

# Chantey

LE BULLETIN DES CONCESSIONNAIRES MARINE YAMAHA

2011 Jan.

**No.133**

Version française



SOMMAIRE Chantey No.133

- P1 Chantey Spécial : Moteurs hors-bord 2 temps Yamaha
- P3 Petits conseils de mécanique : Mesure de la distorsion de la culasse
- P4 Gestion de la clientèle 6<sup>ème</sup> partie : La puissance du bouche à oreille
- P5 Revue d'actualité : 2<sup>nd</sup> Salon nautique international d'Arabie saoudite, et plus

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations, 1400 Nippashi, Minami-ku, Hamamatsu, Shizuoka 432-8528, Japan

*Chantey  
Spécial*

## Moteurs hors-bord 2 temps Yamaha

### Découvrez la dernière gamme 2 temps et ses nouveaux graphiques

Yamaha Motor fabrique et commercialise des moteurs hors-bord 2 temps depuis plus de 50 ans, soit depuis le lancement de son premier modèle en 1960. Les moteurs hors-bord sont utilisés dans le monde entier dans des environnements et des usages variés. La demande de hors-bord 2 temps est particulièrement concentrée dans des marchés où les utilisations commerciales dépassent largement celles pour les loisirs. Comme Yamaha souhaite répondre aux besoins du plus grand nombre possible d'utilisateurs en offrant des moteurs hors-bord pouvant supporter les conditions et les environnements les plus durs, nous continuons de proposer une gamme complète de modèles 2 temps dans les gammes Enduro et kérosène parallèlement à notre gamme 4 temps.

Cette gamme 2 temps qui a fait ses preuves a désormais un nouveau look. À l'exception de quelques modèles, les 2 temps présentent des nouveaux graphiques remettant à l'honneur le diapason de Yamaha comme symbole de la réputation de fiabilité et de durabilité inégalées des produits de la marque.



*Les nouveaux modèles 2 temps et Enduro présentent des graphiques simples et épurés, auxquels s'ajoute le diapason, logo qui symbolise la fiabilité et la qualité de la marque Yamaha.*

## 2 temps Yamaha, le moteur fiable de choix pour des utilisateurs du monde entier

Depuis que Yamaha Motor a commencé à fabriquer et commercialiser des moteurs hors-bord en 1960, l'entreprise s'est implantée dans le monde entier, dans des marchés où les gens les utilisent et les considèrent comme des partenaires de confiance sur l'eau, pour le travail ou les loisirs. Dans la gamme toujours croissante de hors-bord Yamaha, les modèles 2 temps continuent de satisfaire un grand nombre de clients par leur structure plus simple. Pour pouvoir répondre aux besoins et aux exigences divers de ces clients fidèles, Yamaha offre plus de 50 modèles 2 temps et 20 modèles Enduro.

Comment Yamaha Motor est-elle devenue la marque dominante de hors-bord sur le plan mondial ? Deux principaux facteurs ont marqué le destin de la marque. Le premier était la décision de développer une gamme de modèles Enduro dès 1972. Dans de nombreux pays, où la demande de hors-bord est principalement axée sur des utilisations commerciales, la mauvaise qualité de l'eau, l'instabilité de la météo et les utilisations prolongées constituent des environnements très difficiles pour des hors-bord. Les modèles Enduro de Yamaha ont été conçus avec la durabilité et la qualité leur permettant de supporter des conditions très dures. Ce processus de développement était basé sur des études détaillées des conditions d'utilisation et des facteurs environnementaux, réalisées grâce à la coopération des personnels de vente et de service chez les concessionnaires locaux. Les données obtenues ont ensuite été traduites en objectifs de développement ambitieux et en normes plus draconiennes que jamais. Le premier modèle Enduro issu de ce projet de développement, baptisé « E8 », a rapidement été suivi par les E15, E25, E40 et E48. Ces modèles ont établi de nouvelles normes de durabilité, et ont éventuellement conquis un grand nombre d'utilisateurs inconditionnels dans le monde. Pendant les presque 30 années qui ont suivi le lancement des premiers Enduros, ces modèles ont été constamment améliorés. Ils ont fait leurs preuves et sont toujours fabriqués à l'heure actuelle.

Le second facteur prépondérant dans la transformation de Yamaha en marque de hors-bord reconnue mondialement était son implantation sur le marché américain dans les années 1980. Les hors-bord destinés à la plaisance s'étaient développés en fonction de besoins différents de ceux régissant les modèles

à usage commercial comme la série Enduro, en particulier la légèreté et la compacité. Yamaha Motor, ayant conscience de ces différences fondamentales, a été le premier fabricant de hors-bord dans le monde à développer des gammes séparées pour les utilisations commerciales et la plaisance. Le développement de hors-bord Yamaha spécifiques aux loisirs a débuté en 1981, produisant en trois ans une gamme de 12 modèles 2 temps de 40 à 220 ch, comme le très populaire 150A. Yamaha Motor a fait son entrée sur l'important marché américain en présentant cette gamme au Salon nautique de Chicago en 1983.

Des technologies Yamaha exclusives, dont la peinture extrêmement résistante et les mesures anti-corrosion, ainsi que la durabilité éprouvée en utilisation commerciale dans des environnements parmi les plus durs, ont valu à la marque Yamaha une réputation de durabilité et de fiabilité dans le domaine des loisirs aux États-Unis et dans d'autres marchés de produits nautiques parvenus à maturité. C'est ainsi que Yamaha Motor est

devenue la marque dominante qu'elle est aujourd'hui. Yamaha Motor privilégie toujours l'approche qui en a fait une marque mondiale, consistant à développer des produits pour des utilisations spécifiques et dans la logique du marché. Yamaha a mené l'industrie en développant une gamme toujours croissante de modèles 4 temps de qualité pour les marchés des hors-bord loisirs, tout en continuant d'offrir une fière gamme de modèles 2 temps, allant de 2 à 250 ch, pour les marchés axés sur les utilisations commerciales. De plus, ces modèles sont offerts dans un grand nombre de variantes adaptées aux besoins régionaux et locaux et tenant compte des conditions d'utilisation et des types de bateaux sur lesquels ils sont montés. C'est cet engagement de Yamaha à répondre aux besoins spécifiques de ses clients qui a fait de nous la marque de choix, utilisée et appréciée par des gens aux quatre coins du monde.



# Mesure de la distorsion de la culasse

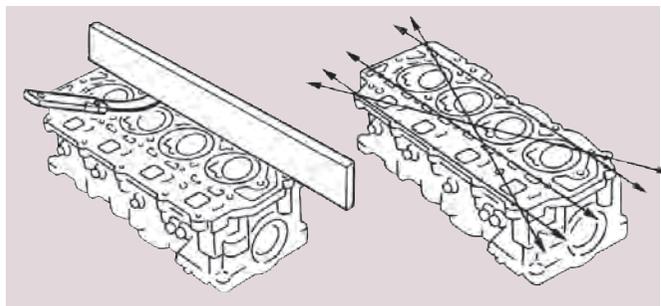
Cette rubrique passant en revue nos connaissances porte ce mois-ci sur la mesure de la distorsion de la culasse. Comme dans le précédent numéro, nous présentons des procédés d'inspection et de mesure décrits dans le manuel de service.

## La culasse peut subir des distorsions

Comme la culasse est directement exposée à la pression et à la chaleur de la combustion pendant le fonctionnement du moteur, elle peut subir des distorsions si le véhicule est conduit dans des conditions anormales (ex : surchauffe). Les forces internes accumulées lors d'utilisations prolongées peuvent également se traduire par des distorsions au moment où le moteur est démonté pour l'entretien. Par conséquent, il est important de vérifier si la culasse présente des distorsions chaque fois qu'elle est déposée.

## Comment mesure-t-on la distorsion

Comme indiqué à la page « Vérification de la culasse » du manuel de service, une règle d'ajusteur et une jauge d'épaisseur sont nécessaires pour mesurer la distorsion de la culasse. Les images ci-dessous montrent comment effectuer cette mesure pour la culasse du hors-bord F60C. La culasse ainsi représentée est considérée adéquate si une jauge d'épaisseur de 0,10 mm ne peut pas être introduite dans l'espace entre la règle et la culasse.



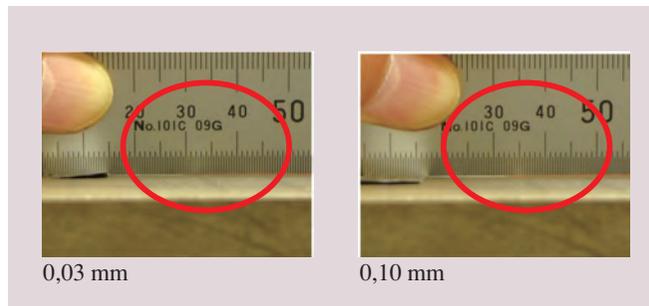
## Si les outils indiqués ne sont pas disponibles

Si le travail de maintenance est réalisé dans un de nos ateliers, vous êtes sûr d'avoir les outils nécessaires à cette opération de mesure. Cependant, le dépannage de moteurs hors-bord doit parfois s'effectuer loin d'un atelier en bonne et due forme, et même si vous n'avez pas les outils corrects, vous aurez parfois besoin de mesurer la distorsion de la culasse pour déterminer si elle est encore utilisable. Vous devrez alors avoir les compétences pour effectuer les mesures avec les outils que vous aurez sous la main.

Je souhaite vous montrer ici une procédure que j'ai mise au point pour des cas de ce type. Elle ne relève sans doute pas d'une bonne pratique, mais elle peut être appliquée quand de meilleurs outils ne sont pas disponibles.

Tout d'abord, à la place d'une règle d'ajusteur, vous pourriez essayer une règle en métal, ou le dos d'une lame de scie à métaux (droite), qui sont suffisamment droits et peuvent constituer des remplacements adéquats.

Le problème réside dans la mesure de l'espace. Étant donné que rien ne peut vraiment remplacer la jauge de 0,10 mm nécessaire à cette opération, vous devez vous fier à la vue. Les images ci-dessous montrent des espaces de 0,03 mm et



de 0,10 mm. Regardez attentivement les lignes blanches et oranges dans les cercles rouges. Dans l'exemple de 0,03 mm, le fond est à peine visible. Dans l'exemple de 0,10 mm, le fond est bien visible. En résumé, si le fond et la lumière se trouvant derrière sont clairement visibles, il y a probablement une distorsion supérieure à 0,10 mm.

## Entraînement des cinq sens

Comme spécifié dans l'article du numéro précédent intitulé « Contrôle de compression du cylindre », il est important que les mesures soient effectuées dans les conditions correctes et en suivant la procédure prescrite.

Cependant des accidents surviennent, et il faut parfois prendre des décisions rapides. C'est dans ces situations que nous avons besoin de « capacités appliquées », de « connaissances fondamentales » et d'une « bonne perception » basée sur nos cinq sens. Vos sens nécessitent un entraînement de tous les instants. Ainsi, pour les aiguiser, vous devriez souvent vérifier et corriger vos perceptions quand vous faites des mesures. La méthode ad hoc expliquée dans ce numéro nécessite des sens bien entraînés, et elle peut induire des erreurs si vous ne les mettez pas fréquemment à l'épreuve. J'espère que vous garderez ce point à l'esprit dans votre travail quotidien de maintenance.

## Dr. Sugimoto Chantey Editorial Room

YAMAHA MOTOR CO., LTD., Marine Business Operations,  
1400 Nippashi, Minami-ku, Hamamatsu,  
Shizuoka 432-8528, Japon



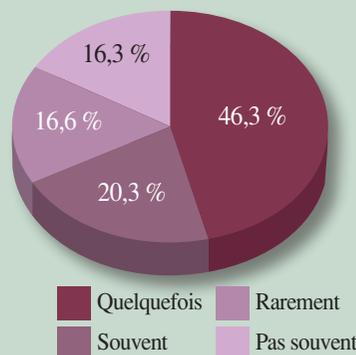
## La puissance du bouche à oreille

Dans les précédents articles de cette rubrique sur la gestion de la clientèle, nous avons examiné les pratiques d'une bonne gestion de la clientèle utilisant les données clients. Il n'y a rien de plus efficace dans le succès d'un commerce que l'élargissement du fonds de clientèle. De plus, le fait de vous entourer de bons clients qui ont confiance en vous et dans vos pratiques commerciales est un moyen sûr de multiplier vos opportunités de vente. Dans ce numéro, nous examinons des moyens d'élargir votre fonds de clientèle grâce à la puissance du « bouche à oreille » (BAO).

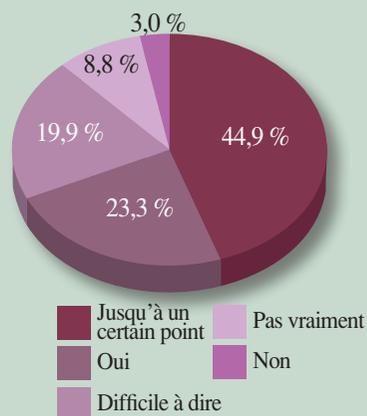
### Les effets du « bouche à oreille »

Dans notre domaine, nos efforts pour convaincre les clients des mérites de nos produits par des présentations ou des publicités sont rarement suffisants pour gagner leur confiance. Les clients ont plutôt tendance à croire les opinions d'autres clients qui utilisent les produits. Cette communication entre utilisateurs est ce qu'on appelle le « bouche à oreille » (BAO). Les schémas ci-contre sont les résultats d'une enquête sur les effets du BAO, réalisée en 2006 par Info-plant, une société japonaise d'études de marché. Les résultats indiquent que 70 % des clients se fient au BAO lors de l'achat d'un produit. Par ailleurs, plus de 80 % souhaitent en faire part à d'autres quand ils trouvent un bon produit, et environ 40 % d'entre eux le disent réellement à quelqu'un. La plupart des gens se fient au BAO venant d'amis ou de membres de leur famille, tandis qu'un faible pourcentage se fie aux vendeurs ou à ce qu'ils lisent dans des journaux ou des magazines.

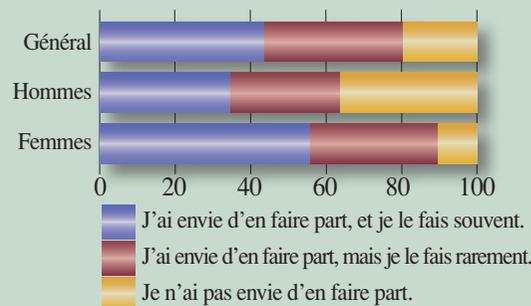
Q : Selon quelle fréquence utilisez-vous des informations obtenues par le bouche à oreille quand vous comparez ou considérez acheter certains produits ou services ?



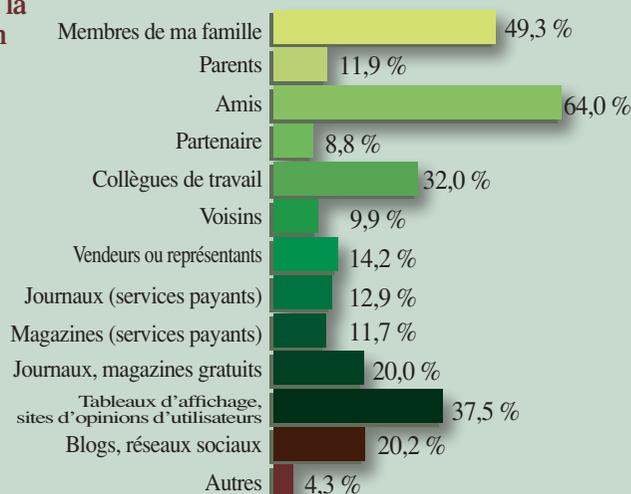
Q : Vous fieriez-vous au bouche à oreille la prochaine fois que vous achèterez un produit ou utiliserez un service ?



Q : Quand vous achetez un bon produit ou service, avez-vous envie d'en faire part à quelqu'un ?



Q : De qui (ou bien d'où) obtenez-vous un avis (bouche à oreille) quand vous comparez ou considérez acheter un produit ou un service ?



### Stratégies du BAO à l'ère de l'Internet

L'Internet prenant une place de plus en plus importante dans nos vies, le BAO devrait monter en puissance grâce à la multiplication des blogs et des réseaux sociaux, tels Twitter et Facebook. Pour de nombreux commerces, l'utilisation de ces outils est incontournable dans leur stratégie de commercialisation. Cependant, de nombreuses « stratégies BAO » mal conçues peuvent être contre-productives, comme l'envoi d'informations exagérées sur des produits ou des services. Ce type de pratique peut être facilement dévoilé via l'Internet.

## 2<sup>nd</sup> Salon nautique international d'Arabie saoudite

Le 2<sup>nd</sup> Salon nautique international d'Arabie saoudite s'est tenu du 8 au 11 décembre 2010 à Djeddah, attirant 73 exposants nationaux et internationaux venant des EAU et d'autres pays. Comme le salon était ouvert en soirée, de 17h00 à minuit pendant quatre jours, y compris un jour férié, les visiteurs sont venus en grand nombre.

Le stand du distributeur Yamaha local, Al Khorayef, présentait des produits haut de gamme, tels le moteur hors-bord F300B, le yacht de croisière EXULT 35SS et des motomarines WaveRunner. Par rapport aux pays environnants, l'Arabie saoudite continue de bénéficier d'une économie forte, et l'on peut espérer une forte croissance des ventes dans le secteur Marine.

*Par Mitsuhiro Nakamura, bureau de Dubai, Activités Marine, YMC*



Le stand Yamaha



Les nouveaux moteurs hors-bord F300B étaient les vedettes du stand.

## Congrès des concessionnaires Marine pour renforcer les ventes en Indonésie

Sur le marché indonésien, où les moteurs hors-bord Yamaha occupent plus de 70 % du marché, le distributeur Yamaha Marine PT. Karya Bahari Abadi (KBA) a organisé du 2 au 4 décembre 2010 un congrès concessionnaires à Bali. Cette réunion, qui a vu la présence de représentants de quatorze concessions 3S (Sales pour ventes, Spare parts pour pièces détachées, Service) de tout le pays, portait sur une plus grande dissémination de la politique des 3S parmi les concessionnaires, et la confirmation des objectifs de vente pour la saison à venir. Les présentations ont contribué à fortement motiver les concessionnaires. KBA est en train d'élaborer des plans à moyen et long terme tenant compte des potentiels futurs du marché indonésien.

*Par Kiminori Tsubomoto, bureau de Singapour, Activités Marine, YMC*



Quatorze concessionnaires 3S sont venus de toute l'Indonésie.

## Captain Andy's sponsorise la régata Mashua lors du 10<sup>ème</sup> Festival culturel annuel de Lamu

Captain Andy's Fishing Supply, un distributeur Yamaha Marine pour le Kenya, était fier de sponsoriser la régata Mashua (dhow) à l'occasion du 10<sup>ème</sup> Festival culturel annuel de Lamu, en offrant un programme varié comprenant un tournoi de foot, des danses et des courses de canoës et d'ânes. C'était une excellente occasion pour Captain Andy's de montrer des produits et de disséminer des informations. Pas moins de 24 bateaux dhow ont participé à la régata Mashua. Le festival a vu la présence de visiteurs locaux et internationaux, particulièrement nombreux à la cérémonie de remise des prix, et en particulier l'invité d'honneur, M. Ranneberger, ambassadeur des États-Unis. Le gagnant de la course Mashua était le dhow Subira, dirigé par son propriétaire Suo Kale Suo, de Mbwajumali, Lamu East.



Les gagnants ont remporté des prix importants.



Régata Lamu-mashua au Kenya

*Par Erica Thomas, directrice de Captain Andy's Fishing Supply*

**SITE WEB DES HORS-BORD YAMAHA** <http://www.yamaha-motor.co.jp/global/consumer/outboards/index.html>

**SITE DES FANS DU WEVERUNNER** <http://www.waverunner-fan.com/>

**Yamaha Outboards Channel paraît sur Youtube.**

Vous pouvez y voir des scènes maritimes et des moteurs Yamaha au travail dans le monde entier.

**Yamaha Outboards Channel** <http://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>