

BOLETÍN

Noviembre
2025

- ▶ INFORMACIÓN
- ▶ FORMACIÓN
- ▶ INTEGRACIÓN

meineke[®]
DOING CAR CARE RIGHT 

EDITORIAL / NOVIEMBRE 2025

▶ REFLEXIÓN DE FIN DE AÑO

▶ UN MOTOR PARA ATRAER CLIENTES
Y FORTALECER LA CONFIANZA

▶ SERVICIOS CLAVE QUE PROTEGEN
AL CLIENTE Y GENERAN NEGOCIO

▶ LA FIDELIZACIÓN DEL CLIENTE

▶ MEJORES INDICADORES DE LA RED
NOVIEMBRE 2025

Estimados todos.

Al llegar a la última edición de nuestro boletín de este año, queremos hacer una pausa para agradecer y reconocer a todas las personas que forman parte de nuestra cadena de Centros de Mantenimiento Automotriz. Este ha sido un año de trabajo constante, de retos operativos y de importantes aprendizajes, en el que cada sucursal, cada equipo y cada colaborador ha contribuido al fortalecimiento de nuestra red.

Diciembre es un momento propicio para reflexionar sobre lo logrado y, al mismo tiempo, para prepararnos con claridad y enfoque para el nuevo año que está por comenzar. A lo largo de los últimos meses, este boletín ha sido un espacio para compartir buenas prácticas, buenas ideas, tratar de alinear criterios y reforzar los pilares que sostienen nuestra operación. Esta edición no es la excepción y cobra un significado especial al cerrar un ciclo.

En los artículos que conforman este número, abordamos temas estratégicos para el crecimiento de nuestros talleres. Reflexionamos sobre la importancia de **analizar los resultados del año**, identificar nuestros logros y reconocer aquellas oportunidades que no aprovechamos a pesar de contar con las herramientas necesarias. También destacamos el valor de las **reseñas positivas en Google** como un motor clave para generar flujo y fortalecer la confianza de los clientes en nuestra marca.

De igual forma, profundizamos en la **fidelización del cliente a través de programas de beneficios**, recordando que el crecimiento sostenible no depende únicamente de atraer nuevos clientes, sino de construir relaciones duraderas basadas en confianza, consistencia y valor agregado. Finalmente, reforzamos el enfoque comercial en servicios preventivos clave, como el **cambio oportuno del líquido de frenos y el anticongelante**, que protegen al cliente y representan oportunidades importantes para fortalecer nuestros indicadores.

Cada uno de estos temas tiene un objetivo común: ayudarnos a operar con mayor disciplina, profesionalismo y visión de largo plazo. Son recordatorios de que el crecimiento **no es resultado de una sola acción**, sino de la suma de decisiones correctas tomadas día a día en cada taller.

En estas fechas decembrinas, queremos agradecer el compromiso, el esfuerzo y la dedicación de todos los que integran esta red.

Les deseamos una **Feliz Navidad y un próspero Año Nuevo**, lleno de salud, Paz y bienestar y nuevos retos que nos impulsen a seguir creciendo juntos.

Heriberto Medina



REFLEXIÓN DE FIN DE AÑO

Al acercarnos al cierre del año, es fundamental que, como red de talleres automotrices franquiciados, realicemos un ejercicio serio y estructurado de análisis sobre los resultados obtenidos. Revisar nuestro desempeño no es únicamente una obligación administrativa; es una práctica estratégica que nos permite fortalecer la operación, mejorar la toma de decisiones y consolidar un crecimiento sostenible en el mercado mexicano.

A lo largo del año, contamos con indicadores clave que reflejan la salud operativa y comercial de cada taller: la cantidad de autos ingresados por mes, la factura promedio, los servicios realizados por vehículo y el costo de partes que determina el margen de rentabilidad por servicio. Revisar los logros alcanzados es un ejercicio necesario que nos permite identificar buenas prácticas que pueden replicarse en toda la red. Cada avance, por pequeño que parezca, es resultado de decisiones correctas tomadas de forma consistente y que han ayudado a varios talleres a alcanzar crecimientos de más de dos dígitos.

Sin embargo, este análisis también nos invita a una reflexión más profunda: ¿qué dejamos de hacer, aun teniendo las herramientas, los recursos y el conocimiento necesarios? En muchos casos, las oportunidades no aprovechadas no se debieron a la falta de infraestructura, capacitación o portafolio de servicios, sino a la falta de apego a procesos y protocolos, así como a falta de seguimiento oportuno y eficaz de prospectos, recomendaciones operacionales que no se tradujeron en mejores resultados. Cada auto que ingresa a nuestros talleres representa una oportunidad única: para generar confianza, para ampliar el alcance del servicio y para mejorar la rentabilidad sin sacrificar la experiencia del cliente. Cuando el número de servicios por auto o la factura promedio no alcanzan su potencial, es momento de preguntarnos qué conversaciones no tuvimos y qué procesos no seguimos con la disciplina necesaria.

Cerrar el año con este nivel de análisis no es un ejercicio de crítica, sino de aprendizaje. Nos permite llegar al próximo ciclo con mayor claridad, con objetivos mejor definidos y, sobre todo, con el compromiso de aprovechar al máximo las herramientas que ya tenemos. El verdadero crecimiento no siempre está en hacer más cosas nuevas, sino en hacer mejor lo que sabemos que funciona.

Que este cierre de año sea una oportunidad para reconocer nuestros logros, aprender de lo que no hicimos, aprovechar al máximo las herramientas que ya tenemos y renovar nuestro compromiso con la excelencia operativa y comercial en cada uno de nuestros talleres con el propósito de que nos vaya siempre mejor.

Atrevámonos a reconocer todo aquello que debemos corregir y ser constantes en todo aquello que nos hace ser mejores, tomemos el impulso para iniciar un nuevo ciclo con mucho ánimo y mejores esfuerzos.



Un motor para Atraer Clientes y fortalecer la confianza

En el entorno actual, la forma en que los clientes eligen un taller automotriz ha cambiado de manera significativa. Hoy, antes de tomar una decisión, la mayoría de los consumidores en México realiza una búsqueda en Google, compara opciones y, sobre todo, lee las reseñas y comentarios de otros clientes. En este contexto, las reseñas positivas ya no son un elemento secundario: se han convertido en una herramienta estratégica para generar flujo, construir confianza y fortalecer la reputación de cada taller y de la marca en su conjunto.

Google es, para muchos clientes, el primer punto de contacto con nuestros talleres. Cuando una persona busca "taller mecánico", "servicio automotriz" o "cambio de aceite" en su zona, los resultados que aparecen —y el orden en que lo hacen— dependen en gran medida de la cantidad, calidad y actualidad de las reseñas. Un taller con buenas calificaciones, comentarios recientes y respuestas profesionales tiene una ventaja clara frente a aquellos que no gestionan activamente su presencia digital.

Las reseñas positivas funcionan como una forma moderna de recomendación. Así como antes un cliente llegaba por la sugerencia de un familiar o un amigo, hoy llega por la experiencia compartida por otros usuarios en línea. Cada comentario favorable reduce la incertidumbre del cliente, transmite confianza y refuerza la percepción de profesionalismo, honestidad y calidad en el servicio. En un sector como el automotriz, donde la confianza es un factor decisivo, este aspecto cobra aún mayor relevancia. Recordemos, ¿cuál es la mejor publicidad?, la recomendación de boca en boca.

Además de generar credibilidad, las reseñas impactan directamente en el flujo de autos hacia los talleres.

meineke



Además de generar credibilidad, las reseñas impactan directamente en el flujo de autos hacia los talleres. Google prioriza en sus resultados locales a los negocios mejor evaluados y más activos. Esto significa que **un taller con una buena calificación promedio y un volumen constante de reseñas tiene mayor visibilidad, aparece con mayor frecuencia en búsquedas cercanas y, por lo tanto, recibe más llamadas, solicitudes de ubicación y visitas físicas.** En términos prácticos, más reseñas positivas se traducen en más oportunidades de ingreso.

Es importante entender que las reseñas no se generan de manera automática. Son el resultado directo de la experiencia que ofrecemos al cliente en cada punto de contacto: desde la recepción del vehículo, la claridad en la explicación del diagnóstico, la transparencia en el presupuesto, el cumplimiento en los tiempos de entrega y el trato posterior al servicio. Una buena reseña no se pide, se gana; pero sí se puede impulsar de manera sistemática cuando existe una cultura de servicio bien definida y aplicada conforme a nuestro Protocolo de Atención y Servicio al Cliente.

Solicitar una reseña debe formar parte del proceso natural de atención al cliente. Cuando un cliente se va satisfecho, agradecido y con su vehículo en mejores condiciones, ese es el momento ideal para invitarlo a compartir su experiencia en Google. También, en el momento de la entrega de nuestras herramientas de atracción como la tarjeta 5° cambio de aceite y los cupones factura, entre otras.

Asimismo, la gestión de reseñas no termina con recibir comentarios positivos. Responder de manera profesional y oportuna, tanto a reseñas favorables como a aquellas que señalan áreas de mejora, demuestra compromiso, cercanía y responsabilidad. **Una respuesta adecuada puede convertir una experiencia regular en una percepción positiva, y una crítica bien gestionada puede fortalecer la imagen del taller ante otros usuarios que leen esa interacción.**

Es importante destacar que las reseñas también ofrecen información valiosa para la operación. Los comentarios de los clientes permiten identificar fortalezas que deben replicarse y áreas de oportunidad que requieren atención. Escuchar al cliente, incluso a través de una reseña digital, es una forma efectiva de mejorar procesos, capacitar al equipo y elevar la calidad del servicio.

En conclusión, **las reseñas positivas en Google son mucho más que una calificación visible en una pantalla. Son una herramienta estratégica para generar flujo hacia los talleres, fortalecer la confianza del cliente y posicionar a nuestra red como una opción confiable y profesional en el mercado automotriz mexicano.** Gestionarlas con disciplina, constancia y enfoque debe ser parte integral de nuestra operación diaria, por favor, empieza a solicitarlas ya.



meineke

meineke

Servicios Clave que protegen al cliente y Generan Negocio

En la operación diaria de los talleres, existen servicios que con frecuencia pasan desapercibidos para el cliente, no porque no sean importantes, sino porque no son visibles.

El líquido de frenos y el anticongelante son dos de los mejores ejemplos. Sin embargo, cuando se comunican correctamente, se convierten en oportunidades claras de venta, de generación de confianza y de fortalecimiento de la relación con el cliente.

El cliente rara vez llega al taller solicitando de manera explícita el cambio de estos fluidos. Generalmente acude por un servicio más evidente: frenos, afinación, suspensión o mantenimiento general. Ahí es donde nuestro papel como asesores cobra mayor relevancia. **No se trata de vender un servicio adicional, sino de proteger la seguridad del vehículo y evitar problemas mayores, explicándolo en un lenguaje simple y enfocado en beneficios.**

En el caso del líquido de frenos, el mensaje debe centrarse en la seguridad y la tranquilidad. Un cliente entiende con facilidad que su capacidad de frenado es crítica, especialmente en el tráfico urbano, carreteras y condiciones variables tan comunes en México. Explicar que el líquido de frenos se degrada con el tiempo, absorbe humedad y pierde efectividad permite conectar el servicio con una preocupación real: la capacidad de detener el vehículo cuando más se necesita. Más que hablar de especificaciones técnicas, el enfoque debe ser claro: cambiarlo a tiempo ayuda a mantener una respuesta de frenado confiable y evita reparaciones más costosas en el sistema. Considera el contar con probador electrónico para demostrar al cliente la condición real de este importante fluido.



meineke



El anticongelante, por su parte, debe comunicarse como un elemento clave para la protección del motor. Muchos clientes creen que solo es relevante en climas extremos o temporadas de frío, cuando en realidad su función principal es regular la temperatura y proteger componentes internos durante todo el año. **Enfocar el mensaje en la prevención es fundamental: un anticongelante en mal estado puede provocar sobrecalentamientos, corrosión interna y fallas que derivan en reparaciones costosas. Cambiarlo a tiempo es una inversión pequeña comparada con el costo de un daño mayor al motor.**

Desde una perspectiva comercial, ambos servicios tienen características ideales para ser ofrecidos de forma complementaria. Son mantenimientos preventivos, de ejecución rápida, con un impacto directo en la seguridad y durabilidad del vehículo. Cuando se integran correctamente en la revisión general, elevan la factura promedio y los servicios por auto, sin generar fricción con el cliente, siempre que la recomendación sea clara, honesta y bien argumentada.

El éxito en la venta de estos servicios no radica en presionar al cliente, sino en educarlo de manera sencilla. Frases como “es un servicio que cuida su seguridad”, “le ayuda a evitar gastos mayores” o “protege el valor de su vehículo” conectan mejor que cualquier explicación técnica. El cliente quiere entender qué gana y qué riesgos evita, no los detalles del producto.

Además, ofrecer oportunamente el cambio de líquido de frenos y anticongelante refuerza la percepción de profesionalismo del taller. El cliente reconoce cuando se le asesora de forma integral y preventiva, no solo cuando algo ya falló

Desde el punto de vista de la red, estos servicios representan una oportunidad consistente para mejorar resultados sin depender exclusivamente de reparaciones mayores. Son servicios alineados con una inspección de mantenimiento bien realizada y con el apoyo de herramientas de diagnóstico adecuadas, recuerda el “ refractómetro” para medir las condiciones del anticongelante.

El cambio oportuno de líquido de frenos y anticongelante debe verse como una oportunidad comercial estratégica, no como un servicio secundario. Cuando se ofrecen con el enfoque correcto —centrado en seguridad, prevención y ahorro a largo plazo— generan valor para el cliente y resultados positivos para el taller.

El reto está en transformar cada inspección en una conversación de confianza y cada recomendación en una oportunidad para cuidar al cliente y fortalecer el negocio.



la fidelización del cliente

En un mercado automotriz cada vez más competitivo, atraer nuevos clientes es importante, pero **lograr que regresen** es lo que verdaderamente garantiza la estabilidad y el crecimiento sostenible de los talleres. La fidelización del cliente no ocurre de manera espontánea; es el resultado de una experiencia consistente, de una relación de confianza y de una propuesta de valor que se extiende más allá de una sola visita. En este contexto, los **programas de beneficios** se convierten en una herramienta estratégica para fortalecer el vínculo con el cliente y asegurar su preferencia en el largo plazo.

El cliente actual en México es más informado, más exigente y tiene múltiples opciones a su alcance. Frente a esta realidad, los programas de beneficios permiten diferenciar a nuestros talleres no solo por la calidad técnica del servicio, sino por la **relación continua** que construimos con cada cliente. Un programa bien estructurado transmite un mensaje claro: **valoramos su preferencia y estamos comprometidos con acompañarlo a lo largo del ciclo de vida de su vehículo.**



La fidelización comienza con la confianza, y esta se construye cuando el cliente percibe coherencia entre lo que prometemos y lo que entregamos. Los programas de beneficios refuerzan esta percepción al ofrecer ventajas claras y tangibles, como descuentos progresivos, servicios adicionales, promociones exclusivas, recordatorios de mantenimiento o beneficios acumulables por frecuencia de visita. Estos elementos generan una razón adicional para regresar, más allá de una necesidad puntual.

En Meineke, contamos con todos estos medios para lograr esta fidelización, recordemos nuestro Sticker recordatorio, los recordatorios de servicios, la llamada de 72 horas, el cupón factura, la tarjeta del 5° cambio de aceite gratis y el carrito de recompensas, entre otras.

meineke

Desde una perspectiva operativa, un cliente fidelizado representa múltiples ventajas. Los clientes recurrentes tienden a visitar el taller con mayor frecuencia, a aceptar más servicios por visita y a mostrar una mayor disposición a seguir las recomendaciones técnicas. Esto impacta directamente en indicadores clave como el flujo de autos, la factura promedio, y la rentabilidad por servicio. Además, el costo de retener a un cliente existente es significativamente menor que el de adquirir uno nuevo, lo que hace de la fidelización una estrategia altamente eficiente.

Otro aspecto clave de la fidelización es el componente emocional. Cuando un cliente se siente reconocido y valorado, desarrolla un vínculo con la marca. Los programas de beneficios bien comunicados y correctamente ejecutados generan una sensación de pertenencia, donde el cliente percibe que forma parte de algo más que una transacción. Este vínculo se traduce en lealtad, recomendación y una mayor tolerancia ante errores ocasionales, siempre que estos sean atendidos con profesionalismo.

Desde la perspectiva de nuestra red, **la fidelización contribuye a fortalecer la marca Meineke a nivel nacional.** Una cadena de talleres con clientes recurrentes y satisfechos proyecta solidez, profesionalismo y confianza. En un mercado como el mexicano, donde la recomendación sigue siendo un factor determinante, **un cliente fidelizado no solo regresa, sino que se convierte en promotor natural del taller.**

En conclusión, la fidelización del cliente a través de programas de beneficios no es una iniciativa complementaria, sino una estrategia central para asegurar el crecimiento sostenible de nuestros talleres. Implementar, comunicar y ejecutar correctamente estos programas requiere disciplina, enfoque y compromiso por parte de todos los equipos, pero los resultados justifican plenamente el esfuerzo.

El reto no es solo atraer clientes, sino construir relaciones duraderas. Aquellos talleres que entiendan el valor de la fidelización y la integren en su operación diaria estarán mejor preparados para enfrentar los retos del mercado y consolidar su posición como la opción preferida de los clientes en el largo plazo.

MEJORES INDICADORES DE LA RED



NOVIEMBRE 2025

VENTAS

AGUILAS	\$ 944,487.00
PATRIOTISMO	\$ 806,487.00
SAN RAFAEL	\$ 802,917.00

AUTOS

SAN RAFAEL	149
METEPEC	149
PATRIOTISMO	147

FACTURA PROMEDIO

AGUILAS	\$ 20,095.00
ZACATECAS	\$ 8,026.00
ATIZAPÁN	\$ 6,606.00

SERVICIOS POR AUTO

AGUILAS	3.5
TULANCINGO	3.3
TAPACHULA	3.3

COSTO DE PARTES

CD JUÁREZ EJE VIAL	25.6%
TULANCINGO	25.6%
SAN RAFAEL	27.3%

meineke[®]

NOVIEMBRE 2025

