

> Yamaha Motor Europe N.V.

Fabrikant van motoren versnelt het productontwikkelingsproces met online survey research tool van SPSS

Situatie

Yamaha Motor Europe N.V. (YME), gevestigd in Schiphol Rijk, Amsterdam, is het Europese hoofdkantoor van de Yamaha Motor Corporation. YME introduceert en verkoopt Yamaha motoren, ATV's, sneeuwscooters, golf buggies en een grote range aan land- en watervoertuigen. YME beschikt over fabrieken in Frankrijk, Spanje, Italië en Turkije en heeft daarnaast in alle Europese landen klantenservice faciliteiten. Welke gevestigd zijn in Oostenrijk, België, Denemarken, Duitsland, Griekenland, Hongarije, Nederland, Noorwegen, Portugal, Zweden, Zwitserland en Engeland, en daarnaast een aantal landen in Oost-Europa.

Uitdaging

Om de reactie van klanten, over de laatste designs van motoren, te achterhalen had het productontwikkelingsteam van YME focusgroepen in heel Europe. Ondanks dat de klantbezoeken zeer veel informatie opleverden, waren ze erg duur en arbeidsintensief. Het alternatief, drie- tot vierduizend respondenten via de telefoon interviewen, bleek zo duur dat dit geen haalbare optie zou zijn.

Oplossing

In 2001 ontwikkelde het bedrijf het Yamaha Design Café. Een online portal die interessante artikelen, over de nieuwste sportmotoren van Yamaha, aanbiedt aan de liefhebbers van motoren. Al deze artikelen zijn gelinkt aan enquêtes die op een kosteffectieve wijze klantdata genereren. YME gebruikt de SPSS survey research tool mrInterview voor het ontwikkelen en analyseren van de Design Café enquêtes.

Resultaten

- Verbetering van het nieuwe product evaluatie proces
- Verbetering van de concurrentie-gevoeligheid van bestaande producten

Organisatie

Yamaha Motor Europe N.V.
Branche: automotive
Opgericht: 1956 (YMC)
Werknemers: 32.066 (YMC)

Applicatie

Productontwikkeling

Oplossing

SPSS Dimensions
mrInterview
mrTranslate



In 2001 ging YME aan de slag met het internet vanuit een economisch en efficiënt oogpunt om data te verzamelen over de behoeften van hun doelgroep. Het resultaat was het Yamaha Design Café (www.yamaha-motor-europe.com/designcafe). De site, welke bereikt kan worden vanaf de homepage van YME, bevat interessante verhalen over de nieuwste Yamaha motoren. Dit is gebaseerd op interviews met de technici bij Yamaha, product planners en ontwerpers.

YME gebruikt de SPSS survey research tool mrInterview voor het ontwikkelen en analyseren van de Design Café enquêtes. Op deze manier is YME zich er van verzekerd dat ze feedback krijgen van de juiste doelgroep - de echte motor liefhebbers. Hennes Fischer, product planning consultant bij YME, maakt gebruik van mrInterview van SPSS - een product binnen het Dimensions survey research technology platform - voor het ontwikkelen en analyseren van de Design Café enquêtes. Bekendheid met de SPSS producten was slechts één van de redenen waarom Fischer koos voor de SPSS survey applicatie.

"SPSS mrInterview was de enige software tool die me de flexibiliteit gaf om een vragenlijst online te ontwikkelen; met andere oplossingen was het alleen mogelijk om de vragenlijst op de server te ontwerpen," zegt Fischer.

"Dit geldt ook voor mrTranslate (ook een Dimensions oplossing). Dit biedt de beste vertalingsmogelijkheden en was het eenvoudigst te gebruiken — uiterst belangrijk omdat het merendeel van het onderzoek meertalig is. Tenslotte zijn de mensen bij SPSS ware professionals. Ze luisteren naar al mijn behoeften en voldoen aan al mijn verzoeken."

☐ "Het is bijzonder belangrijk om in contact te staan met hoe onze klanten zich voelen. Dankzij mrInterview voelen we ons betrokken bij onze klanten. Dit geeft ons de zekerheid dat we een product leveren dat aan hun verwachtingen voldoet. "

- Hennes Fischer,
Product Planning Consultant,
Yamaha Motor Europe



YME bespaart tijd en heeft lagere kosten nu het productontwikkelingsteam de focusgroepen op voorhand al kan voorzien van meer specifieke informatie welke verzameld is met behulp van mrInterview; webresultaten zorgen er voor dat reizen onnodig wordt. Naast productplanning gebruikt YME mrInterview voor intern onderzoek: dealers wordt gevraagd naar uiteenlopende zaken van logistiek tot aan productevaluatie. Deze resultaten worden vervolgens gedeeld met het logistiek personeel die de dealers kunnen helpen met bijvoorbeeld levertijd en andere issues.

Verbetering van het nieuwe product evaluatie proces

Het Yamaha Design Café mag zich een evaluatie tool noemen voor nieuwe producten. Recent heeft de Yamaha Motor Corporation een elektrische scooter voor de Japanse markt ontwikkeld. YME wilde de potentie van dit product in de Europese markt weten, omdat de Europese motorrijder geen elektrische scooters schijnen te kopen.

In slechts twee weken tijd genereerde de enquête, welke verschillende foto's toonde, 2000 responses van scooter liefhebbers in Frankrijk, Duitsland en Italië. De feedback helpt YME om erachter te komen hoe de Europeanen de scooter zouden gaan gebruiken en wat een goede marktprijs zou zijn. Na enkele aanpassingen heeft YME besloten om de motor uit Japan te importeren en te introduceren in een gelimiteerde hoeveelheid in Frankrijk, Duitsland en Italië.

"SPSS mrInterview was de enige software tool die me de flexibiliteit gaf om een vragenlijst online te ontwikkelen; met andere oplossingen was het alleen om mogelijk om de vragenlijst op de server te ontwerpen," zegt Fischer. "Dit geldt ook voor mrTranslate (ook een Dimensions oplossing). Dit biedt de beste vertalingsmogelijkheden en was het eenvoudigst te gebruiken — uiterst belangrijk omdat het merendeel van het onderzoek meertalig is. Tenslotte zijn de mensen bij SPSS ware professionals. Ze luisteren naar al mijn behoeften en voldoen aan al mijn verzoeken."

- Hennes Fischer,
Product Planning Consultant,
Yamaha Motor Europe

Verbetering van de concurrentie-gevoeligheid van bestaande producten

Fischer gebruik mrInterview voor snel en gefocust onderzoek waarmee hij het productontwikkelingsteam kan voorzien van realtime data. Hij is daarnaast in staat om de resultaten, van zijn op Dimensions gebaseerde onderzoek, te combineren met kwalitatieve en kwantitatieve data afkomstig van externe onderzoeksbureaus.

Fischer heeft nu toegang tot rijkere data en is in staat om verbeteringen op het gebied van ontwikkeling sneller door te voeren. Zo heeft YME de huidige modellen van de motoren gebaseerd op gegevens welke verzameld zijn met de vragenlijsten via het Design Café. Wat ervoor gezorgd heeft dat de motor beter kan concurreren met de concurrent. "Het is bijzonder belangrijk om in contact te staan met hoe onze klanten zich voelen. Dankzij mrInterview voelen we ons betrokken bij onze klanten. Dit geeft ons de zekerheid dat we een product leveren dat aan hun verwachtingen voldoet. "

