines Ltd.

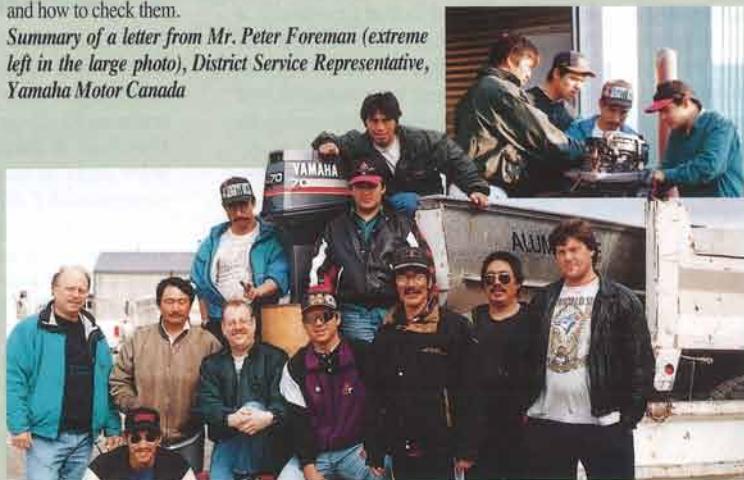


On June 22, 1995 John Phillips and I started the Service Training School for outboards at Pelly Bay, in the Northwest Territories of Canada. I went over each model showing similarities and differences of each engine. We covered the set-up and PDI procedures and supplied the students with copies of checklists.

Warranty procedures were gone over next for all products. I covered engine registration, warranty information for filling out a claim, tagging and storage of claimed parts and actual filling out of a claim. After lunch, we went to the service shop and uncrated two 9.9-hp outboards for run-up and PDI.

We then uncrated a 70-hp outboard and I looked for a way to run it up. A local had a boat so I borrowed a 5-ton dump truck and put the boat in the box, blocked up with an old barrel. We put another water-filled barrel underneath the transom, mounted the engine and did a complete PDI, troubleshooting, measuring for cables, and choosing propellers. The next day was strictly nuts and bolts, going through the powerhead and lower unit, starter motors, power-trim systems, and ignitions and how to check them.

Summary of a letter from Mr. Peter Foreman (extreme left in the large photo), District Service Representative, Yamaha Motor Canada



El 22 de junio de 1995, John Phillips y yo empezamos la escuela de formación de personal de servicio técnico para fuera bordas en la bahía de Pelly, en los territorios del noroeste de Canadá. Estudiamos cada modelo indicando las similitudes y diferencias de los motores, e hicimos el montaje y los procedimientos PDI, repartiendo entre los estudiantes copias de las listas de comprobación. Analizamos después los trámites de la garantía de todos los productos. Yo me encargué de la matrícula del motor, la información en la garantía para pedir una reclamación, el etiquetaje y almacenaje de los componentes reclamados y la forma de llenar una reclamación. Después de almorcizar fuimos a la tienda de servicio y desembalamos dos fuera bordas de 9.9 hp para probarlos y PDI.

Más tarde desembalamos un fuera borda de 70 hp y pensamos en la forma de hacerlo funcionar. Alguien de la localidad tenía una lancha, así que pedimos prestada una camioneta basculante de 5 toneladas y colocamos la lancha en la caja bloqueada con un viejo barril. Pusimos otro barril lleno de agua debajo de la bovedilla de popa, montamos el motor e hicimos un PDI completo, localización de averías, medidas de cables y elección de hélices. Al día siguiente nos dedicamos a tuercas y pernos, y examinamos el grupo motor y la unidad inferior, los motores de arranque, los sistemas de asentamiento y compensación, y el encendido y sus comprobaciones.

Resumen de una carta del Sr. Peter Foreman (último a la izquierda en la foto grande), representante de servicio del distrito, Yamaha Motor Canada



Local input for local needs

The Nisswa Dock Co. is a family dealership run by Marvin Zimmerman, his wife Irma and their sons, Dennis and Dan, in the beautiful lake country of central Minnesota.

The Zimmermans were the first in the area to take on Yamaha outboards back in 1985 and sales grew as they won converts, especially among professional fishing guides who liked the quietness and low oil consumption.

But there was one feature they wanted that Yamaha didn't have. Unlike bass fishermen in other states, Minnesotans like to fish from the back of the boat while operating the motor from the tiller. The Zimmerman sons would modify the wiring so their customers could tiller-shift to neutral and reverse. But since every splice was a corrosion weak point, they and other dealers suggested that Yamaha come up with a corrosion-proof connection. Yamaha engineers from Japan visited Nisswa Dock soon after that to go out fishing with one of the local guides to see just how the motors were used and come up with the best modifications. It's dealers like the Zimmermans that help keep Yamaha the brand of choice on the lakes of Minnesota.

From left: Irma, Dan, Dennis and Marvin Zimmerman in their showroom



Ideas propias para necesidades propias

Nisswa Dock Co. es un concesionario familiar dirigido por Marvin Zimmerman, su esposa Irma y sus hijos Dennis y Dan, en la bella región de los lagos de la parte central de Minnesota.

Los Zimmerman fueron los primeros de la región en comercializar los fuerabordas Yamaha allá por 1985 y sus ventas crecieron a medida que lograban más y más adeptos, especialmente entre los guías de pesca profesionales que saben apreciar el poco ruido y el bajo consumo de combustible.

Pero había algo que ellos querían y que Yamaha no tenía. A diferencia de los pescadores de róbalo de otros estados, a la gente de Minnesota les gusta pescar desde la parte trasera de la lancha mientras hacen funcionar el motor desde el timón. Los hijos de Zimmerman tuvieron la idea de modificar el cableado para que sus clientes pudieran cambiar desde el timón a punto muerto y marcha atrás. Pero dado que los empalmes tendían a oxidarse, los Zimmerman y otros

WE LOVE YAMAHA NOS GUSTA YAMAHA

Mr. Michael Edward, General Manager Inland Inflatable Boats and Service, Canada

Ontario-based Inland Inflatable Boats ranks in the top ten in the North American market. We keep that position by advertising aggressively in a wide variety of media from power boat to fishing magazines and marine rescue related industry media. We also ensure customer satisfaction by packaging our boats with reliable Yamaha outboard motors. The outstanding performance and reliability of Yamaha outboards make them suitable to almost any use in the market. Recently we were proud to fill an order from the Canadian Coast Guard for 16 new Yamahas.



El Sr. Michael Edward, Director General de Inland Inflatable Boats and Service, Canadá

Inland Inflatable Boats, con sede central en Ontario, ocupa uno de los diez primeros puestos del mercado norteamericano. Nos mantenemos a la cabeza con agresivas campañas de publicidad en diversos medios de difusión, desde revistas especializadas en embarcaciones motorizadas y pesca hasta medios de comunicación que se usan en los rescates marítimos. Nos aseguramos también la

satisfacción de los clientes equipando nuestras lanchas con fiables motores fuera borda Yamaha. El extraordinario rendimiento y fiabilidad de los fuera borda Yamaha los hacen muy adecuados para casi cualquier utilización dentro del sector. Estamos muy orgullosos de haber logrado recientemente un pedido de 16 nuevos Yamahas para la Guardia Costera del Canadá.

concesionarios sugirieron que Yamaha se las ingeniera para lograr una conexión resistente a la corrosión. Varios ingenieros de Yamaha Japón visitaron Nisswa Dock y fueron a pescar con uno de los guías locales para ver cómo se usaban los motores y cuál podría ser la mejor solución posible. Son concesionarios como los Zimmermans los que contribuyen a que Yamaha sea la marca preferida en los lagos de Minnesota.

De izquierda a derecha, Irma, Dan, Dennis y Marvin Zimmerman en su local de exposición

JAPAN

National Marine Jet Jamboree

On September 23 and 24, the Yamaha Marine Jet Club organized the 1995 National Marine Jet Jamboree on Lake Biwa in Shiga Prefecture near Kyoto, and 150 Marine Jet Water Vehicles representing 25 clubs around the country gathered for the event.

Participants could put their riding skills to the test in any of four classes in the slalom course competition and eleven classes in the closed course competition.

As the jamboree name implies, this gathering was not only about competition; it was intended first of all to supply a venue for Water Vehicle lovers to gather and build new friendships. To help encourage such interaction the event schedule included enjoyable team competitions and a welcome party on the first night. The fun-oriented mood of the jamboree is certainly a big part of the reason it succeeded in gathering so many participants.

National Marine Jet Jamboree

El 23 y 24 de septiembre, el Yamaha Marine Jet Club organizó su reunión nacional 1995 en el lago Biwa, situado cerca de Kioto en la prefectura de Shiga, en la que participaron 150 vehículos náuticos de propulsión a chorro en representación de 25 clubes de todo el país.

Los participantes pudieron hacer gala de su destreza al volante en cualquiera de las cuatro categorías en las carreras de eslalom y de las once categorías en las carreras en circuito cerrado.

Como ya es tradicional, la finalidad de estas reuniones anuales no es simplemente

JAPON



participar en las competiciones, sino servir de lugar para que los amantes de las embarcaciones de propulsión a chorro puedan reunirse y hacer nuevas amistades. Con este objetivo, el programa incluía divertidas competiciones en equipo y una fiesta de bienvenida la primera noche. Este agradable ambiente de diversión es la razón principal por la que estas reuniones anuales atraen a tantos participantes.

Good Show! YAMAHA

¡Bien hecho, YAMAHA!



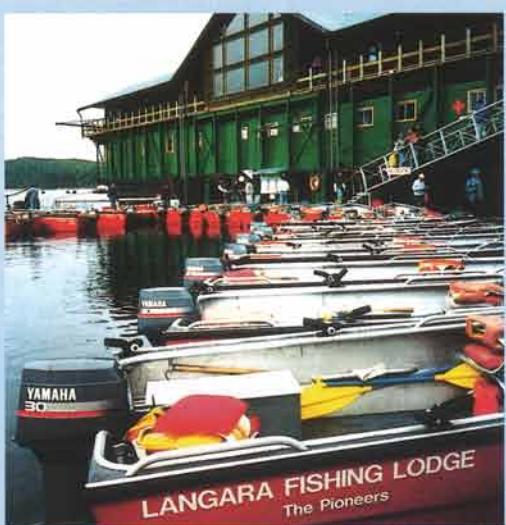
Fishing Camp Clinics in Canada

The sparsely populated Canadian interior and coastal areas continue to offer some of the best sport fishing to be found anywhere in the world. That is why every year thousands of fishing enthusiasts, primarily from the U.S., flock to wilderness fishing camps in hopes of making the "big catch" of their dreams. These camps with their intensive use of outboard motors naturally represent an important and constant market for Yamaha Motor Canada (YMCA). That is why they began a yearly campaign seven years ago called the Pro Fishing Camp Clinic. Every year a team of technicians and service staff from Japan and service and sales staff from YMCA travel to different fishing camps to conduct free service checks and offer advice on the Yamaha outboards in their fishing fleets, as well as conducting sales activities at camps that don't use Yamahas. This year two teams traveled through Ontario, Quebec and British Columbia for three weeks offering their clinic.

For YMCA this yearly program is an important example of Yamaha's "customers first" policy aimed at ensuring every customer continues to use their quality Yamaha products in the best condition possible for as long as possible.



Above photos: Ontario Government Tourism Office in Japan
Fotos superiores: Oficina de turismo de la provincia de Ontario en Japón



Servicio gratis en los campamentos de pesca en Canadá

Las regiones escasamente pobladas de la costa y del interior de Canadá continúan ofreciendo algunas de las mejores oportunidades para la pesca deportiva en todo el mundo. Es por ello que, cada año, miles de aficionados a la pesca, procedentes generalmente de Estados Unidos, acuden a estos campamentos casi desiertos con la esperanza de capturar el "gran botín" de sus sueños. Estos campamentos, en los que se utilizan constantemente motores fuera borda, representan naturalmente un mercado fijo y muy importante para Yamaha Motor Canada (YMCA). Por esta razón, la compañía empeñó hace ya siete años una campaña anual denominada "Pro Fishing Camp Clinic". Cada año, un equipo de técnicos y especialistas de Japón y de técnicos de reparaciones y vendedores de YMCA viajan por los distintos campamentos para efectuar pruebas de mantenimiento gratis y ofrecer consejos sobre los fuera borda Yamaha en las flotas pesqueras, así como para realizar actividades de venta en los campamentos que no usan Yamahas. Este año, dos equipos realizaron un viaje de tres semanas por Ontario, Quebec y Columbia Británica ofreciendo sus servicios y asesoramiento. Esta campaña anual es un ejemplo más de la importancia que para YMCA tiene su política empresarial basada en el lema "el cliente es lo primero", encaminada a lograr que cada cliente continúe utilizando los productos de calidad Yamaha en el mejor estado posible y durante el mayor tiempo posible.

From the chief editor

The cold season is finally here in Japan. Lately I enjoy packing up my canoe and my daughter to head for the river where I just let the current carry our boat along with a flask of rum in one hand and a fishing line trailing behind. I always catch enough for a side dish to make an outdoor meal taste even better. In the heat of summer, the speed of a Water Vehicle is a refreshing thrill, but for Autumn I think I have found another good way to enjoy the water.

I'm anxious to hear how you enjoy marine sports at different times of year. Please write me, and send some photos, too.

Tackle Fujimura

Chief editor of Chantey



Saludos del redactor jefe

La temporada invernal ha llegado ya a Japón. Recientemente, y acompañado de mi hija, he disfrutado mucho bajando mi canoa al río y dejándome llevar tranquilamente por la corriente con mi cintimplora de ron en una mano y una buena caña de pescar en la otra. Siempre atrapo lo suficiente para completar una buena comida al aire libre. En el calor del verano, la velocidad de las lanchas refresca y emociona pero, en el otoño, creo que he encontrado otra forma mejor de divertirme sobre el agua.

Me gustaría mucho saber cómo disfrutan de los deportes marítimos en las diferentes estaciones del año. No dejen de escribirme y enviarme también algunas fotos.

Tackle Fujimura

Redactor jefe de Chantey