

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.

Znajdź okazję. Dodaj wartość. Zgarnij marżę.

JAK ZARABIAĆ NA KUPNIE I SPRZEDAŻY KART KOLEKCJONERSKICH

Jak analizować ceny sprzedaży, oceniać stan,
wybierać karty do gradingu i ograniczać
ryzyko rynkowe



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Jak naprawdę działa rynek kart kolekcjonerskich	17
Rozdział 2 - Jak analizować sprzedane ceny i budować wiarygodną wycenę	27
Rozdział 3 - Jak oceniać płynność, popyt i ryzyko zamrożenia kapitału	38
Rozdział 4 - Jak dokładnie identyfikować kartę, wariant i edycję	50
Rozdział 5 - Jak oceniać stan karty bez gradingu	61
Rozdział 6 - Jak oceniać autentyczność i unikać podróbek	71
Rozdział 7 - Gdzie kupować karty i jak znajdować niedoszacowane oferty	83
Rozdział 8 - Jak kupować całe kolekcje, loty i pakiety kart	95
Rozdział 9 - Jak policzyć zakup przed zapłatą i ustalić cenę maksymalną	108
Rozdział 10 - Kiedy grading ma sens i jak policzyć go przed wysyłką	121
Rozdział 11 - Jak przygotować kartę do sprzedaży i zrobić zdjęcia, które budują zaufanie	137
Rozdział 12 - Jak pisać oferty, ustalać cenę i sprzedawać bez oddawania całej marży	148
Rozdział 13 - Jak pakować i wysyłać karty, aby ograniczyć ryzyko uszkodzeń i sporów	168
Rozdział 14 - Jak zarządzać zapasem, gotówką i ryzykiem rynkowym	182

Rozdział 15 - Jak mierzyć wyniki i budować własny system danych	201
Rozdział 16 - Jak skalować flipping kart bez utraty kontroli nad jakością.....	216
Rozdział 17 - Jak ograniczać oszustwa, błędy, zwroty i ryzyko kontrahenta.....	237
Rozdział 18 - Zaawansowane strategie flippingu i budowanie trwałej przewagi	252
Rozdział 19 - Jak zbudować pełny system zakupu, gradingu i sprzedaży od pierwszego researchu do zamknięcia transakcji	280
Rozdział 20 - Od pierwszego flipa do powtarzalnego biznesu - plan działania	292

INTRO

Rynek kart kolekcjonerskich wygląda z zewnątrz na prosty. Kupujesz kartę taniej, czekasz na odpowiedniego nabywcę i sprzedajesz ją drożej. Czasem wysyłasz egzemplarz do profesjonalnego gradingu, otrzymujesz wysoką ocenę, a wartość karty rośnie. W praktyce pomiędzy zakupem a sprzedażą znajduje się znacznie więcej decyzji, a kilka drobnych błędów wystarczy, aby pozornie świetna okazja zamieniła się w zamrożony kapitał albo stratę.

Najważniejsza różnica między kolekcjonowaniem a flippingiem polega na sposobie podejmowania decyzji. Kolekcjoner może kupić kartę dlatego, że ją lubi, brakuje jej w jego zestawie albo wiąże z nią emocje. Sprzedawca powinien przede wszystkim pytać, czy istnieje wystarczająco płynny rynek, jaka jest rzeczywista cena transakcyjna, ile wyniosą wszystkie koszty i jak duży margines bezpieczeństwa pozostaje po zakupie. Możesz oczywiście jednocześnie lubić karty i na nich zarabiać, ale w momencie podejmowania decyzji inwestycyjnej emocje nie mogą zastępować liczb.

Ta książka nie jest instrukcją szybkiego wzbogacenia się na rzadkich kartach. Nie istnieje niezawodny system pozwalający przewidzieć, która karta za kilka miesięcy podwoi wartość. Ceny zależą między innymi od podaży, popytu, popularności danego zawodnika, postaci lub gry, liczby dostępnych egzemplarzy, nowych wydań, zmian zainteresowania kolekcjonerów i wielu czynników, których nie można kontrolować. Celem jest zbudowanie procesu, który pozwala podejmować lepsze decyzje przy dostępnych informacjach i ograniczać koszt pomyłek.

W flippingu kart największą przewagą często nie jest umiejętność przewidywania przyszłości. Jest nią umiejętność

poprawnego odczytywania teraźniejszości. Jeżeli potrafisz ustalić, za ile podobne egzemplarze naprawdę się sprzedały, odróżnić aktywny rynek od pojedynczych przypadkowych transakcji, właściwie ocenić stan karty i policzyć wynik po wszystkich kosztach, zaczynasz działać na podstawie danych zamiast nadziei. To znacznie mniej efektywne niż polowanie na kartę, która ma wzrosnąć dziesięciokrotnie, ale dużo bardziej użyteczne w powtarzalnym biznesie.

Cena wystawiona nie jest ceną rynkową

Jedną z pierwszych zasad, które trzeba przyjąć, jest rozdzielenie ceny ofertowej od ceny sprzedaży. Sprzedawca może wystawić kartę za dowolną kwotę. Sam fakt, że widzisz trzy podobne egzemplarze po 1000 zł, nie oznacza jeszcze, że rynek uważa je za warte 1000 zł. Mogą wisieć w ofertach od wielu miesięcy właśnie dlatego, że nikt nie chce zapłacić takiej ceny.

Dlatego podstawą analizy są potwierdzone lub możliwie wiarygodne dane o zakończonych transakcjach. Interesuje cię nie tylko ostatnia sprzedaż, ale również rozrzut cen, daty transakcji, liczba sprzedanych egzemplarzy oraz różnice pomiędzy kartami. Dwie pozycje wyglądające identycznie dla początkującego mogą różnić się wariantem, numeracją, językiem, stanem, rodzajem nadruku, edycją, gradingiem albo innym szczegółem mającym znaczenie dla kolekcjonera.

Jedna wysoka transakcja również nie tworzy jeszcze rynku. Jeżeli karta zwykle sprzedaje się znacznie taniej, pojedynczy rekord może wynikać z wyjątkowego stanu, konkretnego wariantu, nietypowej sytuacji aukcyjnej albo danych, których nie potrafisz zweryfikować. Flipper powinien szukać wzorca, a nie najbardziej optymistycznej liczby dostępnej w wynikach wyszukiwania.

W tej książce będziemy więc wracać do koncepcji porównywalnych sprzedaży. Dobry "comp", czyli porównywalna transakcja, powinien dotyczyć możliwie podobnego przedmiotu. Jeśli analizujesz surową, niegradowaną kartę, nie możesz bezpośrednio przyjąć ceny egzemplarza z wysoką oceną gradingową jako jej wartości. Jeśli porównujesz różne warianty, musisz wiedzieć, czy rynek faktycznie wycenia je podobnie.

Marża powstaje przy zakupie

W wielu transakcjach wynik jest w dużej mierze przesądzony jeszcze przed wykonaniem płatności. Jeżeli kupisz kartę zbyt drogo, później możesz wykonać wszystko poprawnie i nadal nie zarobić. Doskonałe zdjęcia, profesjonalny opis i szybka wysyłka nie naprawią zakupu dokonanego przy cenie pozostawiającej zbyt mały margines.

Dlatego będziemy liczyć nie tylko różnicę między ceną zakupu i sprzedaży. Do kalkulacji trzeba włączać wszystkie koszty, które rzeczywiście dotyczą danej transakcji. Mogą obejmować opłaty platformy, płatności, przesyłki, ubezpieczenie, materiały zabezpieczające, grading, przesyłkę do firmy gradingowej i z powrotem, podatki wynikające z twojej sytuacji oraz inne koszty prowadzenia sprzedaży.

Dokładne stawki i zasady poszczególnych platform, operatorów płatności, firm gradingowych i organów podatkowych mogą się zmieniać. Z tego powodu nie należy budować modelu biznesowego na liczbach przeczytanych kiedyś w poradniku. Przed rzeczywistą transakcją sprawdzaj aktualne opłaty i regulaminy w oficjalnych źródłach, a kwestie podatkowe i prawne analizuj zgodnie ze swoim miejscem działalności i sytuacją.

Prosty model powinien odpowiedzieć na jedno pytanie: ile zostanie po sprzedaży, jeżeli założenia będą rozsądne, a nie idealne? Jeśli zysk pojawia się wyłącznie wtedy, gdy karta osiągnie najwyższą cenę, jaką kiedykolwiek widziałeś, masz bardziej zakład na przyszłość niż bezpiecznie skalkulowany flip.

Stan jest częścią produktu

W kartach kolekcjonerskich drobne różnice fizyczne potrafią mieć ogromne znaczenie. Zarysowanie powierzchni, uszkodzony narożnik, whitening na krawędzi, przesunięty nadruk, wgniecenie lub ślad nacisku mogą decydować o tym, czy egzemplarz kwalifikuje się do gradingu i jaka będzie jego potencjalna wartość. Problem polega na tym, że część takich wad jest trudna do zauważenia na zdjęciach wykonanych przez sprzedawcę.

Dlatego nauczysz się oceniać kartę systematycznie, zamiast patrzeć na nią przez kilka sekund i stwierdzać, że "wygląda dobrze". Oględziny będą obejmowały między innymi powierzchnię, narożniki, krawędzie, centrowanie, ślady przechowywania i inne cechy właściwe dla danego rodzaju karty. Ważna będzie także nauka rozpoznawania ograniczeń własnej oceny, szczególnie gdy zakup odbywa się wyłącznie na podstawie fotografii.

Nie będziemy udawać, że domowa ocena pozwala zagwarantować wynik profesjonalnego gradingu. Firma gradingowa stosuje własne kryteria, procedury i skalę, które należy sprawdzić przed wysyłką. Dwie osoby mogą również inaczej oceniać ten sam drobny defekt. Celem wstępnej inspekcji jest więc nie przewidywanie oceny z absolutną pewnością, lecz poprawa jakości decyzji ekonomicznej.

Stan trzeba również przedstawiać uczciwie przy sprzedaży. Wad nie należy ukrywać poprzez odpowiedni kąt zdjęcia, mocne światło, filtr, nieprecyzyjny opis albo inne zabiegi mające skłonić kupującego do błędnej oceny produktu. Krótkoterminowo może to zwiększyć szansę na sprzedaż, ale długoterminowo prowadzi do zwrotów, sporów, negatywnych ocen i utraty reputacji.

Grading nie jest automatycznym sposobem na zwiększenie wartości

Jednym z największych błędów początkujących jest założenie, że wartościową kartę zawsze warto wysłać do gradingu. Sam plastikowy holder i numerowana ocena nie gwarantują zysku. Grading kosztuje, wymaga czasu, generuje ryzyko transportowe i może zakończyć się oceną niższą od oczekiwanej.

Ekonomia gradingu powinna być policzona przed wysyłką. Potrzebujesz realistycznej wartości karty w stanie raw, czyli bez gradingu, kosztu całego procesu oraz możliwych wartości sprzedaży przy kilku rozsądnych wynikach oceny. Następnie trzeba sprawdzić, czy potencjalny wzrost wartości rekompensuje koszt i ryzyko.

Założmy jedynie jako przykład metody, bez przypisywania liczb do konkretnej karty, że kupujesz egzemplarz za kwotę A. Możesz sprzedać go bez gradingu za kwotę B albo wysłać do oceny za łączny koszt C. Wtedy powinieneś przeanalizować wynik przy niższej, średniej i wysokiej ocenie, a nie tylko przy najlepszej możliwej. Jeżeli opłacalność istnieje wyłącznie w najbardziej optymistycznym scenariuszu, grading może być spekulacją, a nie sposobem dodawania wartości.

Ważna będzie również selekcja kart przed wysyłką. Dobra selekcja nie oznacza próby poprawiania karty w sposób niedozwolony lub mogący zostać uznany za modyfikację. Nie będziemy promować przycinania, retuszowania, ukrywania uszkodzeń, manipulowania powierzchnią ani innych praktyk, które mogą wprowadzać kupujących lub graderów w błąd. Rolą sprzedawcy jest ocena, bezpieczne przechowywanie i przygotowanie zgodne z wymaganiami danego usługodawcy, a nie ingerowanie w przedmiot w celu stworzenia fałszywego wrażenia lepszego stanu.

Płynność jest ważniejsza niż imponująca wycena

Karta może być teoretycznie warta dużo i jednocześnie być fatalnym towarem dla flippera. Wszystko zależy od tego, ilu rzeczywistych kupujących szuka tego konkretnego egzemplarza i jak często dochodzi do transakcji. Jeśli podobna karta pojawia się w sprzedaży raz na kilka miesięcy, jej cena może wyglądać atrakcyjnie, ale odzyskanie pieniędzy może wymagać długiego oczekiwania.

Płynność wpływa bezpośrednio na sposób zarządzania kapitałem. Ten sam tysiąc złotych możesz wykorzystać wielokrotnie w roku, jeżeli kupujesz towary sprzedające się szybko, albo zamrozić w jednej karcie oczekującej na odpowiedniego kolekcjonera. Dlatego nie będziemy oceniać okazji wyłącznie przez procent potencjalnej marży.

Jeśli karta za 500 zł daje możliwość zarobienia 100 zł i sprzedaje się stosunkowo regularnie, może być bardziej użyteczna biznesowo niż egzemplarz kupiony za 500 zł z potencjalnym zyskiem 300 zł, na który nabywca pojawia się bardzo rzadko. Oczywiście rzeczywisty wybór będzie zależał od danych, kosztów i strategii, ale zasada pozostaje ważna: kapitał ma swoją prędkość.

Właśnie dlatego nauczysz się patrzeć na zapas jak na portfel pozycji o różnym czasie sprzedaży, ryzyku i potencjale. Nie każda karta musi być natychmiastowym flipem, ale powinieneś wiedzieć, dlaczego ją trzymasz i co musi się wydarzyć, abyś zdecydował się ją sprzedać.

Nie każda karta jest dobrą okazją tylko dlatego, że jest tania

Na rynku wtórnym łatwo ulec wrażeniu, że niska cena automatycznie oznacza okazję. Tymczasem karta może być tania dlatego, że prawie nikt jej nie chce. Może pochodzić z ogromnie wydrukowanej serii, mieć słabą płynność, znajdować się w złym stanie albo należeć do kategorii, w której zainteresowanie szybko spadło.

Podstawowym zadaniem flippera jest więc rozróżnienie ceny niskiej od ceny zaniżonej. Niska cena mówi tylko, ile musisz zapłacić. Cena zaniżona oznacza, że po uwzględnieniu jakości egzemplarza, aktualnego rynku i kosztów istnieje wystarczająca różnica pomiędzy ceną zakupu a możliwą ceną wyjścia.

Będziemy szukać takich różnic w wielu sytuacjach. Sprzedawca może źle opisać wariant, użyć słabych zdjęć, wystawić kolekcję jako całość, potrzebować szybkiej sprzedaży albo po prostu ustawić cenę niższą od aktualnych transakcji. Twoim zadaniem nie będzie wykorzystywanie czyjejś niewiedzy poprzez wprowadzanie jej w błąd. Przewaga ma wynikać z lepszego researchu, szybszego działania, zdolności oceny ryzyka i umiejętności stworzenia lepszej oferty dla kolejnego nabywcy.

Autentyczność jest warunkiem transakcji

Im wyższa wartość karty, tym większe znaczenie ma weryfikacja autentyczności. Podróbki, przeróbki, fałszywe holdery gradingowe, podmienione etykiety i inne formy oszustw mogą pojawiać się tam, gdzie istnieje możliwość zarobienia pieniędzy. Nie wolno zakładać, że produkt jest autentyczny tylko dlatego, że sprzedawca tak twierdzi.

Nie będziemy jednak tworzyć prostego katalogu typu "jeśli karta ma cechę X, na pewno jest oryginalna". Techniki fałszowania się zmieniają, różne serie są produkowane inaczej, a niektóre metody weryfikacji wymagają wiedzy i doświadczenia. Nauczysz się natomiast budować proces kontroli obejmujący pochodzenie przedmiotu, zgodność szczegółów, porównanie z wiarygodnymi egzemplarzami, ocenę sprzedawcy i korzystanie z odpowiednich usług eksperckich tam, gdzie wartość transakcji to uzasadnia.

Jeżeli nie potrafisz wiarygodnie ustalić autentyczności drogiej karty, rozwiązaniem nie jest zgadywanie. Możesz zrezygnować z zakupu albo skorzystać z odpowiedniej weryfikacji. Niewykonany zakup kosztuje zero. Zakup podróbki może oznaczać utratę pieniędzy, spór ze sprzedawcą oraz ryzyko dalszego rozpowszechnienia nieautentycznego przedmiotu.

Źródło zakupu zmienia profil ryzyka

Inaczej analizuje się ofertę renomowanego sprzedawcy z pełną dokumentacją, inaczej prywatne ogłoszenie, a jeszcze inaczej dużą kolekcję sprzedawaną bez dokładnej specyfikacji. Każde źródło może tworzyć okazje, ale każde wymaga innego podejścia do ceny, weryfikacji i zabezpieczenia transakcji.