

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.

JAK ZARABIAĆ NA KUPNIE I SPRZEDAŻY SPRZĘTU FITNESS

Jak kupować duży sprzęt poniżej wartości
rynkowej, odnawiać go i zarabiać
na lokalnym popycie



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Rynek używanego sprzętu fitness	22
Rozdział 2 - Co warto flipować.....	35
Rozdział 3 - Gdzie szukać sprzętu poniżej wartości rynkowej	51
Rozdział 4 - Jak badać lokalny popyt i rzeczywiste ceny...	64
Rozdział 5 - Kalkulacja transakcji i maksymalna cena zakupu	76
Rozdział 6 - Kontakt ze sprzedającym i negocjacje.....	89
Rozdział 7 - Oględziny sprzętu przed zakupem.....	101
Rozdział 8 - Hantle, gryfy, talerze i kettlebells	113
Rozdział 9 - Ławki, stojaki, klatki i sprzęt siłowy.....	126
Rozdział 10 - Bieżnie.....	140
Rozdział 11 - Orbitreki, rowery treningowe i inne cardio	156
Rozdział 12 - Maszyny wielofunkcyjne i duży sprzęt komercyjny	169
Rozdział 13 - Transport, demontaż i bezpieczne przenoszenie	185
Rozdział 14 - Magazynowanie i zarządzanie przestrzenią	200
Rozdział 15 - Czyszczenie, kosmetyka i odnowienie	220
Rozdział 16 - Kompletowanie, rozdzielanie i dodawanie wartości	238
Rozdział 17 - Zdjęcia, ogłoszenie i wycena	258
Rozdział 18 - Sprzedaż lokalna, negocjacje i dostawa	274

Rozdział 19 - Liczby, które pokazują, czy naprawdę zarabiasz	293
Rozdział 20 - Od pojedynczych okazji do systemu flippingowego	306

INTRO

Duży sprzęt, mały rynek kupujących i bardzo konkretna przewaga

Sprzęt fitness jest interesującą kategorią dla handlarza z jednego prostego powodu: wiele osób chce go mieć, ale znacznie mniej osób chce zajmować się jego transportem, czyszczeniem, demontażem, testowaniem i ponownym składaniem. To właśnie ta niedogodność potrafi tworzyć okazję. Bieżnia, orbitrek, ławka treningowa czy zestaw obciążeń mogą mieć realną wartość użytkową, a jednocześnie stać tygodniami w garażu tylko dlatego, że właściciel chce szybko odzyskać przestrzeń.

W wielu innych kategoriach używany przedmiot można zapakować do pudełka i wysłać kurierem. W przypadku dużego sprzętu fitness lokalność jest często integralną częścią modelu biznesowego. Kupujący nie porównuje wyłącznie ceny. Porównuje też odległość, możliwość transportu, stan urządzenia, łatwość odbioru, kompletność, wiarygodność sprzedawcy oraz to, czy sprzęt jest gotowy do natychmiastowego użytkowania.

Dzięki temu osoba dobrze zorganizowana może konkurować nie tylko pieniędzmi. Może zarabiać na logistyce, wiedzy, szybkości działania, przygotowaniu produktu i umiejętności rozwiązywania problemu, którego poprzedni właściciel nie chciał już rozwiązywać.

Nie oznacza to jednak, że wystarczy kupić każdą taną bieżnię i wystawić ją drożej. W sprzęcie fitness łatwo zamrozić pieniądze w czymś ogromnym, ciężkim i mało chodliwym. Jeszcze łatwiej nie zauważyć uszkodzenia, którego naprawa kosztuje więcej niż cały potencjalny zysk.

Dlatego ten biznes zaczyna się nie od szukania najniższej ceny, ale od selekcji.

Nie sprzedajesz żelaza. Sprzedajesz rozwiązanie

Kupujący używaną ławkę treningową nie potrzebuje metalowej konstrukcji. Chce miejsca, na którym może bezpiecznie ćwiczyć. Osoba kupująca hantle nie szuka kawałków żeliwa. Chce gotowego zestawu do domowego treningu. Nabywca bieżni chce urządzenia, które uruchomi, ustawi w odpowiednim miejscu i będzie mógł zacząć używać bez odkrywania kolejnych problemów.

Ta różnica jest podstawą tworzenia wartości. Jeżeli kupisz zakurzony sprzęt stojący w piwnicy, dokładnie go obejrzysz, bezpiecznie wyczyścisz, skompletujesz elementy, sprawdzisz podstawowe funkcje w zakresie, który nie wymaga specjalistycznych kwalifikacji, wykonasz dobre zdjęcia, przygotujesz uczciwy opis i ułatwisz odbiór, nie sprzedajesz już dokładnie tego samego produktu.

Sprzedajesz produkt przygotowany do kolejnego właściciela. Właśnie dlatego proste działania potrafią mieć większe znaczenie niż skomplikowane naprawy. Usunięcie kurzu, poprawne zamontowanie osłony, dokręcenie dostępnego połączenia zgodnie z konstrukcją producenta, posegregowanie talerzy, ułożenie hantli w pary czy znalezienie instrukcji obsługi może zwiększyć atrakcyjność oferty bez ingerowania w urządzenie w sposób ryzykowny.

Nie chodzi o to, żeby ukrywać zużycie. Chodzi o to, żeby usunąć zaniedbanie. Zużycie należy opisać. Wadę należy ujawnić. Brakujący element należy wskazać. Jeżeli urządzenie wymaga specjalistycznej diagnostyki elektrycznej, elektronicznej, mechanicznej albo naprawy dotyczącej bezpieczeństwa użytkownika, nie należy

improwizować. Takie czynności powinny być wykonywane przez osobę posiadającą odpowiednią wiedzę, kwalifikacje i narzędzia. Dobry flipping nie polega na zamienianiu wad w tajemnice. Polega na zamienianiu bałaganu w uporządkowany produkt.

Dlaczego sprzedający oddają wartościowy sprzęt taniej

Sprzęt fitness ma specyficzny cykl życia. Często jest kupowany z bardzo dużym entuzjazmem, intensywnie używany przez pewien czas, później sporadycznie, a następnie zaczyna zajmować miejsce. Z czasem jego wartość dla właściciela może spadać szybciej niż jego rzeczywista wartość rynkowa.

Bieżnia, która kiedyś była centralnym elementem domowej siłowni, może później stać się dużym przedmiotem blokującym pół garażu. Ławka z zestawem ciężarów może przeszkadzać przy przeprowadzce. Orbitrek może zostać w mieszkaniu po zmianie planów treningowych. Sprzęt kupiony do domowego treningu może przestać być potrzebny po powrocie do klubu fitness.

W takich sytuacjach sprzedający czasami optymalizuje zupełnie coś innego niż cenę. Chce szybko opróżnić pokój. Chce zwolnić garaż. Musi zakończyć przeprowadzkę. Nie chce rozkręcać urządzenia. Nie chce organizować transportu. Nie chce odpowiadać przez dwa tygodnie na wiadomości.

Dla handlarza oznacza to możliwość wymiany wygody na marżę. Nie należy jednak zakładać, że każda niska cena oznacza okazję. Czasem niska cena jest po prostu prawidłową ceną uszkodzonego lub nieatrakcyjnego urządzenia. Niekiedy nawet darmowy sprzęt jest za drogi,

jeżeli trzeba poświęcić kilka godzin, samochód, pomoc drugiej osoby i znaczną powierzchnię magazynową, a później nie ma komu go sprzedać. Cena zakupu to dopiero początek rachunku.

Największy błąd: patrzeć tylko na cenę zakupu i sprzedaży

Wyobraź sobie, że widzisz urządzenie wystawione za niewielką część ceny podobnych ofert. Na pierwszy rzut oka wygląda to świetnie. Kupujesz je, przewozisz, czyścisz i wystawiasz ze znacznym narzutem. Problem pojawia się dopiero później.

Do odbioru potrzebna była druga osoba. Sprzęt nie mieścił się do samochodu bez częściowego demontażu. Brakowało jednego elementu. Czyszczenie trwało dwie godziny. Urządzenie zajmowało dużo miejsca. Po wystawieniu okazało się, że w twojej okolicy prawie nikt nie szuka tego modelu.

Po kilku tygodniach obniżasz cenę tylko po to, żeby odzyskać przestrzeń. Na papierze różnica między ceną zakupu i sprzedaży mogła wyglądać atrakcyjnie. W praktyce marża została skonsumowana przez koszty, czas i ryzyko.

Dlatego w tej książce będziemy patrzeć na transakcję szerzej. Każdy zakup powinien uwzględniać nie tylko przewidywaną cenę odsprzedaży, ale również transport, pomoc przy noszeniu, materiały eksploatacyjne, brakujące części, ewentualny serwis, czas pracy, opłaty platformy, koszty płatności, ryzyko zwrotu tam, gdzie ma zastosowanie, magazynowanie oraz prawdopodobny czas sprzedaży.

Można zapisać to bardzo prostym modelem: Przewidywany wynik = realistyczna cena sprzedaży - cena zakupu - wszystkie koszty przygotowania i sprzedaży Ale

nawet ten wzór jest niepełny. Trzeba jeszcze uwzględnić czas i przestrzeń. Sprzęt fitness potrafi mieć bardzo dobrą marżę procentową, a mimo to być fatalnym zakupem, jeżeli blokuje znaczną część magazynu przez kilka miesięcy.

Przestrzeń również jest kapitałem

W flippingu małych produktów można przechować wiele sztuk na jednej półce. Ze sprzętem fitness jest inaczej. Jedna bieżnia może zająć tyle miejsca, co dziesiątki mniejszych przedmiotów. Stojak, ławka, zestaw talerzy i kilka gryfów mogą bardzo szybko zamienić garaż w magazyn.

Dlatego powierzchnia musi być traktowana jak ograniczony zasób. Jeżeli masz miejsce na pięć dużych urządzeń, nie powinieneś pytać wyłącznie: "Czy na tym urządzeniu zarobię?" Lepsze pytanie brzmi: "Czy to jest najlepsze wykorzystanie jednego z moich pięciu miejsc?"

To prowadzi do zupełnie innych decyzji zakupowych. Sprzęt, na którym prawdopodobnie zarobisz niewielką kwotę, ale sprzedasz go szybko, może być lepszy od urządzenia z teoretycznie wysoką marżą, które będzie zajmowało miejsce przez pół sezonu. W tej kategorii rotacja ma ogromne znaczenie. Nie chodzi o to, żeby posiadać dużo sprzętu. Chodzi o to, żeby sprzęt przechodził przez twój system.

Sprzęt fitness nie jest jedną kategorią

Osoba zaczynająca często traktuje wszystkie urządzenia treningowe podobnie. Tymczasem rynek hantli wygląda inaczej niż rynek bieżni, a sprzedaż sprzętu siłowego ma inną logistykę niż sprzedaż roweru treningowego. W praktyce będziemy rozróżniać między innymi sprzęt wolnych ciężarów, ławki, stojaki i klatki treningowe, urządzenia cardio, maszyny siłowe, sprzęt do treningu funkcjonalnego,

akcesoria oraz elementy domowych siłowni sprzedawane w zestawach.

Każda z tych grup ma inne zalety. Wolne ciężary bywają proste konstrukcyjnie i łatwe do oceny, ale są ciężkie w transporcie. Ławki i stojaki mogą wyglądać podobnie, lecz znacząco różnią się stabilnością, kompletnością i zastosowaniem.

Urządzenia cardio oferują możliwość większej wartości pojedynczej transakcji, ale wprowadzają więcej punktów potencjalnej awarii. Maszyny siłowe mogą być atrakcyjne dla konkretnego kupującego, ale ich wymiary potrafią bardzo ograniczyć liczbę zainteresowanych. Akcesoria są łatwe w sprzedaży, lecz pojedyncza transakcja może być zbyt mała, żeby uzasadnić specjalny wyjazd po odbiór. Nie istnieje więc jedna uniwersalna strategia zakupu. Trzeba znać charakter produktu.

Popyt lokalny jest ważniejszy niż internetowa teoria

W wielu kategoriach można sprawdzić zakończone transakcje na dużych platformach i otrzymać stosunkowo dobrą orientację cenową. W przypadku dużego sprzętu fitness lokalny rynek może być znacznie bardziej fragmentaryczny. Cena używanej bieżni w jednym mieście nie musi być dobrym punktem odniesienia dla drugiego miasta.

Dlaczego? Bo transport jest częścią produktu. Jeżeli kupujący musi wynająć samochód, znaleźć drugą osobę, poświęcić pół dnia i przejechać znaczną odległość, atrakcyjna cena przestaje być aż tak atrakcyjna. Dlatego podczas wyceny trzeba analizować nie tylko to, ile podobny przedmiot "jest wart", ale również:

ile podobnych sztuk znajduje się obecnie w rozsądnym promieniu;; od jak dawna są wystawione;; czy ich ceny spadają;; jakie mają wyposażenie;; czy sprzedający oferują transport;; jaki jest ich rzeczywisty stan;; czy sprzęt można łatwo zdemontować;; ilu potencjalnych klientów może go fizycznie odebrać.

Nie wolno też mylić ceny ofertowej z ceną transakcyjną. To, że ktoś wystawił sprzęt za określoną kwotę, nie oznacza, że ktoś chce tyle za niego zapłacić. W całej książce będziemy więc używać realistycznej wartości odsprzedaży zamiast najbardziej optymistycznego ogłoszenia znalezionej w internecie.

Nie kupuj marki. Kupuj popyt

Znana marka może pomagać w sprzedaży, ale sama nazwa nie gwarantuje dobrej transakcji. Wiek urządzenia, stan, model, dostępność części, konstrukcja, funkcje, kompletność i lokalny popyt mogą być równie ważne. Popularny produkt przeciętnej klasy może sprzedać się szybciej niż wysokiej jakości urządzenie przeznaczone dla bardzo wąskiej grupy użytkowników.

Flipper nie powinien zakochiwać się w specyfikacji. Powinien obserwować zachowanie kupujących. Jeżeli stale widzisz określony rodzaj sprzętu pojawiający się i szybko znikający z lokalnych ogłoszeń, jest to cenna informacja. Jeżeli inne urządzenia są miesiącami kopiowane między kolejnymi portalami, to także jest informacja. Twoim celem nie jest stworzenie kolekcji najlepszego sprzętu treningowego. Twoim celem jest obrót zapasem.

Nauczysz się kupować najpierw na papierze

Jedną z najdroższych umiejętności początkującego handlarza jest szybkie podejmowanie decyzji. Problem polega na tym, że szybkość bez procedury często prowadzi do impulsywnych zakupów. Dlatego będziemy tworzyć prosty system oceny oferty jeszcze przed wyjazdem.

Najpierw określasz produkt. Później ustalasz prawdopodobną wartość rynkową. Następnie sprawdzasz ryzyka. Szacujesz transport i przygotowanie. Ustalasz maksymalną cenę zakupu. Dopiero wtedy negocjujesz. Taka kolejność chroni przed jednym z najczęstszych błędów: dopasowywaniem kalkulacji do przedmiotu, który już bardzo chcesz kupić.

Jeżeli najpierw zobaczysz okazję, potem zaczniesz sobie tłumaczyć, dlaczego na pewno ją sprzedasz, a na końcu policzysz koszty, kalkulacja przestaje być narzędziem decyzyjnym. Staje się usprawiedliwieniem. Profesjonalne podejście działa odwrotnie. Liczby mają decydować, czy jedziesz po sprzęt.

Maksymalna cena zakupu

Jednym z najważniejszych pojęć w tej książce będzie maksymalna cena zakupu. Nie oznacza ona ceny, którą chciałbyś zapłacić. Oznacza najwyższą cenę, przy której transakcja nadal spełnia twoje wymagania dotyczące wyniku, kosztów i ryzyka.

Założmy, że po analizie lokalnego rynku szacujesz realistyczną cenę sprzedaży urządzenia na określonym poziomie. Od tej wartości odejmujesz wszystkie prawdopodobne koszty. Następnie odejmujesz minimalną