

# BOLETÍN

COOPERACIÓN  
2025

- ▶ INFORMACIÓN
- ▶ FORMACIÓN
- ▶ INTEGRACIÓN

**meineke**<sup>®</sup>  
DOING CAR CARE RIGHT

## EDITORIAL / OCTUBRE 2025

- ▶ COMO POTENCIAR LA IMAGEN DE LA MARCA MEINEKE
- ▶ GUÍA PRÁCTICA PARA EL USO SEGURO DE LAS BOLSAS DE AIRE AIRBAGS

- ▶ QUÉ ES MEJOR COOPERAR O COLABORAR
- ▶ LOGROS DE ALGUNAS SUCURSALES CON SUS RESEÑAS EN GOOGLE
- ▶ MEJORES INDICADORES DE LA RED OCTUBRE 2025

**Estimados todos.**

Estamos en un nuevo mes con el firme compromiso de seguir fortaleciendo nuestra red, consolidar nuestra presencia en el mercado y avanzar juntos hacia la excelencia operativa. Cada una de nuestras sucursales es un punto de contacto directo con los clientes, y es ahí donde se construye —día a día— la percepción de nuestra marca. Por ello, en esta edición del boletín **queremos poner el foco en cómo potenciar esa imagen que nos distingue** y que, con buenas prácticas y consistencia, puede convertirse en nuestro mayor diferencial competitivo.

En el artículo principal, “**Cómo potenciar la imagen de la marca: una guía para lograrlo**”, compartimos recomendaciones claras y aplicables para asegurar que cada sucursal refleje el mismo estándar de calidad, orden, servicio y profesionalismo que caracteriza a nuestra franquicia.

También presentamos los **resultados de las sucursales mejor ranqueadas en Google**, un indicador cada vez más relevante para la atracción de nuevos usuarios. Estos logros no solo celebran el esfuerzo individual, sino que también nos muestran prácticas valiosas que pueden replicarse en toda la red.

Compartimos el aprendizaje de la lectura de un libro para descubrir “**¿Qué es mejor: cooperar o colaborar?**” reflexionamos sobre la importancia del trabajo en conjunto y cómo la colaboración genuina entre talleres, equipos y franquiciatarios impulsa la mejora continua y el aprendizaje colectivo.

Además, incluimos una **guía práctica sobre el uso correcto de las bolsas de aire (airbags)**, un tema esencial tanto para la seguridad de los clientes como para la precisión técnica en nuestras operaciones.

Finalmente, compartimos el listado de **las mejores sucursales del mes de octubre**, según los indicadores oficiales de la Franquicia. Este reconocimiento es un testimonio del compromiso diario con la calidad, la atención y la eficiencia.

Los invitamos a leer, compartir, reflexionar y, sobre todo, implementar las ideas y buenas prácticas que aquí presentamos. Cada avance individual fortalece a toda la red. Sigamos sumando esfuerzos para consolidar una marca sólida, confiable y líder en el sector automotriz.

Saludos para todos, con los mejores deseos.

*Heriberto Medina*



COMO POTENCIAR

## LA IMAGEN DE LA MARCA **meineke**<sup>®</sup>

La imagen de marca es importante porque crea confianza, ayuda a atraer y fidelizar clientes, y diferencia a una empresa de la competencia. Una imagen positiva puede mejorar la reputación, aumentar las ventas, la rentabilidad y el valor de la empresa, además de facilitar la expansión a nuevos mercados.

- **Construye confianza:** Una imagen sólida y consistente hace que los clientes confíen en una marca, creando una conexión emocional y aumentando la probabilidad de que elijan sus productos o servicios.
- **Diferencia de la competencia:** Permite destacar en un mercado saturado al transmitir un valor añadido único que va más allá del producto o servicio.
- **Atrae y fideliza clientes:** Una marca con una identidad fuerte y atractiva capta la atención de los consumidores y fomenta la lealtad, lo que se traduce en ventas recurrentes.
- **Aumenta el valor de la empresa:** Una buena imagen de marca fortalece la posición de la empresa, mejorando su reputación y aumentando su valor en el mercado.
- **Mejora la estrategia de marketing:** Una imagen de marca bien definida sirve como base para una estrategia de comunicación coherente y eficiente, lo que puede reducir los costos de marketing.

La imagen de marca en un taller automotriz franquiciado se construye a partir de dos pilares:

- 1. Cumplir y amplificar los estándares corporativos de la franquicia, y**
- 2. Desarrollar diferenciadores locales que fortalezcan la confianza del cliente.**

**Te mostramos a continuación una especie de guía de todo lo que puedes y debe realizar para potenciar la imagen de MEINEKE en tu sucursal.**

## **1. CUMPLIMIENTO IMPECABLE DE ESTÁNDARES DE LA FRANQUICIA**

### **1.1. Imagen visual y limpieza.**

- Mantén impecable: fachada, piso del taller, sala de espera, baños, uniformes y herramientas visibles.
- Verifica periódicamente que la identidad visual (colores, logotipos, señalización) cumpla con el manual corporativo.
- Usa iluminación suficiente, una instalación limpia y bien iluminada transmite profesionalismo inmediato.

### **1.2. Orden y estándares operativos**

- Implementa el principio “todo visible, todo en orden”: estantes, herramientas, refacciones y bahías de trabajo.
- Asegura que los procesos clave (recepción, inspección y diagnóstico, autorización, entrega) se sigan sin excepciones.
- Capacita continuamente al personal según los programas de la franquicia.

Cumplir estándares no solo te mantiene alineado: **eleva la percepción de calidad y consistencia.**

## **2. EXPERIENCIA DEL CLIENTE COMO DIFERENCIADOR**

### **2.1. Primera impresión en la recepción**

- Sonrisa, saludo formal y presentación con nombre.
- Preguntas clave: “¿Cuáles son las necesidades del cliente?”.
- Recepción con la tableta y con el cliente presente para generar transparencia.

### **2.2. Comunicación clara y rápida**

- Notifica cualquier retraso o incidente oportunamente.
- Evita tecnicismos confusos; explica con dibujos, imágenes o videos cuando sea posible.

### **2.3. Entrega profesional del vehículo**

- Explica lo realizado, muestra refacciones cambiadas y presenta recomendaciones de mantenimiento futuro.
- Entrega el auto limpio (interior y exterior) siempre que sea posible.
- Despide al cliente con un “¿Hay algo más que pueda revisar antes de que se retire?”

**Estas acciones construyen confianza emocional, clave para la lealtad en servicio automotriz.**



### 3. GENERACIÓN DE CONFIANZA Y REPUTACIÓN

#### 3.1. Prácticas de transparencia visibles

- Paneles de precios claro y accesible.
- Antes y después de servicios (con evidencia visual).

#### 3.2. Reseñas y reputación digital

- Solicita reseñas positivas en Google tras la entrega del servicio.
- Responde siempre y de forma profesional los comentarios negativos.

### 4. DIFERENCIADORES LOCALES QUE APORTAN VALOR A LA FRANQUICIA

#### 4.1. Experiencia en sala de espera

- Café, agua, Wi-Fi, asientos cómodos, cargadores y música ambiental suave.
- Pantallas con información útil: mantenimiento, cuidado del coche, promociones, seguridad vial.

#### 4.2. Servicios convenientes

- “Servicio exprés” para cambios básicos.
- Recogida y entrega a domicilio (según políticas de la franquicia).
- Programación de citas por WhatsApp.

#### 4.3. Relación con la comunidad local

- Convenios con negocios cercanos.
- Participación en ferias locales o eventos de seguridad vial.
- Charlas gratuitas sobre mantenimiento preventivo.

## 5. LIDERAZGO INTERNO: TU EQUIPO TAMBIÉN ES LA MARCA

### 5.1. Uniformidad y actitud profesional

- Uniformes limpios, bien ajustados y acordes con el manual de marca.
- Capacitación sobre el Protocolo de atención al cliente.

### 5.2. Cultura de servicio

- Reunión semanal de 25-30 minutos para reforzar:
  - Valores, Protocolos, Casos de éxito y áreas de mejora.

### 5.3. Incentivos orientados a la calidad y el cumplimiento.

- Bonos por logro de objetivos, no solo por ventas.
- Reconocimiento oportuno por el mejor desempeño.

## 6. VISIBILIDAD DIGITAL Y MARKETING LOCAL

### 6.1. Redes sociales del taller

#### Comparte:

- Tips de mantenimiento,
- Detrás de cámaras del taller,
- Casos reales (con permiso),
- Promociones aprobadas por la franquicia.

### 6.2. Imagen coherente con la franquicia

- Usa plantillas corporativas.
- No alteres logos ni colores.
- Asegura un tono profesional y alineado a la marca Meineke.





# GUÍA PRÁCTICA PARA EL USO SEGURO DE LAS BOLSAS DE AIRE **(AIRBAGS)**



Las bolsas de aire son uno de los sistemas de seguridad más importantes en cualquier vehículo. Son dispositivos que se inflan explosivamente al detectar una desaceleración brusca o impacto relevante. Su función es reducir lesiones graves en caso de impacto, pero su efectividad depende de un uso adecuado, correcto mantenimiento y condiciones apropiadas dentro del vehículo.

Te presentamos esta guía que resume las mejores prácticas para maximizar su protección.

## 1. Usa siempre el cinturón de seguridad

Los airbags están diseñados para funcionar solo si el ocupante lleva el cinturón puesto.

Sin cinturón, el airbag puede causar lesiones graves por la fuerza del inflado.

## 2. Mantén la distancia correcta al volante

- De 25 a 30 cm entre el pecho del conductor y el centro del volante.
- Evita acercarte demasiado o manejar "pegado" al volante.

Una distancia corta aumenta el riesgo de lesiones por el despliegue.

## 3. Posición correcta del asiento

- Espalda recta, manos a las 9 y 3 del volante, cabeza alineada al reposacabezas.
- Evita reclinar demasiado el asiento: el airbag no te protegerá adecuadamente.



## 4. Los niños nunca van adelante con airbag activado

- Bebés en portabebés: siempre en el asiento trasero, orientados hacia atrás.
- Niños pequeños: también atrás, en sistema de retención adecuado.
- Solo niños mayores y adolescentes pueden viajar adelante, pero con cinturón y asiento erguido.

## 5. No coloques objetos delante o encima del airbag

### Evita:

- Fundas gruesas en el volante
- Sujetadores, porta celulares o adornos
- Objetos sobre el tablero (pueden salir disparados)

## 6. No manipules el módulo del airbag

Nunca lo desmontes, golpees o desarmes. Contiene un propelente químico que puede ser peligroso.

### RECOMENDACIONES GENERALES

1. Mantén el interior del vehículo ordenado

**Objetos sueltos se convierten en proyectiles cuando el airbag se despliega.**

2. Verifica campañas de seguridad (Recalls)

Muchos airbags han sido llamados a revisión en los últimos años, mantente atento a cualquier llamado de la agencia.

**Verifica el VIN del vehículo para asegurarte de que no esté afectado.**

3. Sustituye componentes vencidos

**Algunos airbags tienen vida útil recomendada (10-15 años según fabricante). Revisa manual del vehículo.**

4. Educa al usuario final

**Si gestionas un centro automotriz, explica a los clientes cuándo el sistema SRS requiere revisión y por qué es vital no ignorar la luz de advertencia.**

**DATO ADICIONAL.** La primera marca que implementó las bolsas de aire en sus autos fue Mercedes Benz en 1981. No obstante, en la década de los 70 ya había diseños y planteamientos sobre estos sistemas de seguridad. En 1977 Bosch comienza a fabricar bolsas de aire para los diferentes fabricantes de autos.





# ¿Que es mejor? COOPERAR O COLABORAR

meineke®

COOPERAR  
O  
COLABORAR

Recientemente tuve la oportunidad de leer el libro **"La colaboración comienza con usted"** de: Ken Blanchard, Jane Ripley y Eunice Parisi-Carew, este libro me llama mucho la atención porque señala claramente la diferencia entre **COOPERAR** y **COLABORAR**, yo pensaba que era lo mismo, sin embargo, hay una gran diferencia que vale mucho la pena comentar.

En el libro, los autores señalan que muchos equipos funcionan solo con cooperación, que implica ayudar cuando alguien lo solicita o cuando las circunstancias lo exigen, mientras que colaborar significa trabajar integradamente con un propósito común, compartiendo información, decisiones y responsabilidad por los resultados.

Los autores presentan el Triángulo de la Colaboración, integrado por mentalidad, habilidades y estructura organizacional. La mentalidad colaborativa implica ver a todos como aliados, asumir que los problemas son del equipo y no de individuos aislados, y enfocarse en soluciones y no culpables. **Para un gerente MEINEKE, esta mentalidad se traduce en acompañar al equipo en la resolución de retrasos, inconsistencias en diagnósticos o incumplimientos de estándares de la franquicia** (desapego a protocolos y procesos), promoviendo una cultura donde todos se sienten seguros de comunicar errores y proponer mejoras.

El segundo elemento son las habilidades interpersonales, como escuchar activamente, gestionar conflictos, dar retroalimentación constructiva y negociar acuerdos. **En un centro de servicio automotriz, estas habilidades se hacen evidentes cuando el gerente facilita la comunicación entre áreas:** los técnicos comprenden con claridad lo prometido al cliente, los ejecutivos y gerentes transmiten diagnósticos sin distorsiones, el resultado de la inspección de mantenimiento como es, en estricto apego a la realidad que evidencian los equipos de diagnóstico y los sentidos del técnico. Sin estas habilidades, la experiencia del cliente y la eficiencia operativa se ven seriamente afectadas.



La tercera pieza del triángulo es **la estructura**, que **incluye procesos**, roles y sistemas que hacen que la colaboración sea posible. Los autores recalcan que **la buena voluntad no basta**: debe haber mecanismos que la sostengan. En un centro automotriz esto significa implementar reuniones periódicas (al menos cada semana), protocolos estandarizados de recepción y entrega, roles claramente definidos y alineación estricta con las guías de la franquicia (procesos).

El libro también identifica **barreras comunes** como la competencia interna por servicios facturables, la falta de claridad en procesos y la comunicación deficiente. Para superarlas, los autores recomiendan conversaciones abiertas (juntas de trabajo), metas compartidas (planes de trabajo) e incentivos que premien resultados de equipo. Desde esta perspectiva, **la colaboración se convierte en un motor para mejorar la productividad, la satisfacción del cliente y la estabilidad del personal**.

En resumen, la lectura de este libro, considero que nos permite identificar un marco práctico para que los gerentes de los centros Meineke desarrollen equipos firmemente integrados, eficientes y orientados al cliente, ya que la colaboración no es un acto espontáneo, sino una práctica deliberada que requiere mentalidad, habilidades y estructura.

#### **Para contar con un equipo de trabajo Colaborador mas que Cooperativo, te recomiendo:**

1. Define metas compartidas mediante la elaboración de un Plan de Trabajo Mensual que contemple: Metas, Objetivos, Acciones, Indicadores, Responsables, Recursos, Fechas, etc.
2. Realiza reuniones operativas semanales de 20 minutos para alinear resultados y prioridades.
3. Establece reglas claras de comunicación entre todo el equipo, date tiempo para escuchar la voz de los colaboradores.
4. Capacita al equipo en todos los procesos y protocolos, así como en la escucha activa y retroalimentación constructiva.
5. Reconoce públicamente los logros del equipo, no solo de personas aisladas.
6. Modela siempre la conducta colaborativa: transparencia, apertura y responsabilidad compartida.

**Considera siempre que: La colaboración suele considerarse superior a la cooperación porque implica un mayor nivel de integración, responsabilidad compartida y creación conjunta.**

*meineke*

# COLABORACIÓN





**Google**  
5.0 ★★★★★  
Reseñas

## LOGROS DE ALGUNAS SUCURSALES con sus reseñas en Google

**“Hoy por hoy, muchos clientes se apoyan en el internet (Google) para evaluar (en cantidad de estrellas y comentarios) a los establecimientos que tienen la intención de visitar”.**

**Las reseñas en Google son importantes porque aumentan la confianza del cliente, mejoran la visibilidad en las búsquedas locales, proporcionan retroalimentación valiosa para mejorar el negocio y pueden incrementar las ventas pues son una forma que influye en la reputación online y en la toma de decisiones de compra de los consumidores.**

Recientemente llevamos a cabo un ejercicio con algunas sucursales de la Red para evaluar una Plataforma que ayuda a obtener reseñas para Google y filtrar los comentarios negativos y ser atendidos desde la Franquicia Maestra, los resultados no nos sorprendieron, lo esperado se alcanzó, quedo muy claro que quien se empeña en mejorar sus resultados, lo consigue.

Te presentamos a continuación una muestra de las sucursales que realizaron el mejor esfuerzo y que ahora esperan a cosechar los beneficios.

SUCURSAL	RESEÑAS OCT 25	ESTRELLAS SEP 25	ESTRELLAS OCT 25	RANKING SEP 25	RANKING OCT 25
TULANCINGO	52	4.4	4.7	12	3
PACHUCA	58	4.3	4.4	13	3
TEPEYAC	50	4.2	4.5	6	3
HERMOSILLO	50	4.1	4.4	11	4
BOSQUES	51	4.2	4.4	4	1

**Comienza ya a trabajar en obtener comentarios positivos de tus clientes, el mejor momento para realizarlo es cuando llevas acabo la entrega de tus herramientas de retención ( tarjeta 5° cambio de aceite, cupón factura, carrito de recompensas) y el nivel de satisfacción del cliente es el mejor, confía en ti y en el nivel de calidad del servicio que ofreces, te sorprenderás de los resultados.**

# MEJORES INDICADORES DE LA RED



OCTUBRE 2025

## VENTAS

AGUILAS	\$ 967,920.00
PATRIOTISMO	\$ 901,088.00
CAFETALES	\$ 855,098.00

## AUTOS

METEPEC	174
SAN RAFAEL	152
CD JUAREZ CENTRO	144

## FACTURA PROMEDIO

AGUILAS	\$ 13,254.00
QUERÉTARO	\$ 13,158.00
SAN JUAN DEL RÍO	\$ 7,356.00

## SERVICIOS POR AUTO

QUERÉTARO	5.9
AGUILAS	4.3
SAN JUAN DEL RÍO	3.3

## COSTO DE PARTES

SAN RAFAEL	28.0%
PACHUCA	30.1%
SAN MATEO	30.7%

**meineke®**

OCTUBRE 2025

