

BOLETÍN

O
MARZO
2024

- ▶ INFORMACIÓN
- ▶ FORMACIÓN
- ▶ INTEGRACIÓN

meineke[®]
DOING CAR CARE RIGHT 

EDITORIAL / MARZO 2024

- ▶ 5 CONSEJOS PARA COMPRAR TU PRIMER AUTO
- ▶ EQUIPOS DE PRIMER NIVEL
- ▶ DATOS DE LAS REPARACIONES DE AUTOS EN MÉXICO
- ▶ LOS SECRETOS DE LAS VENTAS DE PISO MOSTRADOR
- ▶ ESTRATEGIAS Y ACCIONES SUGERIDAS PARA UN MAYOR FLUJO DE AUTOS Y MEJORES VENTAS
- ▶ PRUEBA TU INTELIGENCIA Y MEMORIA
- ▶ MEJORES INDICADORES DE LA RED / MARZO

Hola a todos.

Reciban un saludo muy afectuoso de todo el Staff de la Franquicia Maestra, con el deseo de que se encuentren bien, en compañía de sus familias.

Es motivo de alegría el saber que varias personas nos han insistido en que demos continuidad a la publicación de este Boletín de comunicación interna de la Red Meineke México y una vez más atendiendo sus solicitudes aquí les presentamos esta edición que confiamos será de gran utilidad para todos.

En este boletín, les presentamos algunos datos sobre el mantenimiento vehicular en México que vienen a confirmar lo alineados que estamos con el mercado en razón de resultados, lo que también podemos ver con ellos, es confirmar el nivel competitivo de nuestra marca; les compartimos un par de artículos de formación que hablan sobre la venta que realizamos en nuestros Centros y que podrán ayudarnos a ser mas eficaces , el otro artículo nos puede contribuir a integrar mejor nuestros equipos de trabajo en cuanto a factor humano se refiere ya que habla sobre las características de un equipo de primer nivel que si es posible tener entre nosotros.

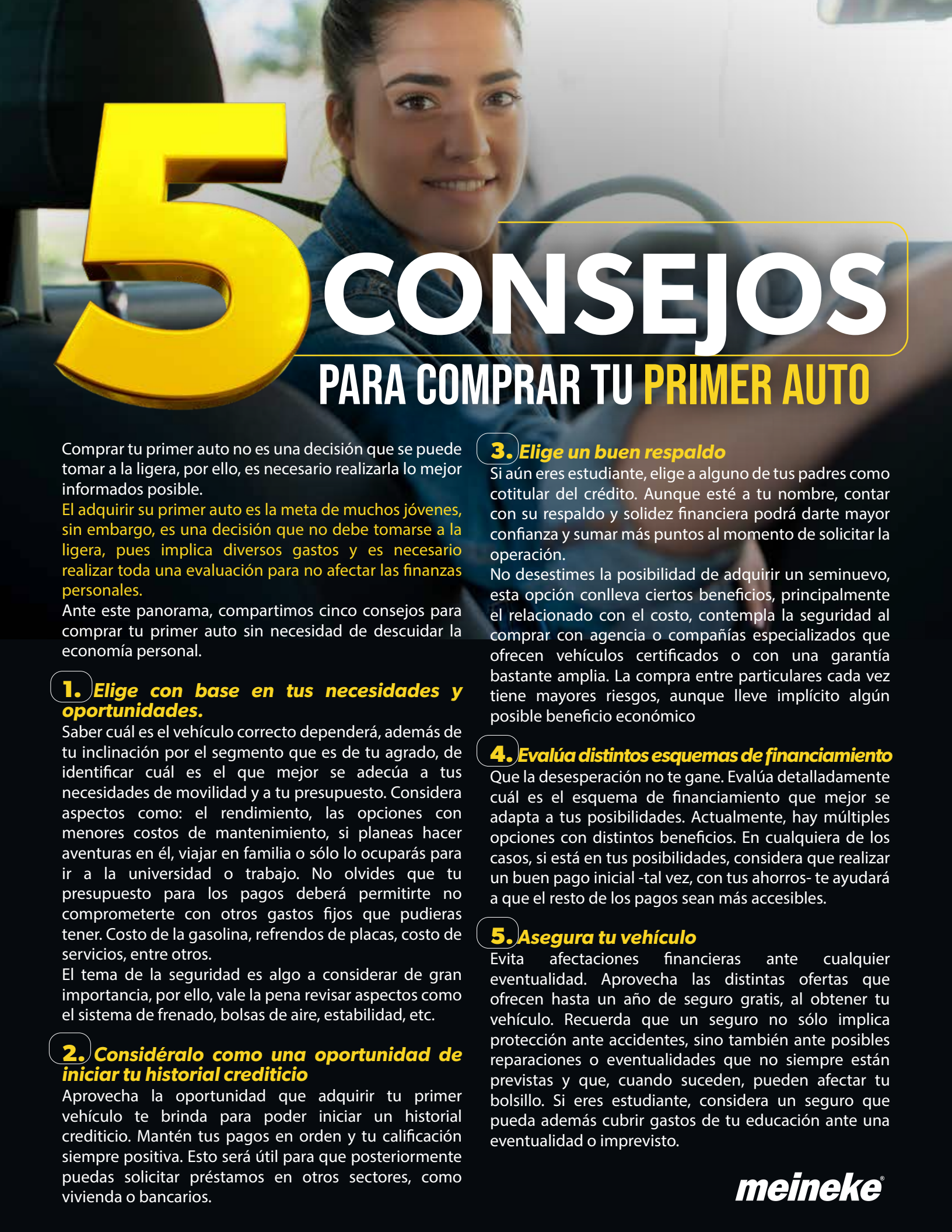
Agregamos una tabla que muestra los Centros con mejores resultados respecto a algunos de los indicadores claves de nuestro negocio y que de alguna manera muestra lo bien que hemos comenzado este año imponiendo récords de ventas, muchas felicidades a quienes aparecen en este cuadro.

Espero sea del interés y gusto de todos.

Saludos.

Heriberto Medina





5 CONSEJOS

PARA COMPRAR TU PRIMER AUTO

Comprar tu primer auto no es una decisión que se puede tomar a la ligera, por ello, es necesario realizarla lo mejor informados posible.

El adquirir su primer auto es la meta de muchos jóvenes, sin embargo, es una decisión que no debe tomarse a la ligera, pues implica diversos gastos y es necesario realizar toda una evaluación para no afectar las finanzas personales.

Ante este panorama, compartimos cinco consejos para comprar tu primer auto sin necesidad de descuidar la economía personal.

1. **Elige con base en tus necesidades y oportunidades.**

Saber cuál es el vehículo correcto dependerá, además de tu inclinación por el segmento que es de tu agrado, de identificar cuál es el que mejor se adecúa a tus necesidades de movilidad y a tu presupuesto. Considera aspectos como: el rendimiento, las opciones con menores costos de mantenimiento, si planeas hacer aventuras en él, viajar en familia o sólo lo ocuparás para ir a la universidad o trabajo. No olvides que tu presupuesto para los pagos deberá permitirte no comprometerte con otros gastos fijos que pudieras tener. Costo de la gasolina, refrendos de placas, costo de servicios, entre otros.

El tema de la seguridad es algo a considerar de gran importancia, por ello, vale la pena revisar aspectos como el sistema de frenado, bolsas de aire, estabilidad, etc.

2. **Considéralo como una oportunidad de iniciar tu historial crediticio**

Aprovecha la oportunidad que adquirir tu primer vehículo te brinda para poder iniciar un historial crediticio. Mantén tus pagos en orden y tu calificación siempre positiva. Esto será útil para que posteriormente puedas solicitar préstamos en otros sectores, como vivienda o bancarios.

3. **Elige un buen respaldo**

Si aún eres estudiante, elige a alguno de tus padres como cotitular del crédito. Aunque esté a tu nombre, contar con su respaldo y solidez financiera podrá darte mayor confianza y sumar más puntos al momento de solicitar la operación.

No desestimes la posibilidad de adquirir un seminuevo, esta opción conlleva ciertos beneficios, principalmente el relacionado con el costo, contempla la seguridad al comprar con agencia o compañías especializados que ofrecen vehículos certificados o con una garantía bastante amplia. La compra entre particulares cada vez tiene mayores riesgos, aunque lleve implícito algún posible beneficio económico

4. **Evalúa distintos esquemas de financiamiento**

Que la desesperación no te gane. Evalúa detalladamente cuál es el esquema de financiamiento que mejor se adapta a tus posibilidades. Actualmente, hay múltiples opciones con distintos beneficios. En cualquiera de los casos, si está en tus posibilidades, considera que realizar un buen pago inicial -tal vez, con tus ahorros- te ayudará a que el resto de los pagos sean más accesibles.

5. **Asegura tu vehículo**

Evita afectaciones financieras ante cualquier eventualidad. Aprovecha las distintas ofertas que ofrecen hasta un año de seguro gratis, al obtener tu vehículo. Recuerda que un seguro no sólo implica protección ante accidentes, sino también ante posibles reparaciones o eventualidades que no siempre están previstas y que, cuando suceden, pueden afectar tu bolsillo. Si eres estudiante, considera un seguro que pueda además cubrir gastos de tu educación ante una eventualidad o imprevisto.



EQUIPOS DE PRIMER NIVEL

meineke®

Cuando digo **"equipo de primera categoría"** me refiero a un grupo de personas **inteligentes, productivas, motivadas, enfocadas y conectadas con el propósito de la empresa.**

Patrick Lencioni, uno de los autores más destacados en gestión de equipos, describe en su libro "Las 5 disfunciones de un equipo", los comportamientos que permiten asegurar que se cuenta con un equipo de primera categoría.

1. "Confianza": pero el tipo de confianza basada en vulnerabilidades que le permite a un equipo abrirse y externar lo que sienten, que pueden decir sin temores, "no sé la respuesta", "necesito ayuda", "me equivoqué". Cuando las personas pueden ser emocionalmente transparentes, todo cambia; lo que no excluye al propio director o jefe, pues si él no puede ser vulnerable, entonces el resto del equipo tampoco puede serlo.

2. "Conflicto": ya que los mejores equipos construyen relaciones fuertes al ser capaces de entrar en conflictos apasionados con suficiente confianza y sin temor a perjudicar su relación; el conflicto permite generar ideas y tomar mejores decisiones. Los buenos equipos están en constante desacuerdo, pero se respetan entre sí con sus discrepancias y continúan unidos.

3. "Compromiso": y este se puede lograr como líderes al permitir que todos participen y se sientan escuchados. Sí, estamos ahí para tomar la decisión, pero luego de considerar los puntos de vista y tratar de evitar, lo más que se pueda, la disconformidad de la mayoría.

4. "Rendición de cuentas": pero no una rendición de cuentas a los líderes, sino entre los mismos compañeros de equipo; en los mejores equipos las personas no quieren defraudar a sus compañeros, el director o jefe es el último al que se rinde cuentas con los resultados...

5. "Resultados": lo que implica transmitir claramente a tu equipo lo que se espera de ellos y darles todas las herramientas para lograrlo. No se trata de que llenes una vacante y esa persona descubra lo que quieres que logre, sino que debes darle objetivos y el apoyo para lograr lo que quieras.

Estos son los principios de un equipo fuerte y exitoso y es posible tenerlo, sólo debemos saber cómo atraerlo o, en caso de que ya se tengan, darles las herramientas para asegurarnos de que sean funcionales, de primera categoría y hacer también lo necesario para retenerlos a través de su propio crecimiento.



EQUIPOS DE
PRIMER NIVEL

meineke



DATOS DE LAS REPARACIONES DE AUTOS EN MÉXICO



A continuación, compartimos algunos datos muy reveladores sobre los costos de mantenimiento en el sector automotriz que creo a todo nos interesan.

Según un reporte publicado recientemente en el **Diario Reforma**, el año pasado los autos de los mexicanos tuvieron **1.91 visitas al taller** con un **costo promedio** de alrededor de **\$3,740.00 pesos**, lo que representó un incremento de 12.3 por ciento frente al 2022, cuando la cifra promedió había sido de 3 mil 329 pesos, esto en la sección de Agencias Automotrices.

En contraste, **el número de órdenes de reparación promedio** por concesionario pasó de 5 mil 173 en el 2022 a solo 4 mil 180 en 2023, lo que **representó una caída de 19.2 %**, también señala que **las frecuencias de visitas cayeron**, al pasar de 1.78 veces en 2022 a 1.73 en 2023.



El reporte detalla que el **gasto anual promedio por vehículo creció en 12.3 por ciento**, al pasar de 5 mil 793 pesos en 2022 a 6 mil 508 en 2023. "El panorama que se observa en el desempeño de los indicadores de postventa integrados en este reporte refleja, por una parte, el efecto acumulado de la contracción en ventas durante pandemia, que repercute en la baja en las órdenes de reparación", explicó Guillermo Rosales, presidente de la Asociación Mexicana de Distribuidores de Automotores.

Destacó que cerca del **60 por ciento de las órdenes de reparación dentro de las agencias contemplan vehículos de hasta tres años**. "Ahora que la disponibilidad de vehículos se encuentra estabilizada, el reto de nuestro gremio está en que los propietarios de los vehículos sigan haciendo sus mantenimientos en agencias más allá de la culminación de sus garantías", añadió.

La investigación mostró que **los clientes que más visitaron a los concesionarios** para servicio **son los dueños de vehículos de armadoras asiáticas**, mientras que **en 2022** fueron los dueños de vehículos de marcas europeas. Sobre el gasto anual por mantenimiento por regiones acumulado a diciembre de 2023, la región sur registró el mayor nivel con 7 mil 571 pesos por vehículo, seguido de la región centro y centro-norte del País. En tanto, por **valor-ticket promedio, la región centro tiene el mayor monto a nivel nacional con \$ 4,065.00**

Con esta información podemos tener mayor idea de nuestras cifras que en términos generales son muy semejantes, sobre todo en términos de la frecuencia de visitas y la factura promedio.



meineke



LOS SECRETOS

DE LA VENTA DE PISO Y MOSTRADOR

La venta de mostrador, también conocida como venta de piso, al por menor o de retail, es un arte que implica interactuar directamente con los clientes en un entorno físico, como una tienda o un establecimiento comercial.

Aquí mostramos algunos secretos que pueden ayudarte a mejorar tus habilidades de venta.

Escucha activamente Conoce tu producto.

Es fundamental comprender completamente lo que estás vendiendo. Aprende sobre las características, beneficios, usos y cualquier otra información relevante sobre los productos y/o servicios que ofreces. Esto te permitirá responder preguntas de los clientes y destacar los beneficios que más les interesen.

Presta atención a las necesidades y deseos de tus clientes.

Haz preguntas y hasta repreguntas para comprender mejor lo que están buscando y ofrece soluciones que se adapten a sus necesidades específicas. Desarrolla habilidades de comunicación; señora... señor..., por lo que me ha dicho, entiendo que lo que debemos hacer a su vehículo es una afinación con cambio de aceite Sintético y revisar el ruido de la llanta trasera del lado del copiloto que se produce al momento de pasar un tope, ¿cierto?

Sé amable, empático y paciente. Mantén una actitud positiva y muestra interés genuino en ayudar a tus clientes. La comunicación efectiva es clave para establecer relaciones sólidas con los clientes y cerrar ventas. No olvides que la mayoría de los clientes llegan con suspicacias creadas por experiencias negativas que han tenido y que hasta les provoca un estado de estrés que los pone a la defensiva. Busca comprenderlos y ponerlos en calma

Conoce a tus Clientes. Intenta conocer a tus clientes más habituales. Aprende sus nombres, preferencias y hábitos de

compra. Esto te permitirá brindar un servicio personalizado y anticipar sus necesidades. Sé honesto y transparente Crea una experiencia memorable. Considera también que hay diferentes tipos de Clientes, o, mejor dicho, tipos de personalidad que nos obliga a ofrecer un trato específico para cada uno de ellos.

Ofrece un servicio excepcional que haga que tus clientes quieran volver.

Considera detalles como la presentación del Centro, la limpieza, el orden, la iluminación, la presentación de todo el personal, la ubicación de los autos, etc., para crear un ambiente atractivo y acogedor. construye confianza con tus clientes siendo honesto sobre tus servicios, ofertas y políticas de venta. No intentes engañar o presionar a los clientes para que compren algo que no necesitan.

Procura siempre aplicar tus Protocolos con el mayor apego posible y sigue todos tus procesos para evitar errores y cumple todas tus promesas.

Ofrece valor agregado. Busca formas de agregar valor a la experiencia de compra de tus clientes. Esto te será posible con todo nuestro programa de beneficios que nos da Ventajas Competitivas difíciles de igualar, revisa cuales son cada una de ellas, ofrecelas siempre y explícalas de manera convincente, a fin de que los Clientes puedan cerciorarse que son reales y que ofrecen beneficios tangibles.

Mantente actualizado. Mantente informado sobre las últimas tendencias, marcas, autos, tecnología y servicios, así como del mercado, la competencia, proveedores de refacciones, servicios TOT, equipos y herramienta, etc. La capacitación continua te ayudará a mantener tu nivel de desempeño y hasta superarlo adquiriendo mayores habilidades y destrezas que te permitirán brindar un mejor servicio a tus clientes.

meineke

ESTRATEGIAS Y ACCIONES

SUGERIDAS PARA UN MAYOR FLUJO DE AUTOS Y MEJORES VENTAS



Recién pasamos uno de los mejores meses de ventas en la red, hecho que viene a romper algo que en épocas pasadas considerábamos como una estacionalidad de bajas ventas, afortunadamente, varios Centros han elevado considerablemente su número de ingreso de autos y sus volúmenes de ventas, sin embargo, hay algunos que no logran una total recuperación post pandemia, por ello, aquí queremos brindar una serie de opciones que pueden ser de utilidad para mejorar sus resultados, veamos cuales son.

01

MAYOR APROVECHAMIENTO DE LA BASE DE DATOS mediante MAILING MASIVO, MENSAJES DE TEXTO O WHATSAPP con apoyo o uso de los diferentes reportes MERCADOTECNIA que genera el SAS.

MERCADOTECNIA (COMPLETO) revisar la zona de influencia que no ha sido impactada y armar estrategia para hacer publicaciones en redes segmentando esas zonas.

PRESUPUESTOS GENERADOS revisar que presupuestos no han sido aceptados y llamar al cliente ofreciendo un precio especial si acude en la semana.

CLIENTES RECIENTES revisar si recibieron la llamada de 72 horas y ofrecerles una promoción especial.

CLIENTES FRECUENTES llamar para ofrecer la tarjeta 10% de descuento si no la tienen y ofrecer como principal beneficio la Inspección de Mantenimiento y un relleno de niveles, ya sabemos que nuestro propósito es detectar servicios y buscar la venta.

TERMINACIÓN DE PLACA llamar a los clientes para recordar periodo de verificación (si aplica en la localidad) y ofrecer afinaciones en base a nuestras promociones.

MEJORES CLIENTES (especial para fines de año). Regenerar un primer reporte con un rango de consumo de \$ 5,000.00 y llamar para agradecer la confianza depositada y ofrecer como "Regalo" un Cambio de aceite al 50%, generar otro reporte con rango de \$ 10,000.00 y ofrecer una Afinación al 50%, el propósito es acrecentar la confianza y lealtad del cliente y obviamente aprovechar para seguir en la búsqueda de más ventas ante cada visita del cliente.

ULTIMA VISITA DE CLIENTE llamar al cliente para conocer la razón del no regreso del cliente en los últimos 365 días y si la razón fue un mal servicio, comprometerse a superarlo para recuperar al cliente, caso contrario dar servicio "gratis" (tomar precauciones debidas para cada caso).

meineke

02

LLAMAR A CLIENTES PARA QUE REDIMAN SUS PUNTOS EN TARJETA LOYALTI.

Existen ya varios clientes que no han aprovechado sus puntos y esto puede ser un buen pretexto para invitarlos a que regresen.

03

MENSAJES POR WATS APP esta acción se recomienda para lograr el contacto con el cliente cuando no ha sido posible por otro medio, esta forma puede ser de mayor impacto e influencia.

04

TELEMARKETING SOBRE SERVICIOS PENDIENTES para invitar a redimir los “cupones factura”, realizar diariamente en base a reporte del SAS con fecha de 15 días anteriores.

05

TELEMARKETING SOBRE SERVICIOS RECOMENDADOS realizar diario en base a reporte del SAS que indica aquellos clientes que ya deben regresar en base a la estimación de tiempo y kilometraje consumido, ofreciendo las promociones del momento conforme al servicio que corresponda.

06

ENVIAR E-MAILS de manera aleatoria elegir segmentos de la base de datos para enviar avisos sobre nuestras ventajas competitivas y nuestras promociones vigentes (se sugiere solicitar el apoyo de Mercadotecnia para armar textos y adjuntar imágenes predeterminadas) o bien generar mails masivos.

07

ARMAR UNA ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA DE EMPRESAS para contactarlas con el soporte del área de Flotillas, (preguntar a Operaciones).

08

SOLICITAR BANNER PARA LA PROMOCIÓN MENSUAL Solicita a Mercadotecnia las opciones disponibles, esto contribuye al incremento de la factura promedio.

09

ALIANZA COMERCIAL armar una estrategia para lograr al menos una cada dos meses con Centros Comerciales y/o negocios Ancla.

10

LONA PROMOCIONAL mantener la lona sobre el cambio de Aceite a “BUEN PRECIO” como oferta anzuelo.

11

LONA EMERGENTE conforme a resultados a media semana (si son bajos) utilizar al menos una de las 4 disponibles para generar reactivación de flujo de autos.

12

LANDING PAGE replicar y agregar publicaciones de la página WEB de Meineke Mexico.

13

PUBLICACIONES ORGÁNICAS Y PAGADAS FACE BOOK Realizar al menos una publicación orgánica y otra pagada con ofertas o promociones atractivas (consultar al área de Mercadotecnia).



14

UTILIZA TODAS LAS HERRAMIENTAS DE RETENCION EN FORMA ADECUADA entregar cada una de las existentes explicando ampliamente la forma en que aplican para que el cliente perciba y reconozca su valor (tarjeta 5° cambio de aceite, programa de recompensas, cupón factura).

15

REGISTRO Y SEGUIMIENTO DE CONTACTOS con apoyo del registro de llamadas entrantes y/o contactos generados, revisar quienes no han acudido al centro y llamar para insistir en mostrarles que somos una mejor alternativa.

EN LA OPERACIÓN

01

Asegurarse de que todos los autos que ingresan al Centro se les realiza su Inspección de Mantenimiento y que todos los servicios detectados son cotizados.

02

Vigilar que se cumplan al 100% los programas de Limpieza y Mantenimiento para poder ofrecer permanentemente una excelente imagen del Centro que invite a los clientes a acudir a él.

03

Capacitar a todo el personal sobre el Protocolo de Atención y Servicio al Cliente para que todos contribuyan a realizar una Excelente Primera Impresión al Cliente en su visita, vigilando que la apariencia sobre todo de los técnicos sea la óptima.

04

Calendario de Actividades. Revisar todos los días para apoyar y direccionar los trabajos en el Centro al logro de objetivos.

05 Llamada de 72 horas. Realizar puntualmente en forma diaria para generar una mejor impresión en los clientes y pueda desencadenarse una publicidad favorable bajo la recomendación boca en boca.

06 Autos Limpios. En todos los servicios de Cambio de Aceite debe lavarse el motor en su parte exterior para que se muestre con un cambio radical en la imagen y se tenga a primera vista una evidencia del servicio, en servicios de Afinación o cualquier otro semejante o mayor, entregar el auto lavado al menos en su exterior.

07 Cotizaciones por Escrito. Entregar siempre cotizaciones por escrito, en base a formato SAS o el cotizador simple con valores agregados para llevar un registro de ellas y darles seguimiento, pero sobre todo, siempre señalar los beneficios MEINEKE que constituyen todas las ventajas competitivas y diferenciadores que tenemos para que cuando el cliente compare precios se cerciore que en Meineke siempre le ofrecemos más, por ejemplo, la Garantía más amplia, nuestro sistema de recompensas , 5° CAF Gratis, La Llamada de seguimiento, los recordatorios de servicios, nuestra bitácora en SAS, etc., etc.

08 En La entrega de autos, mostrar siempre los servicios realizados, entregar las refacciones usadas y no dejar de recordar sobre los servicios que quedaron pendientes señalándolos en la Inspección de Mantenimiento.

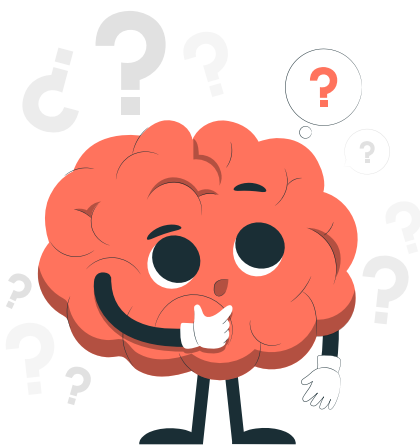
09 Solicitar a los clientes satisfechos, que deben ser la mayoría, que nos regalen sus comentarios en Google para incrementar los comentarios positivos y así elevar la calificación de estrellas en Google, de ser posible, ofrecer una recompensa por este hecho, ejemplo una pluma o un llavero con el logotipo de Meineke.

10 Cuidar la imagen del personal, que todos porten uniforme para mantener una buena imagen, señal de orden, limpieza y disciplina, elementos constitutivos del éxito.

Prueba tu Inteligencia y memoria



**Encuentra la figura
que no tiene pareja**



$$\begin{array}{ccccccc}
 \text{T} + \text{R} + \text{R} & = & \text{M} & & \text{R} \\
 \text{O} + \text{P} & = & \text{A} & & + \\
 \text{R} + \text{P} + \text{R} & = & \text{A} & & \text{O} \\
 & & & & = \\
 & & & & \text{P} \\
 1 & 2 & 3 & 4 & 5 & 6 & 10 \\
 ? & \text{R} & ? & ? & ? & ? & ?
 \end{array}$$

**Encuentra el valor
de las letras.**

**Si sabemos que
la letra R vale 2,
¿cuál es el valor
de las letras restantes?**

meineke

MEJORES INDICADORES DE LA RED



MARZO 2024

VENTAS

SAN RAFAEL	\$723,629.00
AGUILAS	\$722,896.00
METEPEC	\$709,978.00

AUTOS

CD JUAREZ CENTRO	190
CD JUAREZ LA RAZA	164
METEPEC	150

FACTURA PROMEDIO

AGUILAS	\$7,376.00
PUEBLA	\$6,869.00
TAPACHULA	\$6,855.00

SERVICIOS POR AUTO

MÉRIDA	4.1
TOLUCA	3.8
TEXCOCO	3.6

COSTO DE PARTES

MERIDA	29%
TEXCOCO	29%
PACHUCA	29%

meineke[®]

MARZO 2024

