

## SOMMAIRE

- P1** Chantey Spécial : Campagnes 3S pour la satisfaction des clients
- P4** Petits conseils de mécanique : Fonctionnalités et réglages d'un compteur
- P5** Revue d'actualité : Le 1<sup>er</sup> Yamaha Sailfish Challenge au Gabon, et plus

# Chantey Spécial Campagnes 3S pour la satisfaction des clients

Depuis de nombreuses années, Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) mène des campagnes 3S de ventes, entretien et pièces détachées (3S : Sales, Service, Spare Parts), comme partie intégrante de ses activités au niveau des marchés locaux, avec la coopération des distributeurs et concessionnaires de toutes les régions du monde. Nous sommes persuadés qu'une campagne 3S est un des meilleurs moyens d'établir des liens forts entre YMC, les distributeurs, les concessionnaires et les clients.

Cependant, jusqu'à présent, nous avons bien communiqué et présenté cette activité de « Campagne 3S » aux distributeurs et concessionnaires, mais nous craignons que les clients ne comprennent pas très bien de quoi il s'agit. Après mûre réflexion, nous avons créé un nouveau logo ainsi que des tentes, drapeaux et autres exemples de matériels pouvant être déployés au cours de ces campagnes.

Nous les avons regroupés dans des « kits de campagne » et les avons essayés sur plusieurs marchés afin de mettre en pratique et montrer des exemples de campagnes 3S faisant appel à de tels éléments. Nous espérons que ces photos et ces images vous donneront une meilleure idée des différentes possibilités d'organisation d'un événement de ce type.

Nous tenons à remercier le distributeur au Qatar, Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd., le distributeur chilien, Nichimar De Comercio Limitada, ainsi que Yamaha Motor China Co., Ltd. (YMCN) et son concessionnaire Wuhan Jingsui, pour leur coopération et leur assistance dans le déroulement de ces campagnes d'essai.



Logo des campagnes 3S



Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd. a utilisé des tentes, des drapeaux et des uniformes portant le nouveau logo lors d'une campagne 3S.

## Le principe

Pour être sûrs que les clients utilisent des produits Yamaha dans la durée, et pas uniquement à court terme, nous devons gagner leur confiance et instiller en eux la loyauté envers la marque Yamaha et ses concessionnaires.

Si nous ne mettons pas tout en œuvre pour que les clients soient continuellement satisfaits dans les années à venir, ils pourront décider d'essayer une autre marque au moment de remplacer leur moteur. Cela se traduira, pour les concessionnaires, par la disparition des revenus réguliers que sont les ventes de pièces détachées, l'entretien et la maintenance. D'un autre côté, les activités contribuant à accroître la satisfaction de la clientèle servent également à différencier Yamaha de la concurrence. Cela fait heureusement des années que nous menons avec vous des campagnes 3S comme moyen de susciter ce type de loyauté. Nous devons donc promouvoir ces événements et en tirer pleinement parti pour gagner et garder des clients fidèles.

## Exemples de campagnes

Dans ce qui suit, nous présentons des méthodes effectivement utilisées dans des campagnes 3S. Nous expliquons l'essentiel de ce qu'il faut savoir pour mener une campagne efficace et couronnée de succès, en nous basant sur des événements auxquels un de nos rédacteurs a participé au Qatar et au Chili.

Une campagne 3S se traduit par de nombreux avantages et résultats, en particulier ceux de la liste suivante, non exhaustive. Il est important que YMC, les distributeurs et les concessionnaires vérifient et partagent les informations relatives plus particulièrement aux quatre premiers points.

- 1) Évaluer les tendances du marché, y compris chez nos concurrents (Exemple 1)
- 2) Déterminer comment les clients utilisent leurs hors-bords (Exemples 2, 3)
- 3) Profiter de la campagne pour former les clients à la maintenance quotidienne et leur inculquer l'importance des pièces et de l'huile Yamaha d'origine (Exemple 4)
- 4) Solliciter les clients pour connaître leurs opinions et récriminations (Exemples 5, 6)
- 5) Prendre des rendez-vous de maintenance (générant des revenus futurs)
- 6) Vendre des pièces détachées, des hors-bords et autres produits
- 7) Trouver des clients potentiels, etc.

### Activité n° 1 Recenser les propriétaires de hors-bords

Il est très important de suivre et compiler des informations telles que le nombre de propriétaires de hors-bords, y compris d'autres marques. Les campagnes sont l'occasion de compter les moteurs hors-bord, enregistrer toutes sortes de données utiles, et surveiller les tendances du marché. (Exemple 1)

Prenez soin de noter non seulement le nombre de moteurs, mais aussi s'ils sont montés en mono ou bi-moteur, leur puissance, l'année de production et les composants d'accastillage qui y sont associés. Toutes ces informations rendront possible l'analyse des conditions du marché dans une perspective plus large. À cette fin,



Exemple 1 : Compter le nombre de moteurs et compiler les résultats.

l'utilisation d'un fichier de type Excel vous permettra de suivre et consulter régulièrement les variations de tendances et d'accumuler et partager ces informations au sein de votre entreprise.

### Activité n° 2 Recueillir des informations clients et vérifier les moteurs

Prenez soin de soumettre à vos clients toute une liste de questions afin de déterminer, entre autres, l'utilisation qu'ils font de leur hors-bord, la fréquence d'utilisation et l'état de la vidange, et enregistrez ces informations. (Exemple 2) Ces discussions avec les clients seront peut-être aussi l'occasion de leur prodiguer des conseils qui les aideront à prévenir des problèmes.

Dans le cas de modèles 4 temps, exploitez activement le Yamaha Diagnostic System (YDIS). (Exemple 3) Si un incident quelconque se produit, vous pouvez vous référer aux données historiques du système pour essayer de trouver une solution au problème. Utilisez-vous la dernière version du YDIS ? Nous vous recommandons de vérifier votre version, et de la mettre à jour si nécessaire.



Exemple 2 : Déterminer comment vos clients utilisent leurs hors-bords.

Exemple 3 : Utilisation du système YDIS (pour les modèles 4 temps)

### Activité n° 3 Éduquer les clients

Certains clients, sans s'en rendre compte, ont installé des pièces contrefaites au lieu de pièces Yamaha d'origine. D'autres utilisent



Exemple 4 : Éduquer les clients sur l'importance d'utiliser des produits Yamaha d'origine au moment de remplacer des pièces usées ou vidanger l'huile.

une huile de mauvaise qualité simplement parce qu'elle est moins chère. Il arrive aussi que, en l'absence d'efforts d'éducation des utilisateurs, ces derniers n'aient pas les connaissances nécessaires pour remplacer des pièces usées ou vidanger l'huile. Les campagnes 3S sont des occasions inestimables pour fournir à vos clients des informations adéquates sur ces sujets importants. (Exemple 4)

### Activité n° 4 Écouter les clients

Nous sommes toujours ravis d'obtenir une bonne cote de satisfaction de la part des utilisateurs, mais pour la garder, nous devons absolument travailler à maintenir ce niveau élevé de satisfaction clients. Par contre, une mauvaise cote ou une réclamation peuvent être pénibles à entendre, et c'est bien naturel. Cependant, bien que cela fasse un peu cliché, on dit aussi qu'une plainte constitue une mine d'informations précieuses. Le fait de soulager les frustrations d'un utilisateur est directement lié à la satisfaction clients. Nous devons donc tous faire en sorte de bien écouter leurs doléances. (Exemple 5)

Bien entendu, il y aura parfois des insatisfactions ou des plaintes en rapport avec les produits proprement dits. L'équipe de YMC, en tant que fabricant, tient à être avec vous sur le terrain et à partager les informations sur les clients et leurs besoins.

Lors des campagnes 3S menées par le distributeur Yamaha au Qatar, Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd., un carnet de suggestions était mis à la disposition des clients pour les inciter à exprimer toute opinion, requête ou doléance éventuelle. (Exemple 6) Nous pensons que c'est un excellent outil pour obtenir des informations honnêtes, et nous vous conseillons de l'utiliser dans vos propres campagnes 3S.



Exemple 5 : Une campagne 3S est l'occasion d'entendre directement les opinions des clients.



Exemple 6 : Le carnet de suggestions mis en place dans les campagnes 3S d'Al Badi.

## Pour conclure

Nous avons présenté des aspects généralement importants des campagnes 3S visitées par le rédacteur de cet article. Nous n'ignorons pas que les modes de gestion peuvent varier en fonction des régions et des différents réseaux de vente et de SAV. Dans ce contexte, nous sommes en train de mettre au point une fiche de programme et une liste de préparatifs pour l'organisation d'une campagne simple. Nous pensons qu'elle constituera un point de départ pour vous permettre de préparer et mener à bien une campagne 3S réussie. Vous pourrez aussi vous fonder sur cette liste pour améliorer encore vos connaissances et votre expérience accumulée. Nous espérons qu'elle vous servira de base de travail et que vous l'adapterez à votre marché, afin que chaque campagne soit encore mieux que la précédente. Continuez de vous renseigner et de prendre conseil auprès des équipes de vente, entretien et pièces détachées de YMC. Ensemble, avec votre coopération, nous pourrions continuer de mener des campagnes 3S couronnées de succès.

N'oubliez pas d'établir des indicateurs de performance clés (KPI : key performance indicators) pour chaque campagne afin de mesurer le succès point par point et trouver de nouvelles manières d'améliorer les événements suivants. YMC continuera de travailler sur l'efficacité de son soutien et du suivi de vos efforts à tous les niveaux. Nous espérons que vous prendrez à cœur de développer les campagnes 3S aux quatre coins de votre région tandis que nous travaillerons ensemble à rehausser encore le niveau de satisfaction clients.



Une campagne 3S de Yamaha Motor China Co., Ltd.



Un événement organisé au Chili par Nichimar De Comercio Limitada

Chantey  
Spécial

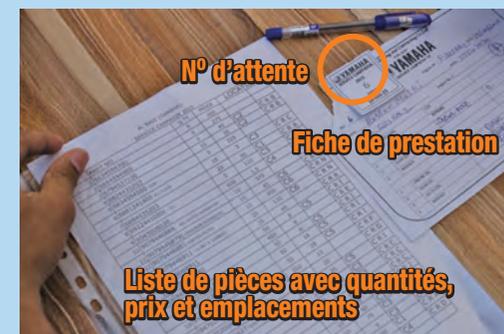
**3S** Marine  
SALES • SERVICE • SPARE PARTS  
CAMPAIGN

## Conseils opérationnels

Voici quelques idées qui vous aideront à mener plus efficacement vos campagnes 3S.



Pour faciliter le bon déroulement des opérations, définissez clairement et à l'avance le rôle de chacun.



Il est important de préparer à l'avance des numéros pour les listes d'attente, ainsi que des fiches de prestation.



La prise de contact par téléphone est un excellent moyen d'augmenter le taux de participation.



La présence de plusieurs mécaniciens pour la vérification finale après les travaux d'entretien aide les clients à se sentir en confiance.



Parmi les éléments importants à préparer, n'oubliez pas un réservoir pour les huiles usées et des récipients de vidange.



# Fonctionnalités et réglages d'un compteur

Dans ce numéro, nous vous présentons les fonctionnalités des compteurs Yamaha, en prenant comme exemple le modèle « Digital Network » 6YC. Lorsque vous livrez un tel appareil à un client ou lors de travaux de maintenance, son réglage correct est crucial. Vous et votre client l'utiliserez plus précisément et facilement si vous en connaissez bien le fonctionnement. Pour commencer, voici une présentation sommaire du compteur 6YC.

## Compteur « Digital Network » 6YC

Le compteur 6YC a hérité de toutes les fonctionnalités des modèles « Digital Network » 6Y8, et est adapté à des hors-bords à injection en montage mono ou bi-moteurs.

Alors que le compteur 6Y8 nécessitait trois unités pour un montage bi-moteurs, une seule suffit avec le modèle 6YC. Le 6Y8 était décliné en quatre variantes : compte-tours, compteur de vitesse, gestionnaire de carburant et combiné, mais le 6YC regroupe toutes ces fonctions dans un instrument unique.

Pour en savoir plus, veuillez vous référer au Mode d'emploi ou au Guide de gréement (Rigging Guide).



Spécifications de base	
Dimensions	L : 165 mm x H : 98 mm
Poids	427 g (avec cache de protection)
Dimensions de l'orifice de montage	L : 109 mm x H : 78 mm
Protocoles	Protocole 6Y8 et protocole 6Y9
Affichage	4.3 TFT pleine couleur (480 x 272, 16,72 M couleurs)
Entrée GPS	NMEA183
Modes de couleur	Standard, mode nuit, mode spécial

## Remise à zéro du trim

Les compteurs Yamaha affichent le niveau de trim. Étant donné que l'angle de trim affecte non seulement le comportement du bateau sur l'eau, mais aussi sa vitesse et sa consommation, un bon réglage est crucial. Cependant, si vous ne parvenez pas à remettre le niveau de trim à zéro, c'est peut-être dû à une défaillance de l'indicateur de trim.

Marche à suivre pour remettre le niveau de trim à zéro (configuration initiale/calibration)

- 1) Raccordez correctement le fil du capteur de trim dans le carénage. (Photo A)
- 2) Utilisez la commande Power Trim/Tilt (PTT) pour abaisser complètement le moteur hors-bord.
- 3) Utilisez le compteur pour remettre le trim à zéro (Trim Level Calibration).

Dans le cas du compteur 6YC :

- 3-1) Appuyez sur le bouton [MENU] sur l'écran principal pour afficher l'écran « MENU ».
- 3-2) Utilisez les boutons de curseur et le bouton [SET] pour naviguer jusqu'à l'écran « TRIM LEVEL » (Settings > Calibrate > Trim Level). (Photo B)
- 3-3) Appuyez sur le bouton [SET] pour initialiser le réglage. (Photo C)

Les compteurs 6Y8 et 6Y9 offrent aussi une fonction de remise à zéro du trim. Veuillez vous reporter au mode d'emploi correspondant.



Photo A

\* La photo montre un hors-bord F200F. Prenez soin de vérifier le bon câblage pour votre modèle.



Photo B



Photo C

## Personnalisation de l'écran (menu Favorites)

Avec les compteurs 6Y9 et 6YC, vous pouvez facilement personnaliser l'affichage des écrans principaux. Essayez de créer un écran original et plus pratique, avec les éléments que vos clients utilisent le plus.

Marche à suivre pour créer un écran personnalisé

- 1) Appuyez sur le bouton [MENU] sur l'écran principal pour afficher l'écran « MENU ».
- 2) Utilisez les boutons de curseur et le bouton [SET] pour naviguer jusqu'à l'écran « FAVORITES » (Settings > Display > Favorites). (Photo D)
- 3) Sélectionnez l'écran que vous souhaitez personnaliser. (Combo A, etc.)
- 4) Utilisez les boutons de curseur pour sélectionner une par une les informations que vous souhaitez afficher sur l'écran. (Photo E)
- 5) Utilisez le bouton [SET] pour confirmer la sélection.

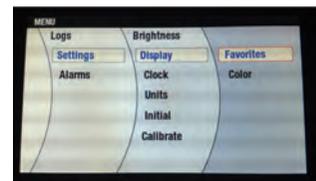


Photo D

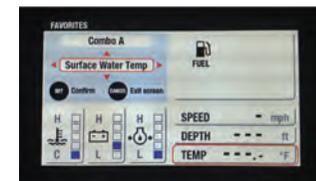


Photo E

Nous avons présenté seulement deux des nombreuses fonctions offertes par cet appareil. Lorsque nous visitons des marchés à travers le monde, nous rencontrons souvent des clients qui ne savent pas comment l'utiliser et qui posent des questions de base. C'est pour vous l'occasion de leur faire connaître les capacités du compteur qu'ils possèdent.

## Le premier Yamaha Sailfish Challenge au Gabon

Le 24 septembre 2015, la société INTER-MAT, distributeur YAMAHA au Gabon, a organisé la première édition du Yamaha Sailfish Challenge à Libreville.

Comme son nom l'indique, ce concours cible principalement la pêche sportive du sailfish (espadon-voilier). Il est organisé en coopération avec l'International Game Fishing Association (IGFA) et la Billfish Foundation, selon les règles de l'IGFA. Les marlins pris ont tous été marqués pour la recherche avant d'être relâchés. Ce tournoi entre dans le cadre de notre engagement à développer l'image de notre marque pour les plaisanciers.

L'événement comportait deux catégories de lignes dites "fines" (12, 16, 20 et 30 lbs), en "catch and release" (relâche de tous les poissons à rostre). Il s'est déroulé dans une zone délimitée autour du spot "240", à 2 heures de navigation entre Libreville et Port-Gentil. Neuf bateaux équipés en moteurs hors-bord 4 temps ont participé au concours,

pour un total de 40 pêcheurs. Les poissons, notamment les sailfish, ont répondu présents dès la première heure de pêche. Au total, une trentaine de sailfish ont attaqué, et neuf ont pu être pêchés, tagués et relâchés en pleine santé. Un marlin bleu estimé à 120 kg a lui aussi été relâché en 30 lbs. Des thons jaunes, coryphènes et wahoos ont participé au festival. Tous les bateaux ont eu de l'action, et les pêcheurs ont pu constater que les bateaux équipés de moteurs hors-bord 4 temps Yamaha attirent toujours autant de poissons dans leur sillage, grâce aux faibles émissions de gaz d'échappement et aux faibles nuisances sonores.



## Campagne 3S en Australie

Yamaha Motor Australia Pty Limited (YMA) a mené sa campagne 3S 2015 à Port Lincoln en Australie-Méridionale, un des ports les plus actifs de l'hémisphère sud. La pêche commerciale locale y est très variée et comprend, entre autres, l'ostréiculture, la pêche des ormeaux en plongée et la pêche au thon. Tout cela confère à Port Lincoln la réputation de capitale australienne des poissons et fruits de mer. Yamaha est la marque de prédilection des exploitants commerciaux de cette région qui, pour la plupart, utilisent des moteurs hors-bord Yamaha.

Cette année, une équipe de douze représentants de YMA et de Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) a travaillé avec le concessionnaire Yamaha local, Port Lincoln Boat Supplies, pour assurer des

vérifications de base et télécharger le Yamaha Diagnostic System (YDIS) sur des bateaux commerciaux. Pas moins de 45 moteurs hors-bord ont été inspectés en quatre jours. Pour les ingénieurs et le personnel en charge du contrôle de qualité chez YMC, c'était l'occasion idéale d'obtenir des retours d'informations auprès des clients commerciaux.

Voici ce qu'en dit Shaun Miller, de Port Lincoln Boat Supplies : « Mes clients exigent de la fiabilité, et c'est la raison pour laquelle Yamaha détient une part de marché importante dans cette région : pour ces utilisateurs, une journée hors de l'eau peut faire toute la différence entre un bénéfice et une perte. Il vous suffit de regarder le nombre de hors-bords Yamaha à l'arrière des bateaux dans ce port pour comprendre que Yamaha est numéro un. »

La direction et le personnel de YMA tiennent à remercier l'équipe de YMC d'avoir soutenu la campagne 3S 2015. Son concept en fait une plate-forme inestimable pour établir des relations avec nos clients commerciaux, récolter des informations opérationnelles précieuses et éventuellement augmenter notre part de marché. Nous sommes impatients de passer à la campagne 2016.



## Campagne de nettoyage au lac Hamana



Yamaha Motor Co., Ltd. a organisé une campagne de nettoyage au lac Hamana, faisant appel à des produits Marine Yamaha et visant à préserver l'environnement naturel de ce plan d'eau. Un peu plus tôt cette année, le 29 mai 2015, l'événement avait eu lieu pour la cinquième fois avec 112 volontaires du département Marine Business Operations. Grâce aux bateaux et motomarines Yamaha, les participants ont pu atteindre des zones difficiles d'accès par la terre et ainsi nettoyer une plus grande partie du rivage. En résultat, ils sont parvenus à ramasser environ 150 kg de débris.

La sixième campagne de nettoyage s'est tenue le 2 octobre avec 110 participants, qui ont réussi à récolter environ 430 kg de déchets sur les rives du

lac, un record depuis le début de la campagne. Ils doivent cette meilleure efficacité à la répartition des activités sur deux zones.

Yamaha Motor tient à poursuivre des entreprises de ce type afin de préserver l'environnement naturel dans les communautés avoisinantes.



### Note de la rédaction



Les campagnes 3S présentées dans la rubrique Chantey Spécial de ce numéro sont des activités très efficaces pour connecter YMC, les distributeurs, les concessionnaires et les clients. En observant tous les participants travailler diligemment lors des campagnes que j'ai pu accompagner, j'ai vu clairement que vous aviez gagné la confiance de vos clients. J'espère que vous utiliserez et tirerez le meilleur parti possible des campagnes 3S comme un moyen sûr de fidéliser votre clientèle. De notre côté, chez YMC, nous continuerons d'étudier les meilleures manières de vous soutenir et suivrons vos efforts dans chaque domaine 3S. Tandis que vous travaillerez tous à l'amélioration des campagnes 3S dans chacune de vos communautés, nous nous attacherons ensemble à élever encore le niveau de satisfaction de nos clients.

## Formation YTA catégorie Silver en Indonésie

Le distributeur de moteurs hors-bord Yamaha en Indonésie, PT. Karya Bahari Abadi (KBA), a organisé son deuxième Yamaha Technical Academy (YTA) Silver Training en octobre à Mentigi Beach, sur l'île de Lombok. Avant de pouvoir briguer la certification YTA Silver, les techniciens de service Yamaha sont tenus d'obtenir la catégorie Bronze, puis de travailler comme mécaniciens pendant au moins deux années supplémentaires. Ils doivent également passer l'épreuve écrite basée sur les matériels de formation pour la certification Silver, puis suivre une formation de cinq jours.

Sur les treize participants de cette année, 11 techniciens ont réussi la formation ainsi que les épreuves

écrites et pratiques. A l'heure actuelle, il y a au total 14 techniciens de niveau YTA Silver dans toute l'Indonésie.

Cette formation mettait l'accent non seulement sur les compétences pratiques que tous les participants doivent maîtriser, mais également sur une excellente compréhension de la théorie pour l'analyse précise des problèmes. Par ailleurs, une capacité à bien communiquer avec le client est également essentielle.

KBA poursuivra des efforts de ce type afin d'assurer à tous ses clients un service après-vente et des réparations efficaces et rapides pour leurs produits Yamaha.

Par Adhi Yuliawan, KBA



SITE WEB DES HORS-BORDS YAMAHA <http://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html>

SITE WEB DES WAVERUNNERS <http://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/>

Yamaha Outboards Channel 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>