

حملات 3S للاستحواذ على رضا العميل



المبادئ

لضمان استخدام العملاء لمنتجات ياماها ليس على المدى القصير فحسب بل مواصلتهم استخداماً على المدى البعيد، فإنه يتحتم علينا كسب ثقتهم والقيام بغرس مبادئ الولاء للعلامة التجارية لياماها ولوكلائهم.

في حال عدم تيقننا من كون العملاء يتمتعون بالرضا على الدوام ولسنوات قادمة، فقد يقررون شراء محركات من علامات تجارية أخرى عندما تحين الفرصة لمقايضتها.

إذا حدث ذلك، فإن الدخل المنتظم لأموال مثل مبيعات قطع الغيار والخدمة والصيانة والتي يعتمد عليها الوكلاء سيتلاشى. وعلاوة على ذلك، فإن القيام بأنشطة كهذه والتي تحقق الرضا للعميل تعد أمراً ذو أهمية أيضاً لمفاضلة ياماها عن المنافسين. ولحسن الحظ، فقد كنا نعمل جنباً إلى جنب معكم طوال هذه السنوات من خلال إقامة حملات 3S كوسيلة لكسب نوع من الولاء كهذا من العميل. دعونا نقوم بعمليات الترويج ومواصلة تحقيق أقصى استفادة من حملات 3S كطريقة نكسب بها العملاء ونحافظ بها على ولائهم.



شعار حملة 3S



أقامت شركة البادي للتجارة والمقاولات المحدودة حملة 3S مستخدمةً بها الخيم والأعلام والزي الذي يحمل الشعار الجديد.

منذ سنوات عدة، عمدت شركة ياماها موتورز المحدودة (YMC) إلى القيام بحملات 3S (البيع، الخدمة، قطع الغيار) كتجسيد لأنشطتها المحلية المتأصلة بالأسواق وذلك بالشراكة مع الموزعين والوكلاء في مختلف المناطق حول العالم. إذ لدينا اعتقاد راسخ بأن حملة 3S تعد من أفضل الوسائل الممكنة لإقامة جسور قوية تربط بين شركة ياماها موتورز المحدودة (YMC) والموزعين والوكلاء والعملاء.

ومع ذلك، فقد قمنا بمواصلة وتقديم هذا النشاط كحملة يطلق عليها «حملة 3S» إلى الموزعين والوكلاء حتى الآن، ولكن ما نخشاه هو أن العملاء لم تتشكل لديهم صورة واضحة حول ما تعنيه. ومن خلال وضع هذا الأمر بعين الاعتبار، قمنا باستحداث شعار جديد لحملة 3S وقمنا أيضاً بعمل نماذج للخيم والأعلام وغيرها من المواد من أجل استخدامها في هذه الحملات. حيث قمنا بإدخال هذه النماذج في «التجهيزات الخاصة بالحملة» وقمنا باستخدامها بشكل تجريبي عبر العديد من الأسواق من أجل إيجاد انطباع حول الكيفية التي تبدو بها عند إجراء حملة 3S. ونحن نأمل بأن تمنح هذه الصور الفوتوغرافية والصور الملتقطة وصفاً أوضح حول الأساليب الممكنة لإجراء حملة 3S.

نود أن نشكر موزع دولة قطر شركة البادي للتجارة والمقاولات المحدودة والموزع في تشيلي شركة Nichimar De Comercio Limitada وشركة Wuhan Jingsui Yamaha Motor China Co., Ltd. (YMCN) ووكلائه التابعين المذكورة آنفاً لتعاونهم ومساعدتهم في إقامة الحملات التجريبية المذكورة آنفاً.

على تواصل والرجوع إليها بشكل دوري لغايات تطوير توجهات السوق وجمع ومشاركة المعلومات داخل شركتكم.

البند #2 جمع المعلومات المتعلقة بالعميل وعمليات فحص المحرك

ببساطة رخيصة الثمن. أو، قد يكون السبب وراء ذلك إلى افتقار العملاء للمعرفة الصحيحة فيما يتعلق باستبدال قطع الغيار التالفة أو استبدال الزيت كل ذلك لمجرد الافتقار للجهود المتعلقة بتثقيف المستخدمين. يرجى التأكد من استخدام حملات 3S كفرصة لتزويد العملاء بالمعلومات الصحيحة المتعلقة بهذه المجالات الهامة. (مثال 4)

البند #4 الإصغاء للعملاء

يعد الحصول على معدلات رضَى جيدة أمرًا يعث على السرور. ومن أجل الحفاظ على هذه المعدلات الجيدة، فإنه من الضروري المحافظة على المستوى العالي لرضا العميل. ومن جهة أخرى، تعد المعدلات السيئة أو الشكاوى أمرًا من الصعب تقبله والاستماع إليه. ولكن، على الرغم من كون الأمر مبتدئًا، إلا أنه يقال أن الشكاوى أيضًا جبل من المعلومات القيمة. إذ يعد التخفيف من حدة الإحباط لدى العميل أمرًا يرتبط بشكل مباشر مع رضا العميل، لذا لنكن على يقين دائمًا من الاستماع باهتمام لشكاوى العميل. (مثال 5)

مما لا شك فيه، أنه في بعض الأحيان سيكون هناك حالة من عدم الرضا أو شكاوى فيما يتعلق بالمنتجات نفسها. وبصفتنا صانع، فنحن هنا في YMC نرغب بأن نكون إلى جانبكم في الميدان ومشاركة المعلومات المتعلقة باحتياجاتهم والتي يمنحها العملاء.

في حملات 3S التي أقامها موزع ياماها في دولة قطر، شركة البادي للتجارة والمقاولات المحدودة، فإن لدى الشركة فكرة للاقتراحات في المتناول حيث يقومون ببذل الجهود للحصول على ما يدور بخلد العملاء سواء كانت آراء أو طلبات أو شكاوى. (مثال 6) نحن نعتقد بأن الحصول على المعلومات الصادقة من العملاء بشكل مباشر يعد من الأدوات العظيمة ونقترح بأن تقوم بتطبيقها في حملات 3S التي تقوم بإجرائها.



مثال 6: فكرة الاقتراحات المستخدمة في حملة 3S الخاصة بشركة البادي.



مثال 5: تعد حملة 3S فرصة جيدة للاستماع إلى آراء العميل بشكل مباشر.

تأكد من طرح مجموعة كاملة من الأسئلة على العملاء حول ماهية محركات الزوارق الخارجية التي يستخدمونها وعدد المرات التي يستخدمونها والحالة المتعلقة باستبدال الزيت، إلخ، والقيام بتسجيل هذه المعلومات. (مثال 2) بينما تقوم بالتحدث مع العملاء، قد يكون هناك حالات تكون بها النصيحة التي تقدمها لهم قد تساعدهم على منع تفاقم المشكلات.

عند التعامل مع الموديلات ذات 4 أشواط، قم باستعمال نظام Yamaha Diagnostic System (YDIS) بشكل فعال. (مثال 3) في حال حدوث بعض من المشاكل في المحرك، يمكنك استخدام بيانات النظام السابقة للمحاولة في إيجاد حل للمشكلة. هل تستخدم أحدث إصدار من نظام YDIS؟ نوصيك بالتحقق لمعرفة إذا ما كان الإصدار الخاص بك متداول، وقم بتحديثه إذا لزم الأمر.



مثال 2: معرفة الكيفية التي يقوم بها العملاء باستخدام محركات الزوارق الخارجية الخاصة بهم

مثال 3: استخدام نظام YDIS (للموديلات ذات 4 أشواط)

البند #3 توعية العميل

هنالك بعض العملاء الذين يقومون باستخدام قطع غيار مقلدة عوضًا عن الأصلية من ياماها دون دراية منهم، أو عملاء يقومون باستخدام زيت ذو نوعية رديئة لأنها



مثال 4: لنعمل على توعية العملاء حول أهمية استبدال قطع الغيار التالفة واستبدال الزيت بمنتجات ياماها الأصلية.

أمثلة على الحملة

في الأقسام التالية، سنقوم بتقديم الأساليب الفعلية المستخدمة لإجراء حملات 3S. سنقوم بشرح الأمور الجوهرية لإقامة حملة 3S تتمتع بالنجاحة والتفوق، وذلك بالعودة في المقام الأول إلى واحدة أقيمت في دولة قطر وأخرى في تشيلي والتي شارك بها أحد كتابنا.

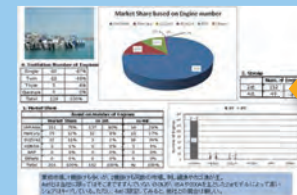
قد تُثمر حملات 3S عن منافع ونتائج تم سردها أدناه وعن الكثير غيرها. فمن الضروري التحقق ومشاركة المعلومات في موقع الحدث بين YMC والموزعين والوكلاء فيما يتعلق بالعناصر الأربعة الأولى على وجه الخصوص.

- 1) قياس توجهات السوق، بما في ذلك التي عند منافسينا (مثال 1)
- 2) قياس الكيفية التي يستخدم بها العملاء المحركات الخارجية (مثال 2، 3)
- 3) اتخاذ الحملة كفرصة لتوعية العميل، على سبيل المثال التوجهات المتعلقة بعمليات الصيانة اليومية، التثقيف بأهمية قطع الغيار والزيوت الأصلية من ياماها (مثال 4)
- 4) التماس اقتراحات/شكاوى العميل من العملاء (مثال 5، 6)
- 5) أخذ المواعيد لأعمال الصيانة المستقبلية (الذي يؤدي إلى مداخل أعمال في المستقبل)
- 6) مبيعات قطع الغيار والمحركات الخارجية، إلخ خلال فترة الحملة
- 7) كسب العملاء المحتملين، وغيرها الكثير

البند #1 القيام بإحصاء مالي محركات الزوارق الخارجية

تعد عمليات تتبع وجمع المعلومات، مثل إحصاء مالي محركات الزوارق الخارجية والتي تشمل المنافسين أمرًا ذا أهمية كبيرة. قم بالاستفادة من الحملة كفرصة يتم بها إحصاء محركات الزوارق الخارجية وتسجيل المعلومات الأخرى، ومراقبة التغيرات الحاصلة في السوق وتوجهاته. (مثال 1)

عند القيام بذلك، تأكد من تسجيل ليس أعداد المحركات فحسب بل المعلومات الأخرى مثل كون بنية المحركات المركبة أحادية أو مزدوجة، إلخ، والقوة الحصانية وسنة الموديل وأنواع التجهيزات المتعلقة بالزوارق المستخدمة بها. يساعد هذا كله في إمكانية تحليل حالات السوق من منظور أكثر اتساعًا. كذلك، الاحتفاظ بالسجلات لهذه المعلومات داخل ملف إكسل أو ما يشابهه يجعل الأمر يسيرًا من أجل البقاء

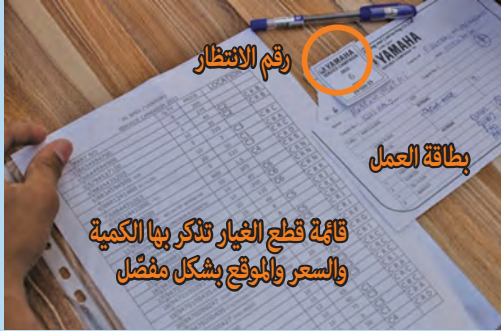


مثال 1: قم بعمل إحصاء للمحركات وقم بتدوين النتائج.



توجيهات تشغيلية

إليك بعض الأفكار من أجل مساعدتكم في إجراء حملة 3S بحيث تكون أكثر فاعلية.



من الضروري القيام بتحضير أرقام الانتظار الخاصة بالعملاء وبطاقات العمل بشكل مسبق.



لجعل هذا الحدث يجري بشكل أكثر سلاسة، يجب تحديد دور كل شخص على نحو دقيق في وقت مبكر.



وجود إثنين أو أكثر من الميكانيكيين من أجل القيام بالفحص النهائي بعد عملية الصيانة يعزز من الاطمئنان والثقة لدى العميل.



إجراء المكالمات الهاتفية مع العملاء تعد طريقة فعالة لزيادة الإقبال.



بعد الخزان الخاص بمخلفات الزيوت وأحوض/حاويات التصريف من الأمور الهامة لتحضيرها.



الخاتمة

قمنا بتقديم بعض من العناصر الشاملة ذات الأهمية والمتعلقة بحملات 3S والتي قام الكاتب بزيارتها. حيث يمكننا أيضًا رؤية أنه نظرًا للاختلافات الموجودة في كل من عملية البيع وشبكات الخدمة في كل منطقة، حيث تختلف الأساليب الإدارية أيضًا. ونظرًا لهذا الوضع، نقوم حاليًا بصياغة ورقة لبرنامج بسيط خاص بالحملة وتحضير قائمة مرجعية والتي نعتقد أنها لن تكون ميثابة إرشادات مبدئية أساسية وضرورية لتحضير وإجراء حملة 3S بشكل سلس فحسب، ولكن ستوفر أيضًا أرضية لمزيد من التحسينات إلى جانب المعرفة الخاصة بنا والخبرات المتراكمة. نأمل بأن تقوم باستخدام هذه البنود لتشكيل قاعدة وتقوم بتخصيصها على حسب احتياجات السوق الخاص بك لتعمل على تحسين الحملة بشكل أفضل عن سابقتها.

يرجى مواصلة السعي في الحصول على المعلومات والنصائح من قسم البيع والخدمة وقطع الغيار في YMC بحيث يمكننا جنبًا إلى جنب، مواصلة إجراء حملات 3S ناجحة.

ضع في الحسبان القيام بضبط مؤشرات الأداء الأساسية (KPI) لكل حملة للمساعدة في قياس مستوى النجاح في كل منطقة والمساعدة في إيجاد سبل لتطوير الحملات المقبلة. ستواصل YMC العمل أيضًا على تحسين الجودة التي نقوم فيها على دعم العملاء ومتابعة النهج الخاص بالجهود المبذولة لديكم في جميع الأجزاء الخاصة بنظام حملة 3S. ونأمل بأن تشتركوا في تحسين حملات 3S في كل من مناطقكم المحلية بينما نعمل سويًا لرفع مستويات رضا العملاء.



حملة 3S من قبل شركة Yamaha Motor China Co., Ltd.



أثناء انعقاد الحدث الخاص بالحملة في تشيلي من قبل شركة Nichimar De Comercio Limitada

الوظائف الخاصة بجهاز القياس وكيفية ضبطه

في هذا العدد، سنقدم لكم الوظائف المتعلقة بأجهزة القياس الخاصة في ياماها، مع اعتماد جهاز قياس الشبكة الرقمية 6YC كمثال لنا. عند القيام بتوصيل جهاز قياس ما للعملاء أو عند إجراء الصيانة له، فإن ضبط جهاز القياس يعد أمرًا ضروريًا أيضًا. إن الإلمام بالوظائف المتعلقة بجهاز القياس سيساعدك أنت وعملائك على الاستفادة منه بصورة دقيقة وأكثر سهولة. دعونا نبدأ بمقدمة بسيطة حول جهاز القياس 6YC.

تخصيص الشاشة (Favorites)

من خلال وجود أجهزة القياس 6Y9 و 6YC، فإنه يمكنك تخصيص الشاشة الرئيسية المعروضة بكل سهولة. قم بمحاولة إنشاء شاشة أصلية مستعجلاً بالبنود التي يستخدمها عملائك بشكل أكبر للحصول على مزيد من العمليانية.

خطوات إنشاء الشاشة "Favorites"

(1) اضغط الزر [MENU] الموجود على الشاشة الرئيسية لعرض الشاشة "MENU".

(2) استخدم لوحة المفاتيح التوجيهية والزر [SET] للانتقال إلى الشاشة "FAVORITES" (Favorites < Display < Settings).

(الصورة د)

(3) قم باختيار الشاشة المراد تخصيصها. (Combo A، إلخ).

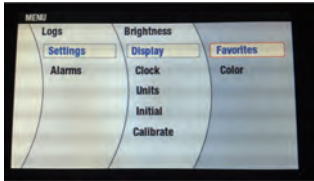
(4) قم باستخدام لوحة المفاتيح التوجيهية لاختيار المعلومات التي ترغب بعرضها على الشاشة الواحد تلو الآخر. (الصورة هـ)

(5) قم باستخدام الزر [SET] لإتمام عملية الاختيار.

الصورة هـ



الصورة د



ما عمدنا إلى تقديمه هذه المرة ليس سوى وظيفتين من بين العديد من الوظائف التي يتمتع بها جهاز القياس. عند زيارتنا للأسواق حول العالم، فإنه من الشائع أن يقوم العملاء باستشارتنا حول الاستخدامات الأساسية، مصرحين بعدم إلمامهم في كيفية استخدام جهاز القياس. يرجى انتهاز هذه الفرصة من أجل إطلاع عملائنا حول الإمكانيات التي يتمتع بها جهاز القياس الذي يقومون باستخدامه.

خطوات إعادة تهيئة (التهيئة المبدئية/المعايرة) مستوى التوازن

(1) قم بتوصيل السلك بمستشعر التوازن الموجود في غطاء المحرك بشكل صحيح. (الصورة أ)

(2) قم باستخدام مفتاح الطاقة الخاص بالتوازن/الإمالة (PTT) لإمالة محرك الزورق الخارجي بشكل كامل نحو الأسفل.

(3) قم باستخدام جهاز القياس لإعادة تهيئة معايرة مستوى التوازن.

في حالة استخدام جهاز القياس 6YC:

(1-3) اضغط الزر [MENU] الموجود على الشاشة الرئيسية لعرض شاشة "MENU".

(2-3) استخدم لوحة المفاتيح التوجيهية والزر [SET] للانتقال إلى الشاشة "Trim Level" (Trim Level < Calibrate < Settings).

(الصورة ب)

(3-3) اضغط الزر [SET] لإعادة تهيئة الضبط. (الصورة ج)

توجد وظيفة لإعادة تهيئة التوازن في جهاز القياس 6Y8 وجهاز القياس 6Y9 أيضًا. يرجى الرجوع إلى دليل التشغيل المعني.

الصورة أ

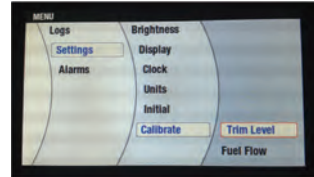


*تُظهر الصور الموديل F200F. يرجى التحقق من توصيل الأسلاك الصحيح للموديل الخاص بك.

الصورة ج



الصورة ب



جهاز قياس الشبكة الرقمية 6YC

استخلص جهاز القياس 6YC جميع الوظائف الخاصة بجهاز الشبكة الرقمية 6Y8 ليتمكن من استعمالها مع المحركات الخارجية سواء كانت هذه المحركات المركبة والتي تعمل بطريقة حقن الوقود أحادية أو مزدوجة. حيث كان يقتضي الأمر ثلاث وحدات ليتم تركيب جهاز القياس 6Y8 للمحرك المزدوج بينما في جهاز القياس 6YC فإن الأمر لا يلزم سوى واحدة فقط. هناك أربعة اختلافات في جهاز القياس 6Y8: عداد دورات المحرك وعداد السرعة ومقياس إدارة الوقود (جهاز قياس) ومقياس المنظومة (جهاز قياس)، إلا أنه يتمتع 6YC بجميع هذه الوظائف في وحدة أحادية ولا حاجة لوجود هذه الاختلافات. لمزيد من المعلومات، يرجى الرجوع إلى دليل التشغيل أو دليل التجهيز.

المواصفات الأساسية	
الحجم	الطول: 165 مم × الارتفاع: 98 مم
الوزن	427 جم (مع غطاء الحماية)
مقاس تجويف التركيب	الطول: 109 مم × الارتفاع: 78 مم
البروتوكول	بروتوكول 6Y8 وبروتوكول 6Y9
شاشة العرض	4.3 طراز TFT بالكامل (16.72 × 480 ألوان M)
دخول GPS	NMEA183
التباين اللوني	قياسي، الوضع الليلي، الوضع الخاص



إعادة تهيئة التوازن

تمتلك أجهزة القياس الخاصة في ياماها شاشة عرض لمستوى التوازن. نظرًا لأن زاوية التوازن تؤثر على وضعية الزورق في الماء بالإضافة إلى تأثيرها على السرعة والاقتصاد في استهلاك الوقود، فإنه من الضروري تشغيل الزورق على زاوية توازن مناسبة. ومع ذلك، يرجى الانتباه إلى أن عدم قدرتك على إعادة تهيئة مستوى التوازن بصورة مناسبة، فإن مقياس التوازن قد يتوقف عن العمل.

حملة 3S في أستراليا

أقامت شركة ياماها موتور في أستراليا ذات الملكية المحدودة (YMA) حملة 3S الخاصة بها للعام 2015 في بورت لنكولن الواقعة في جنوب أستراليا. يعد هذا الموقع من أكثر موانئ صيد الأسماك ازدحامًا في النصف الجنوبي من الكرة الأرضية، وذلك من خلال وجود صناعة صيد الأسماك التجارية المحلية ذات الجوانب المتعددة والتي تشمل تربية المحار والغوص المتعلق بالتقاط أذن البحر وصيد التونا، وما هذه سوى أمثلة قليلة. ويزيد كل ذلك من سمعة بورت لنكولن بوصفها «عاصمة المأكولات البحرية في أستراليا». هنا، تعد ياماها العلامة التجارية المفضلة لأغلبية المشغلين التجاريين، والذي يستخدم الأغلبية منهم محركات ياماها الخارجية في زوارقهم.

هذا العام، قام فريق من YMA وشركة ياماها موتور المحدودة (YMC) جنبًا إلى جنب مع وكيل ياماها المحلي Port Lincoln Boat Supplies بإجراء أعمال الفحص الأساسية المتعلقة بالصيانة وتحميل نظام Yamaha Diagnostic System (YDIS) في الزوارق ذات الاستخدامات التجارية. تم فحص نحو 45 من المحركات الخارجية على مدى أربعة أيام، والذي اعتُبر وقتًا مثاليًا لعملاء الاستخدامات التجارية نظرًا لإمكانية تقديم آرائهم وتعليقاتهم بصورة مباشرة إلى الطاقم الهندسي ومراقبي

الجودة الخاص في YMC. يقول شون ميلر من Port Lincoln Boat Supplies «يطالب عملائي بالموثوقية، وبعد هذا السبب وراء امتلاك ياماها الحصّة الأكبر في السوق ضمن هذا المجال... واليوم الذي يتواجد به هؤلاء العملاء بعيدًا عن الماء قد يصنع الفارق بين الربح أو الخسارة، فما عليك إلا النظر إلى أعداد محركات ياماها الخارجية الموجودة في مؤخرة الزوارق هنا لتفهم السبب وراء كون ياماها على رأس القائمة.»

تود إدارة وطاقم YMA تقديم الشكر لفريق YMC لدعمهم حملة 3S للعام 2015. يعد مفهوم هذه الحملة منبرًا ذا قيمة لتأسيس علاقات مع عملاء الاستخدامات التجارية، إذ نقوم بجمع المعلومات التشغيلية القيّمة، وفي نهاية المطاف زيادة حصتنا السوقية. ونحن نتطلع للحملة القادمة في العام 2016.



بطولة التحدي الأولى لياماها في صيد سمك الزعنفة الشراعية المقامة في الغابون

في 24 سبتمبر من العام 2015، قام موزع ياماها موتورز في الغابون INTER-MAT بإقامة أول بطولة لتحدي لياماها في صيد سمك الزعنفة الشراعية في العاصمة ليرفيل. وكما يتضح من اسمها، فقد كانت هذه منافسة رياضية لصيد سمك الزعنفة الشراعية، وتم تنظيمها بالتعاون مع الجمعية الدولية لرياضة صيد الأسماك (IGFA) ومؤسسة بيلفيس ووفقًا لقواعدها المتبعة؛ حيث تم إطلاق سراح جميع أسماك الخرمان التي تم اصطيادها بعد أن تم وسمها للأغراض المتعلقة بالأبحاث. وتعد هذه المنافسة جزءًا من التزامنا تجاه تحسين الصورة الخاصة بالعلامة التجارية لياماها والمتعلقة بعملاء الاستخدامات الترفيهية. وأقيمت المنافسة على فئتين: «خيوط الصيد الرفيعة» (12 و 16 و 20 و 30 رطلاً) و «الإسماك والإطلاق» (تم إطلاق سراح جميع الأسماك ذات المنقار). أقيمت البطولة في منطقة محددة حول بقعة يطلق عليها "240" والتي تقع بين ليرفيل وبورت جنتيل، والتي تبعد عن الشاطئ قرابة الساعتين. شارك أربعون صيادًا في البطولة بتسعة زوارق مجهزة بمحركات خارجية ذات 4 أشواط. لقد كانت عملية



التدريب ذو المستوى الفضي لأكاديمية ياماها التقنية (YTA) في إندونيسيا

منهم التدريب واجتازوا الاختبارات والامتحانات العملية. حيث أصبح عدد الفنيين الحاصلين على المستوى الفضي من أكاديمية ياماها التقنية (YTA) في إندونيسيا ككل 14 فني. لم تركز الدورة التدريبية هذه المرة على المهارات العملية التي يتوجب على جميع المشاركين إتقانها فحسب بل أيضاً على الفهم الجيد من الناحية النظرية التي تساهم في تحليل المشكلة بشكل دقيق. إلى جانب هذا، فقد تم التركيز بشكل جوهري على مهارات الاتصال مع العملاء. ستواصل KBA هذه الأنواع من الجهود لضمان حصول جميع عملائها على خدمات ما بعد البيع تتسم بالكفاءة والسرعة وأعمال التصليح لمنتجات ياماها الخاصة بهم. من أدهي يوليوان، KBA

قامت شركة Karya Bahari Abadi ذات المسؤولية المحدودة (KBA) والموزع لمحركات ياماها الخارجية في إندونيسيا بعقد فعالية التدريب الثانية ذات المستوى الفضي التابعة لأكاديمية ياماها التقنية (YTA) في شهر أكتوبر وذلك على شاطئ Mentigi في جزيرة لومبوك. من أجل حصول فنيي الخدمة من ياماها على الشهادة الفضية من أكاديمية ياماها التقنية (YTA)، فإنه يتوجب عليهم بدايةً الحصول على الشهادة البرونزية من أكاديمية ياماها التقنية (YTA) ومن ثم حصولهم على خبرة لا تقل عن سنتين إضافيتين بصفته ميكانيكيين ممارسين. إذ يتوجب عليهم أيضاً اجتياز امتحان خطي استناداً إلى مواد تدريبية خاصة بالشهادة الفضية ومن ثم الخضوع لتدريب مدته خمسة أيام. ومن بين 13 فني مشارك هذه الفترة، أتم 11



حملة التنظيف البحرية في بحيرة هامانا



عن طريق تقسيم نطاق الأنشطة إلى منطقتين. ستواصل ياماها موتور إجراء مثل هذه الأنشطة للمحافظة على البيئة الطبيعية في الأوساط والبيئات المحيطة.



أقامت شركة ياماها موتورز المحدودة «حملة التنظيف البحرية في بحيرة هامانا» وذلك من خلال استخدام منتجات ياماها البحرية بهدف المحافظة على البيئة الطبيعية للبحيرة. وفي وقت سابق من هذا العام في 29 مايو 2015، تم إقامة هذه الفعالية للمرة الخامسة بمشاركة 112 متطوع من قسم العمليات التجارية البحرية التابع للشركة المشاركة. حيث مكنت الزوارق والقوارب البحرية الشخصية من ياماها المتطوعين من تنظيف النفايات من شواطئ البحيرة بمساحات أكبر، حتى ضمن المساحات الممتدة والتي يصعب الوصول إليها من اليابسة. وكتيجة لذلك، تم جمع ما يقارب 150 كجم من النفايات. تم إقامة حملة التنظيف السادسة في الثاني من أكتوبر بمساهمة 110 مشارك، الذين نجحوا بجمع ما يقرب من 430 كجم من النفايات من شواطئ البحيرة. وكان السبب وراء هذه المقدار الكبير—والذي يعد الأكبر على الإطلاق في الحملة—إلى الجهود التي أدت إلى زيادة الكفاءة

لدينا اعتقاد راسخ بأن حملات 3S والتي تم ذكرها في هذا العدد من Chantey Special تعد نشاطات مثالية من أجل إيجاد وسيلة تربط YMC مع الموزعين والوكلاء والعملاء. بمشاهدتي للجمع وهم يعملون بجد في الحملات التي اصطحبني إليها منحتني ذلك صورة واضحة على الثقة التي اكتسبتها من عملائك. أمل أن تقوم بالترويج واستخدام حملات 3S كأسلوب راسخ في كسب ولاء العملاء. نحن هنا في YMC سنواصل العمل على تحسين الكيفية التي نقوم فيها على دعم العملاء ومتابعة النهج الخاص بالجهود المبذولة في جميع مناطق 3S. ولكونكم مشتركين جميعاً في تحسين حملات 3S في كل من مناطقكم المحلية، دعونا نعمل معاً لرفع مستويات رضا العملاء الخاصة بنا.

ملاحظات البحار



الموقع الإلكتروني الخاص بياماها للمحركات الخارجية <http://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html>

الموقع الإلكتروني الخاص في WAVERUNNER <http://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/>

قناة ياماها للمحركات الخارجية على موقع YouTube

عرض لمشاهد استخدامات محركات ياماها الخارجية على الساحل حول العالم

قناة ياماها للمحركات الخارجية <http://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors>