

BOLETÍN

Octubre

2024

- ▶ INFORMACIÓN
- ▶ FORMACIÓN
- ▶ INTEGRACIÓN

meineke[®]
DOING CAR CARE RIGHT ✓

EDITORIAL / OCTUBRE 2024

- ▶ ¿QUIERES VENDER MÁS? CÓMO LOGRARLO
- ▶ ¿EN QUÉ SE FIJAN LOS CLIENTES AL VISITAR UN TALLER MECÁNICO?
- ▶ ¿QUÉ NOS ESPERA? EL FUTURO DE LOS AUTOS
- ▶ LA HISTORIA DE LA LLANTA
- ▶ CONOCE LAS PARTES DE UN NEUMÁTICO
- ▶ MEJORES INDICADORES DE LA RED OCTUBRE 2024

Con mucho interés en contribuir a la formación y capacitación de nuestro equipo de trabajo en la Red Meineke, en el boletín de esta edición presentamos unos artículos que estoy seguro habrá de interesarles muchísimo por la gran injerencia de estos en todo nuestro entorno.

El primero de ellos se refiere a todos aquellos **aspectos que son importantes para nuestros clientes y que llaman la atención cuando nos visitan en nuestras sucursales** y que van desde la cordialidad, el respeto, la forma en que nos comunicamos, hasta la estructura con la que contamos y la calidad de nuestros servicios, revisa con detalle este artículo y te darás cuenta cómo podemos prepararnos para generar una mejor impresión a todos quienes nos visitan.

El segundo artículo nos ofrece tips muy valiosos para lograr lo que todos buscamos VENDER MAS, te sorprenderás de como todos nuestros cursos y que hemos compartido recientemente contienen varios de estos elementos adoptados por diferentes importantes compañías en la capacitación de su fuerza de ventas y que para nosotros hoy constituyen una parte significativa de nuestro esquema de negocio; **para enriquecer también nuestra cultura e información general, te compartimos dos artículos que nos hablan de la historia de la llanta**, para que conozcan la influencia y relevancia de las marcas más conocidas y de mayor prestigio en el mundo; te resultará un poco difícil de creer lo que se dice sobre el futuro del automóvil, lee y sabrás porque.

Por último, te compartimos el cuadro de los mejores talleres conforme a la medición que hacemos de los indicadores de negocio para el mes de octubre.

Confío disfrutaras de la lectura de este Boletín.
Saludos muy afectuosos para todos.

Heriberto Medina





¿QUIERES VENDER MAS?

Cómo lograrlo

meineke

Hoy por hoy, todos estamos buscando como lograr mas ventas en nuestros Centros Meineke y seguramente nos esforzamos en ello, en este articulo queremos compartirte algunas propuestas efectivas que combinan conocimientos técnicos con habilidades de atención al cliente, mismas que han sido extraídas de cursos de ventas especializadas, manuales y boletines de otras empresas como Roshfrans, Mobil y Ghoner.

1. Conocimiento del Producto.

Dominio Técnico. Es necesario conocer a fondo las características, ventajas y aplicaciones de cada refacción, servicio y proceso de lo que ofrecemos , esto te permite responder a las preguntas de los clientes con confianza y autoridad, pero sin presunciones, por ejemplo: los materiales de que están constituidas los diferentes tipos de balatas, el anticongelante, la característica principal del líquido de frenos, los diferentes beneficios derivados del cambio de aceite y filtro del motor, entre otras muchas cosas, por lo que es necesario mantenerse actualizado de manera constante con todas las novedades del mercado y los productos más

recientes pues los clientes valoran la información actualizada.

2. Escucha Activa.

Comprender las necesidades: Escucha atentamente lo que el cliente necesita antes de ofrecer una solución. Pregunta y repregunta sobre el problema que tienen y qué están buscando, es decir, identifica claramente la necesidad del cliente, recuerda que si no la identificas, no podrás satisfacerla, preferentemente realiza un resumen, por ejemplo: "entonces Sr. . , por lo que escuche, su deseo es que revisemos los frenos porque vibran demasiado al momento de frenar pero solo de frenar pero solo

100 km. X hora, cierto"? , muestra interés genuino por sus problemas y necesidades de esta manera muestras empatía y logras que el cliente se sienta valorado.

Recomendaciones adecuadas: Ofrece opciones que realmente se ajusten a las necesidades del cliente. No siempre lo más caro es lo mejor para ellos, explica de manera clara, utiliza un lenguaje simple para explicar cualquier cosa, evita jerga técnica complicada que el cliente no pueda entender.

3.- Demostraciones efectivas.

Presentación del Servicio: señala las condiciones reales de la necesidad del servicio en base a evidencias, recuerda hablar siempre primero de todo lo que está bien en el auto, considera que cuentas con una herramienta muy valiosa que es la tableta y la aplicación total de todo el proceso para la realización de la Inspección, por ejemplo: si cuentas con la presencia del cliente, muestra físicamente las refacciones y cómo se utilizan o al enviar las fotos desde la tableta , no dejes de comentar con el cliente las condiciones en que debería de estar su auto y lo que muestran las fotografías, si el cliente está indeciso, compara diferentes opciones destacando las ventajas y desventajas de cada una.

4.- Promociones y Ofertas.

Continuamente ofrece promociones que despierten el interés por visitar tu Centro y genere una percepción de oportunidad para los clientes, esto contribuye también a que se tenga una percepción de **NO SER CAROS.**

Ofrece todos los paquetes de los Paneles, con ellos, puedes demostrar que el cliente se beneficia ahorrando dinero y recibe mayores servicios que le permiten mantener su auto en mejores condiciones, por ejemplo: ofrece siempre la afinación Plus cuando el cliente se interesa por hacer la afinación a su auto o escala la propuesta para que el cliente adquiera el Paquete de Mantenimiento cuando te solicita el

cambio de aceite de motor.

Recuerda que lo importante es que tus clientes estén informados de tus ofertas y promociones, por lo que debes estar muy activo en tus publicaciones en redes sociales, en cualquier llamada de prospectos, informa sobre ofertas y promociones actuales o futuras. Esto puede motivar una compra adicional o una visita de regreso.



5.- Servicio Postventa.

Ten muy en cuenta que la venta no termina cuando el cliente recoge su auto y se retira del Centro, el seguimiento es vital, realiza siempre la llamada de 72 horas y asegúrate de la satisfacción de tu cliente, también , al realizarla, le das la oportunidad de manifestar sus inquietudes y trabajar en atenderlas, por ejemplo: si el cliente manifiesta que algo quedo mal , recuérdale los amplios términos de la garantía y ofrécele, de ser posible recoger el auto de inmediato para atender sus dudas e inquietudes, la forma en que atiendes una garantía puede consolidar la relación con el cliente ya que comprueba el nivel de compromiso para el cumplimiento de garantías y la atención de quejas.

6. Administración del Tiempo.

El control del Flujo de trabajo es muy importante, atiende a los clientes de manera eficiente sin apresurarlos, un servicio rápido pero completo mejora la satisfacción del cliente, aprende a priorizar, especialmente cuando hay varios clientes esperando, un saludo rápido y asegurar que serán atendidos pronto ayuda a mantener la calma en situaciones concurridas, por ejemplo: si llega un cliente y no hay quien apoye en atenderlo, hazle notar que te diste cuenta de su llegada y que pronto lo atenderás, también, si llega alguien que requiere un servicio urgente, valora su real necesidad y busca la manera de atenderlo sin comprometer las entregas de los autos programados, revisa cual trabajo si puedes posponer. Esta siempre pendiente del estatus de cada uno de los autos en el patio de trabajo.

7.- Saca provecho de tu base de datos.

Considera utilizar siempre de la mejor manera tus herramientas de retención de clientes, aprovecha también tu base de datos para hacer que los clientes regresen, por ejemplo: genera tu reporte de clientes que tienen buenas cantidades en su programa de recompensas , envíales un aviso para que regresen a utilizarlos, revisa aquellos clientes que tienen tiempo sin regresar a tu Centro y contáctalos para saber porque razón, el reporte de servicios pendientes también es mucha utilidad para este propósito si los invitas a utilizar el Cupón Factura.

Construye relaciones a Largo Plazo en base a la confianza, mantén una relación honesta y confiable con tus clientes, no intentes venderles algo innecesario o a mayor precio solo para ganar más dinero, recordar a los clientes regulares, aprender y recordar los nombres y las preferencias de los clientes habituales hace que se sientan valorados y propensos a regresar.

para conectarse con los clientes y ofrecer un servicio excepcional, si implementas estas propuestas, puede ayudarte a elevar la satisfacción del cliente, incrementar tu flujo de autos y elevar las ventas, en consecuencia, además, a elevar el porcentaje de clientes repetidos.



meineke

La venta de servicios no solo se basa en el conocimiento técnico, sino también en la habilidad

¿En qué se fijan los clientes al visitar un **TALLER MECÁNICO?**



REPUTACIÓN Y CONFIANZA GENERADA

La Cordialidad y Profesionalismo:

La actitud y el trato del personal del taller son fundamentales. Los clientes prefieren lugares donde se sientan bienvenidos y tratados con respeto; **recuerda siempre aplicar el PASC de Meineke, al menos las infalibles del Protocolo.**

meineke



LA COMUNICACIÓN CLARA: Los clientes aprecian una comunicación clara y detallada sobre los problemas de su vehículo, las reparaciones necesarias y los costos involucrados; recuerda hablar siempre con la verdad, escuchar con mucha atención, ser empático, preguntar lo suficiente y mantener informado al Cliente con oportunidad.

Procura invitar constantemente a tus clientes para que agreguen comentarios en Google, que utilicen nuestro Buzón de Sugerencias y Quejas de nuestro Portal y sobre todo, **NO DEJES** de hacer la llamada de las 72 horas.

ATENCIÓN AL CLIENTE

¿De qué manera?

Cortesía y Respeto: recuerda que el Cliente siempre tiene la razón y cuando así no fuese debes tener muchísimo cuidado en hacerle ver que las cosas pueden ser diferentes y no insistir mucho en ello; considera también que nos debemos al cliente y él es nuestra razón de ser, si aplicas nuestro Protocolo de atención y servicio al Cliente, habrás logrado mucho.

Explicaciones Técnicas: Los clientes prefieren talleres que explican las reparaciones y el mantenimiento de una manera comprensible, sin jerga técnica innecesaria y sin irse a los extremos, no consideres al Cliente como alguien que ignora todo sobre su auto.

Presupuestos Detallados: La entrega de presupuestos claros y detallados, sin cargos ocultos, es crucial. Los clientes valoran la transparencia en la fijación de precios, no dejes de utilizar la tableta para el manejo profesional de presupuestos, considera sobre todo que esto te ayudara a facilitarte la venta

CALIDAD DEL TRABAJO ★★★★★

Basada en: Experiencia y Competencia: La habilidad y experiencia de los mecánicos son vitales. Los clientes buscan garantías de que su vehículo está en manos de expertos, contempla siempre las mejores posibilidades de que todo tu equipo de trabajo este bien capacitado y sea estable, recuerda que la rotación cuesta, y mucho.

Uso de Refacciones de Calidad: La utilización de repuestos de alta calidad, piezas originales o equivalentes influye en la percepción del taller y en la decisión de confiar en sus servicios.

Tecnología y Equipos Modernos: Los clientes valoran la presencia de equipos y tecnología modernos que indiquen la capacidad del taller para manejar una amplia gama de problemas vehiculares.

Limpieza y Organización: Un taller limpio, organizado y bien mantenido genera confianza y sugiere un entorno profesional y seguro. En este aspecto, todas las instalaciones nunca pasan desapercibidas para los clientes.

CONVENIENCIA

Que se aprecia en: La Ubicación y Accesibilidad: La proximidad del taller y su facilidad de acceso son factores importantes para los clientes, procura que la entrada este siempre libre de obstáculos y que tu taller no se observe demasiado saturado, ni demasiado vacío.

Horarios Flexibles: Horarios de atención amplios y la disponibilidad de servicios de emergencia o citas el mismo día pueden ser determinantes para los clientes, considera la posibilidad de tener horarios rotativos con tu personal para poder cubrir horarios extendidos sin incurrir en jornadas extralegales.

Garantía de Servicios: Ofrecer garantías sobre las reparaciones y servicios realizados proporciona una capa adicional de confianza, nuestros términos en tiempo y/o kilometraje es de los más amplio del mercado, hay que aprovechar esta circunstancia única. Nunca te pongas a la defensiva ante una reclamación del cliente.

Relación Calidad-Precio: Aunque no siempre buscan el precio más bajo, los clientes desean una buena relación calidad-precio. Prefieren pagar un poco más por un servicio de alta calidad y confianza, recuerda hacer ver todos nuestros valores agregados para que la percepción de nuestros precios, que son muy justos y competitivos, nunca sean percibidos como "caros", el Programa de Beneficios Meineke, es clave; mantener constantemente descuentos y ofertas especiales, también.

Rapidez y Eficiencia: Los clientes valoran la rapidez en la atención y la eficiencia en la realización de las reparaciones. Cumplir con los tiempos prometidos es esencial, procura tener un estricto control de tu flujo de trabajo, mantener informados a los clientes sobre el progreso de las reparaciones y cualquier cambio en los tiempos estimados es muy apreciado.

Los clientes se fijan en múltiples aspectos al elegir un taller mecánico, desde la reputación y la calidad del trabajo hasta la atención al cliente y la transparencia.

Un enfoque integral que considere estos factores no solo atraerá a nuevos clientes, sino que también fomentará la lealtad y la recomendación boca a boca, te invito a tenerlo siempre presente y mejoraras en mucho el flujo de autos hacia tu Centro.

Inspirado en el Boletín de Roshfrans 06-061124 1107

meineke



¿QUE NOS ESPERA? EL FUTURO DE LOS AUTOS

Pese al auge de los autos eléctricos, el futuro parece comenzar a desvanecer los intentos de esta tecnología por dominar el mercado. Cada vez más, son las notas que salen con relación a los combustibles sintéticos, y al hidrógeno como fuente principal de combustible.

A pesar de haberse fijado objetivos ambiciosos de adopción de vehículos eléctricos para 2030-2035, varios fabricantes de automóviles importantes están ajustando sus planes. La confluencia de la demanda de los consumidores, los problemas de la cadena de suministro y la incertidumbre económica ha llevado a una reevaluación de sus cronogramas para los vehículos eléctricos. Como si esto no fuera suficiente, la llegada de los vehículos definidos por software ha añadido una nueva capa de desafíos. Aunque estos coches pueden prometer una funcionalidad y una personalización más avanzadas, también plantean nuevos interrogantes en materia de ciberseguridad, privacidad de datos y asistencia al final de la vida útil del vehículo. Cuando algunos de los mayores fabricantes de automóviles establecieron ambiciosos

objetivos de electrificación para 2030 a principios de la década de 2020, anticiparon una transición rápida a líneas de vehículos totalmente eléctricos debido a los rápidos avances en la demanda de los consumidores, las regulaciones ambientales y la tecnología totalmente eléctrica.



meineke

¿QUE NOS ESPERA? EL FUTURO DE LOS AUTOS

Varias empresas, como Renault, Volvo, Mercedes-Benz y Porsche, establecieron metas para eliminar gradualmente los motores de combustión interna (ICE) por completo, en consonancia con los objetivos regulatorios y las iniciativas de sostenibilidad más amplias.

Pero a medida que el cambio a los vehículos eléctricos comenzó a despegar, una combinación de circunstancias económicas, falta de infraestructura adecuada y reticencias de los consumidores complicaron el camino. Un factor es que algunos mercados no han adoptado los vehículos eléctricos tan rápidamente como se esperaba. Los elevados precios, las redes de recarga poco desarrolladas y las preocupaciones sobre la autonomía (ansiedad por la autonomía) y los mitos que rodean a los vehículos eléctricos, como la mayor propensión a los incendios, siguen disuadiendo a los conductores de adoptar un vehículo eléctrico.

En particular, en América del Norte, ciertas regiones carecen de redes de recarga extensas, lo que dificulta la transición a la electrificación completa para los conductores que dependen de opciones de reabastecimiento de combustible convenientes.

Como resultado, los fabricantes de automóviles ahora se dan cuenta de que los motores de combustión interna podrían seguir siendo demandados durante más tiempo de lo previsto inicialmente, lo que los impulsa a considerar los híbridos y los híbridos enchufables como un paso más realista hacia la reducción de las emisiones sin abandonar los sistemas de propulsión tradicionales. Volvo anunció a principios de septiembre que ha modificado su objetivo de convertirse en completamente eléctrico para 2030, para electrificar el 90-100% de sus ventas a través de vehículos eléctricos e híbridos enchufables. El CEO de Mercedes-Benz hizo públicos recientemente sus planes para extender su inversión en el desarrollo de motores de combustión interna, lo que sugiere un enfoque más equilibrado para la tecnología del tren motriz. Durante el tercer trimestre de este año, las ventas de automóviles eléctricos Mercedes-Benz experimentaron una disminución del 31%. Aquí algunas consideraciones para su reflexión: • **Los fabricantes de automóviles están reevaluando sus objetivos de vehículos eléctricos para 2030 debido a factores como la demanda de los consumidores, los problemas de la cadena de suministro y la incertidumbre económica.** • El auge de los vehículos definidos por software (SDV) trae beneficios potenciales, pero también plantea preocupaciones sobre el soporte a largo plazo y la ciberseguridad. • Los híbridos y los híbridos enchufables están surgiendo como una solución intermedia, ofreciendo un equilibrio entre la eficiencia eléctrica y la autonomía de la gasolina. • Algunos fabricantes de automóviles están explorando combustibles sintéticos como una forma de reducir las emisiones de los motores de combustión interna tradicionales. • El futuro de la industria automotriz probablemente involucra una combinación diversa de sistemas de propulsión,



¿QUE NOS ESPERA? EL FUTURO DE LOS AUTOS

incluidos vehículos eléctricos, híbridos y con motor de combustión interna, para satisfacer diversas necesidades de los consumidores y condiciones del mercado. El mundo de la fabricación de automóviles está atravesando una transformación radical en un sector que, en muchos aspectos, se ha caracterizado durante mucho tiempo por la ingeniería mecánica.

En los últimos años, los vehículos eléctricos (VE) se han comercializado como una herramienta poderosa para reducir las emisiones y el impacto del cambio climático. Sin embargo, lograr un futuro totalmente eléctrico no está exento de desafíos y, en los últimos meses, ha surgido una perspectiva más matizada sobre la electrificación. **Para los consumidores que no están totalmente convencidos de los vehículos eléctricos o híbridos, por no hablar de los vehículos con pila de combustible de hidrógeno, las variantes de gasolina podrían seguir siendo la opción preferida en los próximos años.** Los fabricantes de automóviles están reconociendo que, en ciertas regiones, la infraestructura de vehículos eléctricos no satisfará las necesidades de los consumidores en 2030, y una cartera diversificada de sistemas de propulsión podría resultar más práctica. Al mantener las opciones de motor de combustión interna, los fabricantes de automóviles pueden atender a los conductores que requieren una mayor autonomía, un reabastecimiento rápido o simplemente prefieren la tecnología establecida de los motores de gasolina.

Fuente: Boletín informativo RHF (Roshfrans 131124)



LA HISTORIA DE LA LLANTA



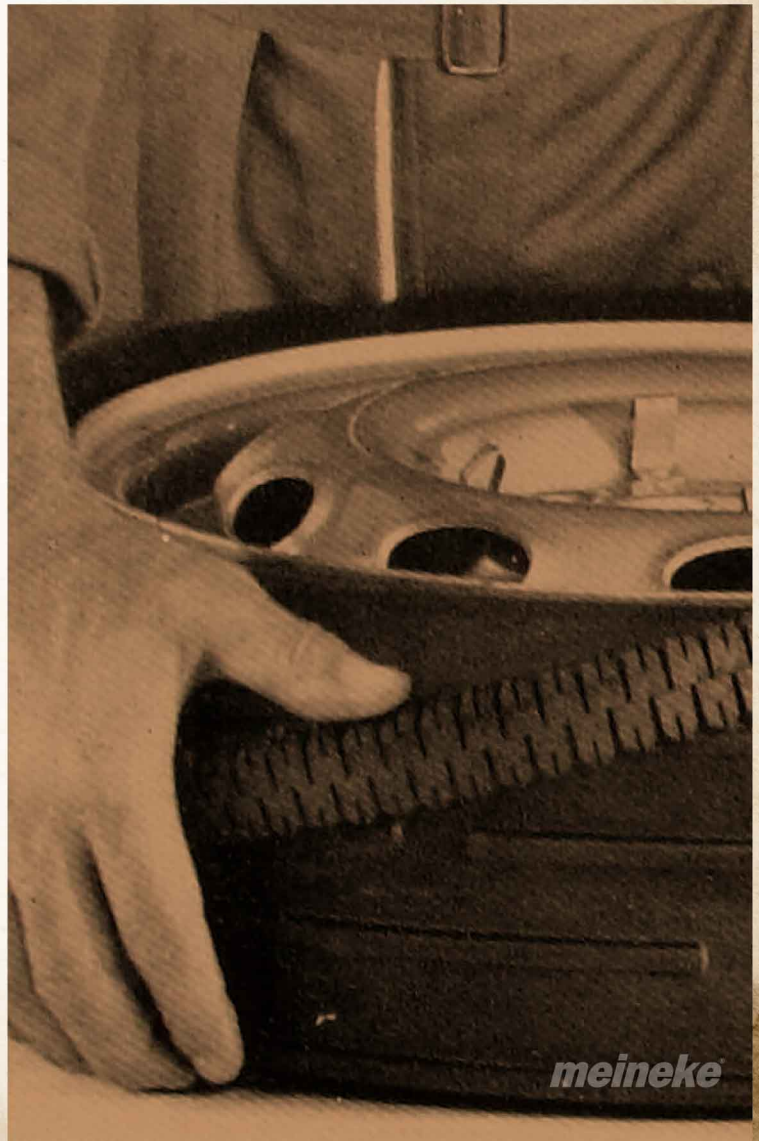
Fue en 1888 cuando el veterinario escocés, John Boyd Dunlop, inventó los primeros neumáticos inflados. Fijó tubos de goma a ruedas de madera y cubrió los puntos de contacto con lona gruesa. Estos primeros neumáticos los montó en un triciclo e hizo un viaje de prueba, donde no se presentaron problemas. A continuación, Dunlop sujetó piezas de goma en la lona para evitar el derrape y probó estos neumáticos en una bicicleta. El resultado fue exitoso y se convirtió en el inicio de los neumáticos. **Tres años más tarde, C.K. Welch inventó el neumático con talón, lo que fue un gran adelanto en la historia de las llantas. En el mismo año, los hermanos Michelin patentaron neumáticos que pudieron ser montados o desmontados a mano.**

meineke



En 1904, Firestone y Goodyear Tire Company desarrollaron neumáticos con talón con costados rectos. A continuación, en el año 1908 casi todos los fabricantes de neumáticos usaron este método de producción. Mientras tanto, en 1913, Brittain desarrolló el neumático con estructura radial, que varió de la estructura diagonal anterior y en la que se usaron capas de tejido. Sin embargo, este método no se empezó a usar ampliamente hasta unos 35 años después, cuando fue adoptado por Michelin. Las capas de tejido se hicieron de un grueso hilo de algodón. Debido a su alto precio, el favorable y resistente hilo de seda no pudo usarse en la fabricación de telas de cuerda para neumáticos. No obstante, en 1928, la empresa americana Dupont desarrolló la teoría básica de las reacciones sintéticas que se siguió perfeccionando rápidamente en los años 30. Antes de 1948, el tejido de rayón que ofreció ventajas en comparación con el tejido de algodón termosensible, tuvo una participación en el mercado de un 75%. En 1948 se inventó el nylon que compitió con el rayón hasta 1959. A partir de 1960, el nylon empezó a dominar el mercado. En 1962 apareció un nuevo tejido de algodón, el poliéster. En los años 70, el tejido de acero tomó el liderazgo y se extendió por los mercados europeos y americano en los ochentas. **En 1972, Dupont inventó una fibra de poliamida con la denominación Kevlar, la cual era cinco veces más fuerte que el acero y gozaba de una buena estabilidad de forma, pero resultaba tan caro que su uso quedó limitado a neumáticos para vehículos turismo selectos.** De esta manera, el desarrollo

de materiales y procesos de producción, junto con la aceleración de los rendimientos de los vehículos fueron el punto de salida para un enfoque sobre las capacidades dinámicas de los neumáticos. En particular, a fin de ser paralelo al desarrollo de carreteras y autos, los neumáticos para vehículos han sido diseñados para proporcionar una velocidad, control y seguridad mejorados. **Actualmente los neumáticos económicos y de alto rendimiento continúan siendo desarrollados. Igual que en los automóviles mismos, los neumáticos han demostrado un desarrollo excelente en relación a las velocidades máximas de conducción.**



Conoce las partes de un neumático



Cámara de aislamiento interno

Mantiene el aire dentro de la cubierta, sella el neumático y la llanta.



Carcasa

Soporta la presión del aire, la tracción y el peso de los vehículos.



Talón

Compuesto por alambre de acero, caucho y otros componentes.



Flanco

Son los laterales del neumático y nos encontramos sus medidas.



Hombro

Unión entre el flanco y la banda de rodadura, regula la temperatura de la rueda.



Banda de rodadura

Zona del neumático en contacto con el asfalto.



meineke

MEJORES INDICADORES DE LA RED



OCTUBRE 2024

VENTAS

PATRIOTISMO	\$ 811,111.00
AGUILAS	\$ 801,732.00
SAN RAFAEL	\$ 753,213.00

AUTOS

CD JUAREZ CENTRO	167
CD JUAREZ LA RAZA	157
PATRIOTISMO	145

FACTURA PROMEDIO

TOLUCA	\$10,285.00
AGUILAS	\$ 9,111.00
TAPACHULA	\$ 8,043.00

SERVICIOS POR AUTO

TOLUCA	5.5
ATIZAPÁN	4.0
TAPACHULA	3.9

COSTO DE PARTES

BOSQUES DEL LAGO	27.20%
SAN RAFAEL	27.80%
TEPEYAC	28.90%

meineke[®]

OCTUBRE 2024

