

Septiembre  
2025

# BOLETÍN



- ▶ INFORMACIÓN
- ▶ FORMACIÓN
- ▶ INTEGRACIÓN

**meineke**  
DOING CAR CARE RIGHT

EDITORIAL / SEPTIEMBRE 2025

- ▶ **ESTRATEGIA DE MARKETING  
PARA UN TALLER MECÁNICO**
- ▶ **ALARMAS PARA AUTOS:  
TIPOS Y FUNCIONES**

- ▶ **LA MODERNIDAD ¿DESPLAZA  
LA FUNCIÓN DE UN VENDEDOR?**

- ▶ **GAFAS PARA AUTOS**

- ▶ **MEJORES INDICADORES DE LA RED  
JULIO 2025**

Bienvenidas y bienvenidos a una nueva edición de nuestro boletín interno, un espacio pensado para mantenernos informados, compartir aprendizajes y reforzar la conexión entre las diferentes sucursales que conforman nuestra gran familia de talleres.

En un sector tan dinámico como el automotriz, es fundamental mantenerse actualizados, no solo en lo técnico, sino también en temas comerciales, de servicio y de innovación. Cada uno de nosotros forma parte de un engranaje clave para el buen funcionamiento del taller, y por eso, **este boletín busca aportar ideas, conocimientos y reflexiones que nos ayuden a mejorar continuamente.**

En esta edición abordamos temas muy relevantes para nuestro día a día: hablaremos sobre **el papel actual del vendedor**, que sigue siendo esencial a pesar del auge de las ventas digitales; exploraremos los **tipos y funciones de las alarmas para autos**, una solución cada vez más demandada por nuestros clientes; analizaremos **los pilares de una estrategia de marketing efectiva para talleres mecánicos**; y conoceremos más sobre una innovadora tecnología de Volkswagen: **Las gafas para autos** ; el OOPS (Optimized Optical Personal Screen), que está transformando la experiencia de conducción.

Más allá de la información técnica, **este boletín también es una invitación a reflexionar sobre cómo hacemos nuestro trabajo y cómo podemos seguir construyendo relaciones de confianza con nuestros clientes, compañeros y comunidades.** Cada interacción, cada reparación y cada servicio que ofrecemos es una oportunidad para demostrar la calidad, el compromiso y el profesionalismo que nos distingue.

Gracias por ser parte de este proyecto. Su esfuerzo, dedicación y entusiasmo son los que mantienen en movimiento nuestros talleres y los hacen crecer día con día.

**¡Sigamos aprendiendo, mejorando y construyendo juntos!**

*Heriberto Medina*







# ESTRATEGIA DE MARKETING

## para un taller mecánico

*meineke*

A diferencia de otros negocios, **un taller mecánico no solo vende servicios, sino confianza**. Por eso, el marketing en este sector debe basarse en valores que transmitan profesionalismo, seguridad y cercanía.

**Al construir una estrategia de marketing efectiva para un taller, es fundamental tener claros los siguientes conceptos:**

**Confianza:** El cliente debe sentir que su vehículo está en manos expertas. Mostrar certificaciones, casos de éxito y recomendaciones genera credibilidad.

**Transparencia:** Cotizaciones claras, diagnósticos bien explicados y precios sin sorpresas refuerzan la lealtad.

**Rapidez y eficiencia:** En un mundo acelerado, el tiempo es valioso; Comunicar que los servicios se entregan a tiempo y sin contratiempos es un punto clave.

**Atención personalizada:** Tratar a cada cliente como único, recordando sus necesidades y ofreciendo seguimiento.

**Presencia digital:** Tener perfiles activos en redes sociales, responder dudas y mostrar los servicios ofrecidos con imágenes y testimonios reales.



## Bases para estrategia

### Producto

En el caso de un Taller, el producto es el propio servicio. Para poder ofrecer un servicio de calidad, no solo debe atenderse a aspectos como la formación de los profesionales (técnicos) y la calidad de las refacciones, sino que también el resto de los detalles que abren y cierran el ciclo del servicio: atención al cliente, recuerda, **debes aplicar nuestro Protocolo PASC.**

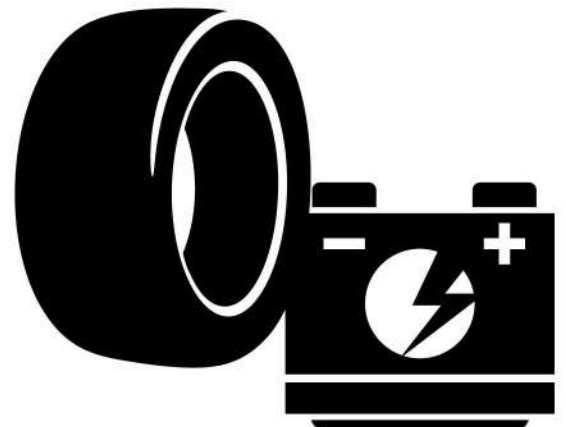


### Precio

Es el factor que importa de manera más inmediata en los resultados económicos del negocio. Así, la opinión del cliente con respecto al costo del servicio ofrecido debe ser muy favorable, lo que obliga a ser presentado como algo completamente justo, por lo que la presentación correcta de nuestro **Programa de Beneficios** reviste una importancia suprema; **debes conocerlo a cabalidad.**

### Distribución

En nuestro caso, debe enfocarse a garantizar que el suministro de refacciones sea ágil para **optimizar al máximo los plazos de reparación**, para lograrlo, **es vital** contar con **inventarios de consumibles**, minimizar las Compras de Emergencia y garantizar las entregas oportunas de refaccionarios.





### Promoción

En este campo, los talleres pueden **recurrir a técnicas como la promoción** de sus ventas (descuentos, **rebajas, regalos, tarjetas de fidelización, Programas de Beneficios, etc.**), la exposición, la publicidad, el merchandising (estrategias para exhibir). **La finalidad**, dar a conocer el nombre de la marca y **ofrecer una imagen que capte la atención**, para ello, el **internet es la herramienta**, en la era digital, la presencia en la Red es fundamental. Podrás comprobar que todas las opciones **están a disposición por parte de la Franquicia Maestra**, hay que utilizar todos estos medios.



### Mensajes que transmitir

**“Mis refacciones son de calidad”**. Por eso ofrecemos la garantía más amplia del mercado.

**“Mi servicio es profesional”**. Por ello nuestros técnicos están continuamente capacitados.

**“Mi servicio es rápido”**. Por eso aplicamos siempre el mayor sentido de urgencia, no haciéndolo solo rápido, bien y a la primera, tampoco de manera inmediata, sino de manera realista y cumpliendo las expectativas.

En resumen, no basta con "ser buenos", también hay que parecerlo. Mostrar nuestro trabajo, contar historias de clientes satisfechos y compartir contenido útil (como tips de mantenimiento) son herramientas poderosas que posicionan al taller como un referente en el área.

**Al aplicar estos conceptos, cada punto de contacto con el cliente se convierte en una oportunidad para fidelizar y destacar frente a la competencia, para lograrlo, cuentas con el apoyo del área de Mercadotecnia robusta y eficaz.**





# ALARMAS PARA AUTOS



## TIPOS Y FUNCIONES

*meineke*

La invención de la alarma se atribuye al americano Augustus Russel Pope que, en 1853, patentó un sistema electromagnético que hacía que, cuando se cerraba el circuito eléctrico, la vibración provocada por unos imanes transmitiera oscilaciones a un martillo que golpeaba una campanilla de latón.

La seguridad de los vehículos es una preocupación constante para los propietarios, y una de las medidas más comunes para proteger un auto es la instalación de una alarma.

### **Pero ¿sabemos realmente cómo funcionan y qué tipos existen?**

Las alarmas para autos han evolucionado mucho más allá del simple sonido que se activa al abrir una puerta sin llave. Actualmente, existen varios tipos, cada uno con funciones específicas:

**Alarma básica:** Suena cuando detecta apertura no autorizada de puertas, capó o cajuela. Es la más común.

**Alarma con inmovilizador:** Además de emitir sonido, corta el suministro de combustible o ignición, impidiendo el arranque del vehículo.

**Alarma con localización GPS:** Permite rastrear el vehículo en tiempo real desde una aplicación móvil. Ideal para recuperación en caso de robo.

**Alarmas con sensores de impacto o movimiento:** Se activan si detectan vibraciones, golpes o intentos de remolque.

**Sistemas de seguridad integrados:** Combinan alarmas, cámaras, sensores y aplicaciones móviles para brindar una protección integral.

La tecnología de los sistemas de alarmas ha evolucionado notablemente en esta última década, especialmente, gracias al desarrollo de los sistemas GPS y a las conexiones Wireless (inalámbrico) entre el vehículo y el usuario, que ofrecen supervisión y control del vehículo a distancia

Además de su función disuasiva, una alarma bien instalada y calibrada puede incluso reducir la prima del seguro vehicular. Por eso, es fundamental asesorar correctamente al cliente sobre cuál se adapta mejor a sus necesidades y al tipo de vehículo que posee.

En nuestros talleres, conocer estos sistemas y ofrecer una correcta orientación no solo fortalece nuestra imagen de Profesionales, sino que también refuerza nuestro compromiso con la seguridad y confianza de nuestros clientes.

La compra de un vehículo supone un desembolso económico importante, por lo que, cada día más, los usuarios valoran las inversiones destinadas a velar por su seguridad.





meineke

# LA MODERNIDAD

¿DESPLAZA LA FUNCIÓN DE UN VENDEDOR?

En la actualidad, gran parte del proceso de compra comienza en línea. **Los clientes investigan, comparan precios, leen reseñas y hasta hacen pedidos desde sus teléfonos.** Sin embargo, esto no significa que el vendedor tradicional haya perdido relevancia. Al contrario, **su papel ha evolucionado y sigue siendo clave en el cierre de ventas, especialmente en sectores como el automotriz, donde el servicio, la confianza y el conocimiento técnico siguen marcando la diferencia.**





## LA MODERNIDAD

¿DESPLAZA LA FUNCIÓN DE UN VENDEDOR?

*meineke*

Además, en muchos casos, los productos o servicios requieren una personalización que solo una persona capacitada puede ofrecer. **Las ventas por internet no pueden reemplazar la sensación de seguridad que brinda un vendedor con experiencia, que escuche al cliente y lo guíe correctamente.**

Por eso, lejos de desaparecer, el vendedor se convierte en una figura estratégica. Es el puente entre el mundo digital y la experiencia real. **En nuestras sucursales MEINEKE, debemos fortalecer sus habilidades y reconocer su valor es fundamental para mantener la fidelidad del cliente y aumentar nuestras ventas.**

**El papel del Vendedor siempre va a estar vigente. ¿Por qué? Porque somos humanos, seres sociales que necesitan del otro,** porque hay decisiones que, como seres humanos, necesitamos tomar con la seguridad de que hay un humano del otro lado que entiende que es lo que quieres y en el que puedes confiar.

**Un robot puede facilitarnos las cosas, pero un humano es quien le da imagen, carisma y sentimiento a un proceso de venta.** Somos nosotros, como personas, los que incitamos a la gente a comprar nuestros servicios a través de una conexión emocional, pero para lograrlo es necesario estar bien preparados, **por ello, la importancia de que seas un Gerente y/o Ejecutivo Certificado, no dudes en aprovechar el Programa que para ello te ofrece la Franquicia Maestra.**

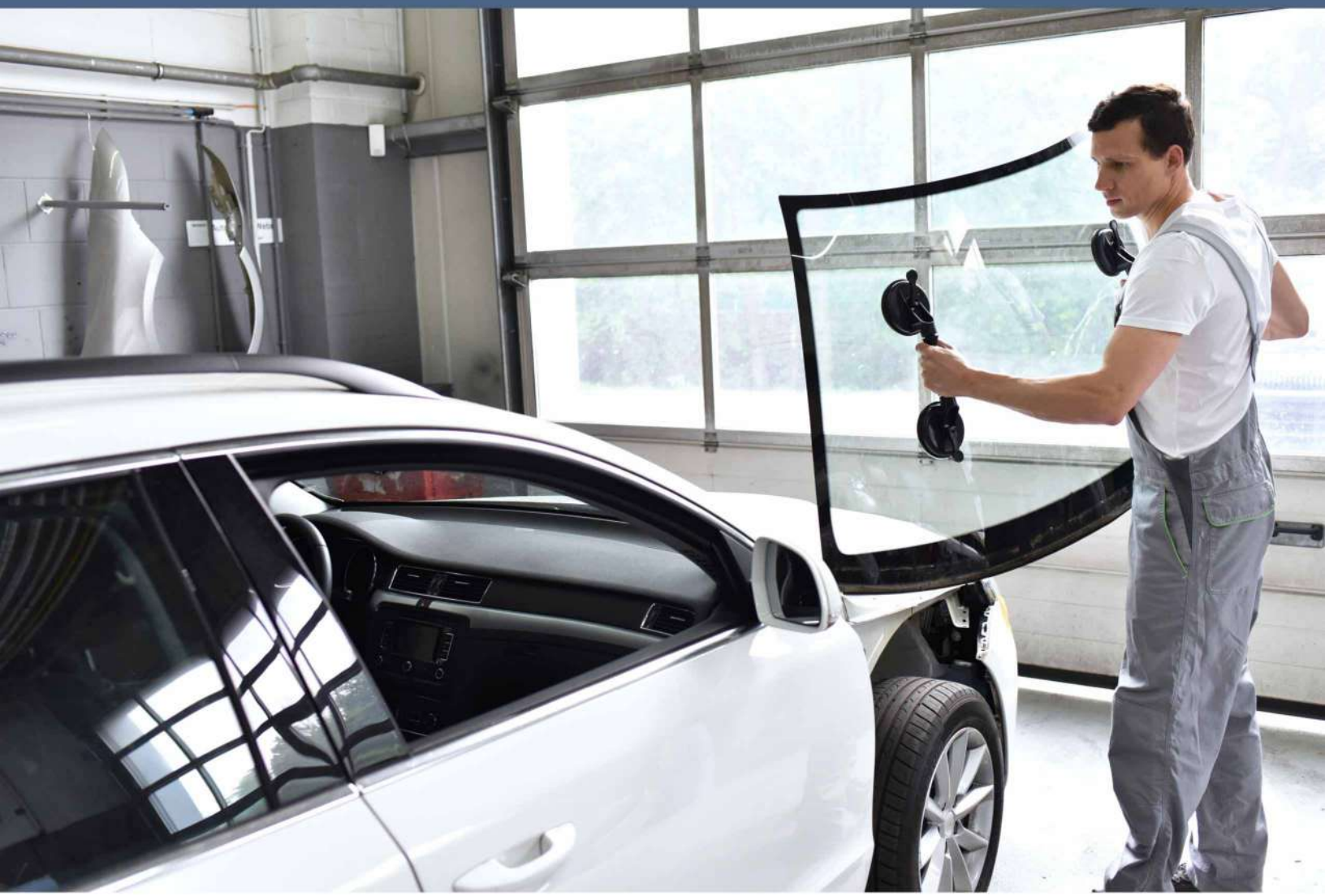


# ¿GAFAS para autos?

*meineke*

Hoy día, existe un novedoso filtro en el parabrisas. Esta dirigido principalmente a las personas que deseen conducir sin utilizar anteojos.

Volkswagen ha innovado constantemente en la forma en que los conductores interactúan con su vehículo, y una de sus tecnologías más destacadas es el OOPS (Optimized Optical Personal Screen), un sistema de visualización avanzado que mejora la experiencia al volante. **El vidrio que se utiliza en las ventanas del vehículo, y en particular en el parabrisas, esta equipado con un grosor de vidrio adaptado individualmente para lograr que su visión sea lo más aguda posible.**





Este sistema se refiere a una pantalla de visualización óptica optimizada, ubicada justo en la línea de visión del conductor, generalmente proyectada en el parabrisas o sobre un panel elevado.

## ¿CUÁLES SON SUS CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES?



**Proyección directa de información esencial:** Velocidad, navegación GPS, alertas del vehículo y asistencias de manejo, todo visible sin desviar la mirada del camino.

**Reducción de distracciones:** Al no requerir que el conductor mire hacia abajo, mejora la seguridad y concentración.

**Personalización:** En algunos modelos, el conductor puede elegir qué información desea ver, ajustando brillo, idioma y estilo.

**Tecnología Head-Up Display (HUD):** El OOPS utiliza una versión mejorada del HUD, con gráficos más nítidos y respuesta en tiempo real.

Entre sus ventajas se destacan:

**Mayor seguridad vial, al mantener la vista del conductor en la carretera.**

Conducción más intuitiva, ya que la información se presenta de forma clara y minimalista.

**Valor agregado en el vehículo, al incorporar tecnología que antes solo estaba disponible en autos de gama alta.**

Según Volkswagen, la tecnología funciona hasta con 10 dpt para la miopía y hasta +10 dpt para la hipermetropía. Sin embargo, la tecnología dista mucho de ser perfecta.

Para su correcto funcionamiento, el sistema OOPS requiere que el conductor y el pasajero no se muevan demasiado durante el viaje, manteniendo así la distancia óptima entre los ojos y el contacto de la lente en el parabrisas. Para evitar movimientos, es posible que los clientes también necesiten soportes de estabilidad en los asientos.

En nuestros talleres, es importante conocer esta tecnología, ya que en tareas de mantenimiento o diagnóstico podemos encontrarnos con sistemas integrados a estas pantallas. Además, saber sobre estos temas acrecienta nuestra cultura automotriz y nos exhibe como más profesionales y nos coloca en mejores condiciones de poder asesorar al cliente sobre su correcto funcionamiento y cuidados.



# MEJORES INDICADORES DE LA RED



SEPTIEMBRE 2025

## VENTAS

SAN RAFAEL	\$ 852,462.60
PATRIOTISMO	\$ 700,915.87
SAN PEDRO DE LOS PINOS	\$ 678,314.68

## AUTOS

SAN RAFAEL	141
METEPEC	131
HERMOSILLO 3	128

## FACTURA PROMEDIO

AGUILAS	\$ 13,763.74
MÉRIDA	\$ 6,818.80
SAN PEDRO DE LOS PINOS	\$ 6,339.39

## SERVICIOS POR AUTO

TULANCINGO	4.00
AGUILAS	3.89
MÉRIDA	3.58

## COSTO DE PARTES

TEPEYAC	28.85%
BOSQUES DEL LAGO	29.22%
SAN JUAN DEL RÍO	29.95%



***meineke***<sup>®</sup>

SEPTIEMBRE 2025

