# Chantey Декабрь 2015 г **№**. 158 На русском языке БЮЛЛЕТЕНЬ ДЛЯ ДИЛЕРОВ МОРСКИХ ТОВАРОВ УАМАНА



### Содержание

Tp.1: Спецвыпуск Chantey: Кампании 3S во имя заботы о клиентах

Маленький практический совет: Функции датчика и его настройка

Обзор новостей: 1-й турнир Yamaha по ловле рыбы-парусника в Габоне и т.д.

УАМАНА MOTOR CO., LTD., Бизнес морских товаров, 2500 Сингай, Ивата, Сидзуока 438-8501, Япония

# Кампании 3S во имя заботы о клиентах

Многие годы Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) проводит свои кампании 3S (Sales – «Продажа», Service – «Обслуживание», Spare parts – «Запчасти») в качестве примера конкретной деятельности на местном рынке при сотрудничестве с дистрибьюторами и дилерами по всему миру. Мы полагаем, что кампания 3S является одним из наилучших средств, позволяющих установить прочные связи между ҮМС, дистрибьюторами, дилерами и потребителями.

До настоящего времени мы распространяли и закрепляли "кампании 3S" среди дистрибьюторов и дилеров, а сейчас беспокоимся, что наши клиенты не имеют четкого представления о том, что это такое. В этой связи мы создали новый логотип для кампании 3S, а также изготовили образцы тентов, флагов и других предметов с целью использования во время этих кампаний.

Мы включили эти образцы в "атрибутику кампании" и сейчас используем в экспериментальном порядке на нескольких рынках, чтобы получить представление о том, как будет выглядеть кампания 3S с такими предметами. Мы надеемся, что эти фотографии и иллюстрации дадут вам более четкое представление о возможных путях проведения кампании 3S.

Нам бы хотелось поблагодарить дистрибьюторов в Катаре - Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd., в Чили - Nichimar De Comercio Limitada, компанию Yamaha Motor China Co., Ltd. (YMCN) и ее дилера Wuhan Jingsui за сотрудничество и помощь при проведении пробных вышеупомянутых кампаний.



Логотип кампании 3S



Дистрибьютор Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd. провел кампанию 3S с использованием тентов, флагов и униформы с новым логотипом.

## Главное

Для того, чтобы обеспечить не краткосрочное, а долгосрочное пользование нашими клиентами техникой Yamaha, мы должны завоевать их доверие, а также привить им уважение к брендам Yamaha и к ее дилерам.

Если мы не сделаем так, чтобы наши клиенты были постоянно довольны на протяжении многих лет, они могут решить купить мотор другого производителя, когда наступит время такой покупки. Если подобное произойдет, то дилеры лишатся постоянного дохода от продажи запчастей, технического обслуживания и ремонта. Кроме этого, проведение деятельности с целью удовлетворения нужд клиентов крайне необходимо для выделения Yamaha среди других конкурентов. К счастью, все эти годы мы работаем сообща, проводя кампании 3S в качестве средства снискания благосклонности клиентов. Давайте и впредь продолжать подобную деятельность с тем, чтобы никогда не терять доверия клиентов и их благожелательного отношения.

# Примеры кампаний

В следующих разделах мы познакомим вас с конкретными способами проведения кампаний 3S. Мы расскажем вам о самом необходимом для эффективного и успешного проведения кампании 3S на примере подобных мероприятий в Катаре и в Чили, в которых принял участие один из авторов нынешнего материала. Кампании 3S могут принести нижеприведенную выгоду и результаты. Важно, чтобы ҮМС, ее дистрибьюторы и дилеры проверяли информацию и обменивались ею на местах, в особенности, по первым четырем пунктам.

- 1) Учет рыночных тенденций, в том числе и для наших конкурентов (Пример 1)
- 2) Отслеживание того, как клиенты используют подвесные моторы (Примеры 2 и 3)
- 3) Использование кампании в качестве возможности обучения клиентов, в том числе проведение инструктажа по вопросам повседневного обслуживания, доведение до них важности использования фирменного масла и запчастей Yamaha (Пример 4)
- 4) Выслушивание мнений и жалоб непосредственно от клиентов (Примеры 5 и 6)
- 5) Достижение договоренности о следующем обслуживании (ведет к дальнейшим доходам за труд)
- 6) Продажа запасных частей, подвесных моторов и т.п. во время кампаний
- 7) Учет перспективных клиентов и т.п.

### Подсчет владельцев подвесных моторов

Важно отслеживать и обобщать информацию в виде подсчета владельцев подвесных моторов, в том числе и среди конкурентов. Используйте кампанию в качестве возможности для подсчета подвесных моторов и фиксирования другой информации, а также для отслеживания перемен и тенденций на рынке. (Пример 1)

Проводя такую работу, фиксируйте не только число моторов, но и информацию о том, одинарной или парной они установки, их мощность, год выпуска, а также сопутствующие им аксессуары. Все это





Пример 1: Подсчет моторов и фиксирование результатов.

позволит проанализировать ситуацию на рынке с учетом долгосрочной перспективы. Сохранение этой информации в формате Excel даст возможность регулярно отслеживать развивающиеся тенденции на рынке, обобщать сведения и делиться ими внутри компании.

# Сбор информации о клиентах и проверка моторов

Не забывайте подробно расспросить клиентов о том, как они используют свои подвесные моторы, насколько часто, с какой периодичностью заменяют масло и т.п. а также зафиксировать эту информацию. (Пример 2) При разговоре с клиентами может появиться возможность дать им полезный совет и предотвратить тем самым возникновение проблемы.

При работе с 4-тактными моделями активно используйте Диагностическую систему Yamaha (YDIS). (Пример 3) При каком-либо сбое в моторе вы сможете использовать уже имеющиеся данные для решения возникшей проблемы. Пользуетесь ли вы новейшей версией YDIS? Мы советуем проверить, какая у вас версия, и при необходимости ее обновить.



# Просвещение клиентов

Некоторые клиенты используют по незнанию вместо фирменных запасных частей Yamaha их копии, а другие низкокачественное масло, потому что оно дешевле. В некоторых случаях у клиентов



Пример 4 : Рассказывайте клиентам о важности замены износившихся деталей и масла фирменной продукцией Yamaha.



может быть нет надлежащих знаний о замене сносившихся деталей или замене масла просто из-за недостаточного их информирования. Используйте кампании 3S в качестве возможности для предоставления клиентам надлежащей информации об этих важных моментах. (Пример 4)

### Выслушивание клиентов

Всегда приятно, когда вы имеете высокий уровень доверия со стороны клиентов. Для поддержания высокого рейтинга необходимо постоянно удовлятворять в полной степени потребности клиентов. С другой стороны, неприятно сталкиваться с низкой оценкой и выслушивать жалобы клиентов. Звучит банально, но часто говорят, что «жалоба – это сокровище», в котором сокрыта информация. Недовольство клиентов – это путь, который может привести к удовлетворению их потребностей, поэтому будьте всегда готовы выслушивать жалобы клиентов. (Пример 5)

Конечно, иногда клиенты разочарованы в продукции и жалуются по этому поводу. Будучи производителем нам в компании YMC хотелось бы быть здесь вместе с вами и делиться информацией о нуждах клиентов.

Во время проведения кампаний 3S дистрибьютором Yamaha в Kaтаре Al Badi Trading & Contracting Co., Ltd. в руках у сотрудников были Книги предложений, и они стремились дать клиентам возможность высказать свои мнения, просьбы или претензии. (Пример 6) Мы полагаем, что это прекрасный инструмент для получения правдивой информации от клиентов, поэтому предлагаем и вам использовать это при проведении своих кампаний 3S.



прямого выслушивания мнений кампании 3S. клиентов.



**Пример 5**: Кампания 3S – это **Пример 6**: Книга предложений, прекрасная возможность для которую использовал Al Badi в

### Заключение

Мы познакомили вас с некоторыми универсально важными элементами кампаний 3S, на которых побывал автор этого материала. Мы полагаем, что из-за разницы продаж и обслуживания может также отличаться и стиль управления. С учетом этого мы сейчас формулируем упрощенную программу проведения кампании, а также перечень необходимых видов подготовки. Мы надеемся, что эти материалы послужат не только основным руководством для необходимой подготовки с целью гладкого проведения кампании 3S, но и станут базой для дальнейшего улучшения собственных наработок и накапливания опыта. Мы надеемся, что вы используете эти предписания в своей работе и скорректируете их с учетом особенностей вашего рынка с тем, чтобы последующая кампания была всегда лучше предыдущей.

Продолжайте получать в YMC информацию и советы при продаже, обслуживании и поставках запасных частей с тем, чтобы при вашем сотрудничестве успешно проводились кампании 3S. Не забывайте определять ключевые индикаторы успеха (КРІ) для каждой такой кампании в вашем регионе с тем, чтобы отыскать пути улучшения аналогичной деятельности в будущем. УМС будет постоянно работать над улучшением путей оказания поддержки и предпринимать собственные усилия в каждом фрагменте системы 3S. Мы надеемся, что вы будете неустанно проводить кампании 3S в своих регионах, и мы совместно будем стараться для наиболее полного удовлетворения потребностей клиентов.



Кампания 3S компании Yamaha Motor China Co., Ltd.



На мероприятии дистрибьютора Nichimar De Comercio Limitada в Чили

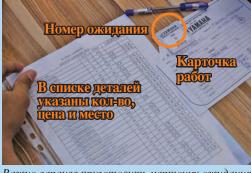


### Секреты в работе

Некоторые идеи помогут сделать более эффективной кампанию 3S.



Более гладкое проведение кампании обусловлено четким распределением ролей.



Важно заранее приготовить карточку ожидания для клиента.



Телефонные звонки - эффективный способ привлечения клиентов.



Присутствие двух и более механиков при итоговой проверке повышает доверие клиентов.



Важно подготовить емкость и поддоны для слива старого масла.



# Маленький практический совет

# Функции датчика и его настройка

В этом выпуске мы расскажем о функциях датчиков Yamaha на примере цифрового сетевого датчика 6YC. При доставке датчика клиентам или во время технического обслуживания важно произвести его настройку. Знания о функциях датчика помогут вам и вашим клиентам пользоваться им с высокой точностью и без особого труда. Начнем с простого ознакомления с датчиком 6YC.

# Цифровой сетевой датчик 6ҮС

В датчике 6YC воплощены все функции цифровых сетевых датчиков 6Y8, и он подходит как для одинарных, так и парных подвесных моторов со впрыском топлива.

Датчик 6Y8 требовал установки трех приборов для парных моторов, тогда как для датчика 6YC необходим лишь один. Датчик 6Y8 был представлен в четырех видах: тахометр, спидометр, топливный расходомер и приборная панель, а в датчике 6YC в одном приборе объединены все эти функции, поэтому нет необходимости в дополнительных приборах.

Подробнее см. Руководство по эксплуатации или Инструкцию по оснащению.

DI	GITAL NETWORK GAUG	E
	53 53 1	0000

Основные характеристики		
Размер	Д: 165 мм × В: 98 мм	
Bec	427г (с защитным кожухом)	
Размер окошка для установки	Д: 109 мм × В: 78 мм	
Протокол	6Ү8 протокол и 6Ү9 протокол	
Дисплей	4.3 TFT (480 × 272, 16.72) Цветной	
Вход GPS	NMEA183	
Изменение цвета	Стандарт, режим темноты, специальный режим	

# Сброс трима

Датчики Yamaha показывают уровень трима. Так как угол трима влияет на поведение плавсредства на воде, а также на скорость и расход топлива, важно управлять техникой под надлежащим углом трима. Помните, что если вы не сможете должным образом сбросить уровень трима, датчик трима может перестать функционировать.

Последовательность сброса (начальной настройки/калибровки) уровня трима

- 1) Подсоедините провод к датчику трима, сделав достаточной петлю. (Фото А)
- 2) Используйте кнопку Подъем/Опускание (РТТ) для полного опускания подвесного мотора.
- 3) Используйте датчик для сброса калибровки уровня трима.

Для датчика 6ҮС:

- 3-1) Нажмите кнопку [MENU] на главном экране для показа экрана "MENU".
- 3-2) Используйте кнопки навигации и настройки [SET] для вывода на экран указателя "Trim Level" и далее (Settings > Calibrate > Trim Level). (Фото В)
- 3-3) Нажмите кнопку [SET] для сброса настройки. (Фото C)

Функция сброса трима есть также в датчиках 6Y8 и 6Y9. Ознакомьтесь с этим в соответствующем Руководстве по эксплуатации.

#### Фото А



\*На фото показана модель F200F. Проверьте правильное подсоединение для вашей модели.

#### Фото В



#### Фото С



# Установка экрана (По выбору)

С помощью датчиков 6Y9 и 6YC вы сможете без труда вывести основные экраны. Попробуйте сделать оригинальный экран с разделами, которые ваши клиенты считают самыми удобными.

Последовательность установки экрана "По выбору"

- 1) Нажмите кнопку [MENU] на главном экране для показа экрана "MENU".
- 2) Используйте кнопки навигации и настройки [SET] для вывода на экран указателя "FAVORITES" (Settings > Display > Favorites). (Фото D)
- 3) Выберите экран, который вы хотите установить (Combo A и т.п.)
- 4) Используйте кнопку навигации и выберите одну за другой информацию, которую вы хотели бы вывести на экран. (Фото E)
- 5) Используйте кнопку[ SET] для подтверждения выбора.

#### Фото D



Фото Е



На этот раз мы представили вам лишь две из многочисленных функций, которые есть у датчика. Общим для разных рынков мира является то, что клиенты расспрашивают об основных приемах пользования датчиком, говоря, что им это непонятно. Используйте эту возможность для информирования клиентов о том, что могут датчики.

# ОБЗОР НОВОСТЕЙ

### Деятельность дистрибьюторов во всем мире и другое

# 1-й турнир Yamaha по ловле рыбы-парусника в Габоне

24 сентября 2015 года дистрибьютор Yamaha Motor в Габоне - INTER-MAT провел вблизи Либревиля 1-й турнир Yamaha по ловле рыбы-парусника.

Как следует из названия, это были соревнования по спортивной ловле рыбы-парусника. Они были организованы при сотрудничестве и по правилам Международной ассоциации спортивного рыболовства (IGFA), а также Фонда марлиновых (Billfish Foundation). Вся пойманная рыба была выпущена после того, как ее пометили в исследовательских целях. Подобный турнир является частью нашего участия в рекламировании бренда Yamaha для любителей активного отдыха.

Турнир проводился в двух категориях: "тонкая леска" (с разрывной нагрузкой 12, 16, 20 и 30 фунтов), а также "поймал-отпустил" (вся выловленная рыба отпускалась). Турнир проходил в местечке под кодовым названием "240", расположенном между Либревилем и городом Порт-Жантиль примерно в двух часах хода на катере от побережья. В этом турнире приняли участие

40 рыболовов-спортсменов на 9 катерах с 4-тактными подвесными моторами. С первых минут начался хороший клев, и около 30 рыб-парусников брали приманку. 9 из них попались на крючок, были помечены и отпущены абсолютно невредимыми. Было поймано много и других видов рыбы, в том числе желтоперый тунец, корифена и ваху. Удалось вытащить и голубого марлина (весом около 120 кг.), который был отпущен вместе с 30-фунтовыми рыбами. Все катера продемонстрировали отменные ходовые качества, особенно с 4-тактными подвесными моторами Yamaha, которые привлекли большое количество рыбы благодаря низкому уровню выхлопных газов и шума.





# Кампания 3S в Австралии

Yamaha Motor Australia Pty Limited (YMA) провела свою кампанию 3S 2015 года в Порт-Линкольне в южной части Австралии. Это место является одним из самых оживленных портов в южном полушарии с разноплановой местной рыболовной отраслью, включающей выращивание устриц, ныряние за моллюсками аваби и ловлю тунца. И это лишь малая часть того, что здесь есть. Такие возможности закрепляют за Портом-Линкольном репутацию «столицы морепродуктов Австралии». В здешних местах Yamaha – самый почитаемый бренд для большинства коммерческих операторов, которые используют на своих судах, главным образом, подвесные моторы Yamaha.

В этом году группа в составе 12 специалистов из YMA и Yamaha Motor Co., Ltd. (YMC) работала сообща с местным дилером





Yamaha Port Lincoln Boat Supplies для проведения базовой проверки и установки Диагностической системы Yamaha на коммерческие суда.

За четыре дня было проверено около 45 подвесных моторов. Эти дни стали прекрасной возможностью для пользователей коммерческих плавсредств, которые смогли получить прямую поддержку от инженеров и инспекторов по качеству компании YMC. Шон Миллер из Yamaha Port Lincoln Boat Supplies сказал: "Мои клиенты требуют надежности, и именно поэтому Yamaha имеет в этом регионе стабильную долю на рынке. Проведенный на суше день означает для этих людей потерю прибыли и убытки, и глядя на количество подвесных моторов в кормовой части судна, вы понимаете, почему Yamaha впереди всех."

Руководство YMA и сотрудники хотели бы поблагодарить группу YMC за поддержку кампании 3S 2015 года. Эта кампания – крайне важная платформа для построения отношений с пользователями коммерческой техники, сбора ценной информации о ее эксплуатации и неуклонного расширения нашей доли на рынке. Мы связываем такие надежды и с кампанией 2016 года.



# ОБЗОР НОВОСТЕЙ

### Деятельность дистрибьюторов во всем мире и другое

# Кампания за чистоту на озере Хамана



Yamaha Motor Co., Ltd. провела кампанию "За чистоту на озере Хамана" с использованием морской техники Yamaha для защиты окружающей среды озера. Подобное мероприятие, которое состоялось ранее в этом году - 29 мая 2015 г., было организовано в пятый раз. В нем приняли участие на добровольных началах 112 сотрудников Бизнеса морских товаров. Использование катеров и гидроциклов позволило участникам этой кампании провести очистку большой акватории, в том числе тех мест, до которых трудно добраться с берега. В результате этой работы было собрано 150 кг. мусора.

Шестое мероприятие по очистке состоялось 2 октября. Ее участниками стали 110 человек, которые убрали около 430 кг. мусора с берега озера. Рекорд-

ный за все кампании объем собранного мусора был обусловлен более эффективными усилиями, когда вся работа была рассредоточена по двум районам. Yamaha Motor будет продолжать вести подобную деятельность по защите окружающей среды в соседних местных сообществах.



## Получение серебряной квалификации **YTA** в Индонезии

Дистрибьютор Yamaha в Индонезии PT. Karva Bahari Abadi (KBA) провел в октябре 2-й Учебный курс Технической академии Yamaha (YTA) на получение серебряной квалификации. Это мероприятие состоялось на пляже Ментиги на острове Ломбок.

Для присвоения техникам Yamaha серебряной квалификации YTA им сначала необходимо получить бронзовую квалификацию и затем проработать не менее двух лет механиком. Соискатели должны также сдать письменный экзамен на основе учебных материалов по серебряной квалификации, а потом пройти пятидневное обучение.

Из 13 механиков, принявших участие в этом учебном курсе, 11 человек успешно прошли обучение, сдав все

необходимые экзамены по теории и практике. В настоящее время в Индонезии 14 человек имеют серебряную квалификацию механика ҮТА.

На этот раз в ходе обучения основное внимание уделялось не только приобретению практических навыков, которые должны быть у каждого соискателя, но и четкому пониманию теории, которая способствует точному анализу проблемы. Помимо этого в центре внимания было и формирование навыков общения с клиентами.

КВА будет продолжать подобные усилия, чтобы все клиенты могли получать надлежащее и своевременное послепродажное обслуживание, а также ремонт техники Yamaha.

От Адхи Юлиаван, КВА







Кампании 3S, которые стали предметов освещения в нынешнем Спецвыпуске Chantey являются деятельностью, которая, как мы полагаем, представляет собой прекрасную возможность для контактов ҮМС, дистрибьюторов, дилеров и клиентов. Глядя на старательную работу во время этих кампаний, я отчетливо понимаю, каким высоким доверием мы пользуемся у своих клиентов. Я надеюсь что и в дальнейшем вы будете использовать кампании 3S в качестве надежного пути снискания доверия у клиентов. Со своей стороны, мы будем непрерывно работать в YMC для улучшения своей поддержки и оказания помощи во всех ваших кампаниях 3S в любом регионе. Проводя такие кампании в ваших регионах, давайте сообща стремиться к тому, чтобы наши клиенты всегда оставались довольными.

ВЕБ-САЙТ ПОДВЕСНЫХ МОТОРОВ YAMAHA http://global.yamaha-motor.com/business/outboards/index.html

САЙТ ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ ГИДРОЦИКЛОВ

http://global.yamaha-motor.com/business/waverunner/

Канал "Подвесные моторы Yamaha" в YouTube

Просмотр фото подвесных моторов Yamaha на воде повсюду в мире

Канал "Подвесные моторы Yamaha"

http://www.youtube.com/user/Yamahaoutboardmotors