

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.

JAK ZARABIAĆ NA KUPNIE I SPRZEDAŻY UŻYWANEGO WYPOSAŻENIA GASTRONOMICZNEGO

Jak oceniać urządzenia, koszty transportu
i napraw oraz sprzedawać wyposażenie
lokalnym firmom



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Wybierz sprzęt, który naprawdę da się sprzedać	8
Rozdział 2 - Gdzie szukać okazji i dlaczego sprzęt trafia na rynek.....	12
Rozdział 3 - Jak analizować ofertę przed wyjazdem.....	16
Rozdział 4 - Inspekcja urządzenia przed zakupem.....	19
Rozdział 5 - Jak bezpiecznie testować sprzęt przed zakupem	23
Rozdział 6 - Jak obliczać maksymalną cenę zakupu	27
Rozdział 7 - Jak negocjować zakup i zabezpieczyć warunki transakcji	31
Rozdział 8 - Transport, załadunek i odbiór bez niszczenia marży	34
Rozdział 9 - Czyszczenie i przygotowanie sprzętu do sprzedaży	38
Rozdział 10 - Naprawy, części i decyzja, kiedy zatrzymać inwestowanie.....	41
Rozdział 11 - Jak przygotować ofertę, która budzi zaufanie	44
Rozdział 12 - Jak docierać do lokalnych firm i właściwych kupujących	47
Rozdział 13 - Jak prowadzić oględziny, negocjacje i finalizować sprzedaż.....	50
Rozdział 14 - Jak kupować wyposażenie z likwidowanych lokali i dzielić pakiety	53

Rozdział 15 - Magazynowanie, rotacja i kontrola zamrożonego kapitału	57
Rozdział 16 - Jak wykorzystać sezonowość, moment sprzedaży i lokalny popyt.....	60
Rozdział 17 - Jak ograniczać ryzyko, reklamacje i spory po sprzedaży	63
Rozdział 18 - Jak mierzyć wyniki i rozpoznawać naprawdę opłacalne transakcje.....	66
Rozdział 19 - Jak skalować działalność bez utraty kontroli.	69
Rozdział 20 - Zbuduj własny system powtarzalnego flippingu	72

INTRO

Używane wyposażenie gastronomiczne jest interesującą kategorią dla sprzedawcy, ponieważ większość transakcji nie opiera się wyłącznie na znalezieniu taniego przedmiotu i wystawieniu go drożej. Liczy się umiejętność oceny urządzenia, przewidzenia kosztów przewozu, rozpoznania potencjalnych problemów oraz znalezienia kupującego, dla którego konkretny sprzęt ma realną wartość użytkową. Lodówka gastronomiczna, stół ze stali nierdzewnej czy zmywarka podblatowa mogą wyglądać jak zwykłe wyposażenie firmy, ale z punktu widzenia flippera są aktywami o bardzo różnej płynności, ryzyku i koszcie obsługi. W tej branży zysk często powstaje jeszcze przed zakupem, podczas chłodnej oceny tego, czego nie należy kupować.

Rynek jest szeroki. Restauracje, bary, kawiarnie, piekarnie, firmy cateringowe, food trucki, sklepy spożywcze, hotele i małe zakłady produkcji żywności korzystają z ogromnej liczby urządzeń oraz elementów wyposażenia. Jedne firmy zamykają działalność, inne remontują lokale, wymieniają sprzęt albo przechodzą na inne modele pracy, dzięki czemu regularnie pojawiają się urządzenia używane. Jednocześnie przedsiębiorca otwierający nowy lokal nie zawsze chce lub może wyposażyć go wyłącznie w nowe urządzenia. Dobrze dobrany używany sprzęt może więc znaleźć nabywcę, jeśli jego stan, zastosowanie i cena zostały uczciwie przedstawione.

Ta kategoria różni się jednak od flippingu małych przedmiotów konsumenckich. Sprzęt gastronomiczny bywa ciężki, duży, trudny do magazynowania i kosztowny w transporcie. Nieudany zakup może zajmować kilka metrów kwadratowych przez wiele tygodni, a błędnie oszacowany

przewóz potrafi zniszczyć całą marżę. Dlatego w tej książce nie będziemy koncentrować się wyłącznie na różnicy między ceną zakupu i sprzedaży. Nauczysz się patrzeć na transakcję jako na pełny koszt projektu obejmujący zakup, odbiór, załadunek, transport, czyszczenie, diagnostykę, ewentualną naprawę, przechowywanie, przygotowanie oferty i dostarczenie sprzętu klientowi.

Kluczową umiejętnością będzie rozróżnianie wyposażenia atrakcyjnego handlowo od urządzeń, które tylko wyglądają na okazję. Prosty stół roboczy ze stali nierdzewnej może nie oferować spektakularnej marży procentowej, ale jest łatwy do oceny i trudno ukryć w nim kosztowną awarię. Z kolei zaawansowane urządzenie grzewcze lub chłodnicze może wyglądać znacznie bardziej dochodowo, lecz jedna niesprawna część, trudność z transportem albo brak odpowiedniego zasilania u klienta może całkowicie zmienić wynik transakcji. Celem nie będzie kupowanie najbardziej imponującego sprzętu, ale wybieranie urządzeń, których ryzyko potrafisz właściwie wycenić.

Szczególną uwagę poświęcimy ocenie stanu przed zakupem. Nauczysz się sprawdzać kompletność, widoczne uszkodzenia, zabrudzenia, korozję, elementy zużywalne, drzwi, zawiasy, uszczelki, półki, prowadnice, pokrętła, wyświetlacze, przewody oraz tabliczki znamionowe. Omówimy również rozsądne testy funkcjonalne, które sprzedawca może przeprowadzić bez wchodzenia w obszar wymagający specjalistycznych kwalifikacji. Jeżeli diagnoza lub naprawa dotyczy instalacji elektrycznej, gazowej, chłodniczej albo innych systemów wymagających wiedzy technicznej i uprawnień, właściwym rozwiązaniem jest skorzystanie z kompetentnego fachowca, a nie eksperymentowanie w celu ratowania marży.

W flippingu gastronomicznym ogromne znaczenie ma logistyka. Przed zakupem trzeba wiedzieć nie tylko, czy sprzęt zmieści się do samochodu, ale również jak zostanie wyniesiony z lokalu, czy przejdzie przez drzwi, czy potrzebny będzie wózek, rampa, kilka osób albo samochód z windą. Warto również ustalić, w jakiej pozycji urządzenie powinno być przewożone i jak zabezpieczyć ruchome elementy. Każdy dodatkowy etap tworzy koszt oraz możliwość uszkodzenia. Dlatego dobra oferta kupna zaczyna się od wymiarów, masy, lokalizacji sprzętu, warunków dostępu i realistycznego planu odbioru.

Równie ważna jest możliwość odsprzedaży. Kupując, powinien już wiedzieć, kto potencjalnie może potrzebować danego urządzenia i dlaczego miałby wybrać właśnie używany egzemplarz. Inaczej sprzedaje się uniwersalny stół nierdzewny, inaczej kostkarkę do lodu, piec konwekcyjny, ekspres gastronomiczny, frytownicę czy specjalistyczną maszynę przeznaczoną dla wąskiej grupy lokali. W książce będziemy analizować popyt przez pryzmat zastosowania, rozmiaru, wymagań instalacyjnych, marki, dostępności części, stanu oraz łatwości transportu. Dzięki temu zakup przestaje być zgadywaniem, a zaczyna przypominać ocenę małego projektu inwestycyjnego.

Nie będziemy zakładać, że każde urządzenie trzeba naprawić albo odnowić do stanu niemal fabrycznego. Czasem największą wartość tworzy dokładne czyszczenie, skompletowanie brakujących łatwo dostępnych elementów, wykonanie dobrych zdjęć i rzetelne opisanie stanu. Innym razem opłacalna może być profesjonalna naprawa, ale tylko wtedy, gdy jej koszt i ryzyko pozostawiają rozsądny margines bezpieczeństwa. Będziemy oddzielać poprawę prezentacji od ingerencji technicznej oraz kosmetyczne ulepszenia od

napraw, które powinny zostać wykonane przez odpowiednio przygotowaną osobę. Nie ma sensu ryzykować bezpieczeństwa kupującego ani własnej reputacji dla zwiększenia marży na pojedynczej transakcji.

Sprzedaż do firm wymaga również innego podejścia niż typowa sprzedaż konsumencka. Właściciel restauracji albo osoba odpowiedzialna za wyposażenie lokalu zwykle chce szybko wiedzieć, co dokładnie sprzedajesz, jakie są wymiary, czego urządzenie potrzebuje do pracy, jaki jest jego faktyczny stan, czy można je obejrzeć i jak może wyglądać odbiór. Dobra oferta powinna oszczędzać czas kupującego, a nie zmuszać go do wydobywania podstawowych informacji w serii wiadomości. Nauczysz się tworzyć ogłoszenia, które pomagają przedsiębiorcy podjąć decyzję, oraz prowadzić rozmowy w sposób rzeczowy i bez ukrywania wad.

Istotną częścią całego modelu będzie liczenie maksymalnej ceny zakupu. Cena widoczna w podobnych ogłoszeniach nie oznacza jeszcze ceny, za którą sprzęt rzeczywiście szybko znajdzie nabywcę, dlatego nie można budować kalkulacji wyłącznie na najbardziej optymistycznych ofertach. Trzeba pozostawić miejsce na koszty, nieprzewidziane problemy, negocjacje oraz czas potrzebny do znalezienia klienta. Im bardziej skomplikowane, ciężkie lub specjalistyczne urządzenie, tym większego marginesu bezpieczeństwa może wymagać transakcja. Umiejętność powiedzenia "nie" atrakcyjnie wyglądającej okazji będzie jedną z najważniejszych kompetencji rozwijanych w tej książce.

W kolejnych rozdziałach przejdziemy przez cały proces od wyboru kategorii sprzętu i poszukiwania okazji, przez analizę ofert, inspekcję, testowanie, kalkulację ceny zakupu, logistykę, czyszczenie i przygotowanie do sprzedaży, aż po

tworzenie ofert, negocjacje, sprzedaż lokalnym firmom i skalowanie działalności. Zajmiemy się również zakupami podczas likwidacji lokali, całymi pakietami wyposażenia, sprzedażą pojedynczych urządzeń i dzieleniem większych zestawów na bardziej płynne elementy. Celem nie jest stworzenie modelu opartego na przypadkowym polowaniu na przeceny. Chodzi o zbudowanie powtarzalnego procesu, w którym wiesz, czego szukasz, ile możesz zapłacić, jakie ryzyka akceptujesz i komu prawdopodobnie będziesz mógł później sprzedać sprzęt.

Flipping wyposażenia gastronomicznego może zaczynać się od pojedynczych, prostych przedmiotów i rozwijać wraz z doświadczeniem, przestrzenią magazynową oraz siecią lokalnych kontaktów. Nie musisz od razu kupować całej kuchni z zamykanej restauracji ani zajmować się urządzeniami, których działania nie potrafisz wiarygodnie ocenić. Znacznie rozsądniej jest rozpocząć od kategorii o prostszym ryzyku, nauczyć się lokalnego rynku i dopiero później rozszerzać zakres działania. W tej książce będziemy traktować każdą transakcję jak biznesową decyzję, a nie zakład o to, czy uda się znaleźć kolejnego kupującego.

Rozdział 1 - Wybierz sprzęt, który naprawdę da się sprzedać

Pierwszym błędem początkującego flippera jest traktowanie całego wyposażenia gastronomicznego jako jednej kategorii. Stół ze stali nierdzewnej, kostkarka do lodu, piec konwekcyjny i profesjonalny ekspres do kawy mogą pochodzić z tej samej restauracji, ale mają zupełnie inne profile ryzyka. Różnią się liczbą potencjalnych klientów, trudnością testowania, kosztem transportu, prawdopodobieństwem awarii i wymaganiami dotyczącymi instalacji. Zanim zaczniesz szukać okazji, powinieneś zdecydować, jakie rodzaje wyposażenia jesteś w stanie bezpiecznie kupować, oceniać, magazynować i sprzedawać.

Na początku najlepiej patrzeć na sprzęt przez pryzmat prostoty. Elementy niewymagające zasilania, takie jak stoły robocze, półki, regały, wózki, pojemniki czy niektóre meble ze stali nierdzewnej, zwykle łatwiej ocenić niż urządzenia wykorzystujące energię elektryczną, gaz lub układy chłodnicze. Ich stan można w dużej mierze zweryfikować wizualnie, a ewentualne wady są łatwiejsze do opisu kupującemu. Nie oznacza to automatycznie wysokiej marży, ale zmniejsza liczbę niewiadomych między zakupem a sprzedażą.

Drugą grupą mogą być stosunkowo proste urządzenia elektryczne, które można uruchomić i obserwować bez ingerowania w ich konstrukcję. Nawet tutaj trzeba jednak zachować ostrożność. To, że urządzenie się włącza, nie oznacza jeszcze, że działa prawidłowo pod obciążeniem, osiąga wymagane parametry albo nie ma ukrytej usterki. Sprzedawca może wykonywać bezpieczne testy

przewidziane dla użytkownika, ale diagnozowanie instalacji wewnętrznej, wykonywanie napraw elektrycznych lub obchodzenie zabezpieczeń powinno pozostać zadaniem odpowiednio kompetentnej osoby.

Sprzęt chłodniczy może być atrakcyjny, ponieważ występuje praktycznie w każdym lokalu gastronomicznym, lecz wymaga większej dyscypliny zakupowej. Lodówka lub zamrażarka może wyglądać dobrze, pracować i nawet chłodzić podczas krótkiego testu, a mimo to mieć problem ujawniający się dopiero po dłuższej pracy. Dochodzą do tego uszczelki, wentylatory, sterowanie, odpływy, skraplacze oraz elementy układu chłodniczego. Jeżeli nie potrafisz wiarygodnie ocenić urządzenia bez ingerowania w układ, powinieneś uwzględnić koszt profesjonalnej diagnostyki albo zrezygnować z zakupu.

Jeszcze większej ostrożności wymagają urządzenia gazowe oraz zaawansowane piece, zmywarki, urządzenia grzewcze i maszyny specjalistyczne. Potencjalna cena sprzedaży może być wysoka, lecz koszt pomyłki również rośnie. Nie powinieneś samodzielnie ingerować w instalacje gazowe, systemy zabezpieczeń ani podzespoły, których nie jesteś przygotowany bezpiecznie diagnozować. W flippingu nie wygrywa osoba, która potrafi naprawić wszystko, lecz ta, która potrafi rozpoznać moment, w którym potrzebny jest fachowiec i uwzględnić jego koszt przed zakupem.

Ważna jest także uniwersalność urządzenia. Sprzęt, który może wykorzystać wiele rodzajów lokali, zwykle daje większą grupę potencjalnych kupujących niż maszyna przeznaczona do jednego bardzo specyficznego procesu. Stół gastronomiczny może znaleźć zastosowanie w restauracji, piekarni, cateringu czy zapleczu sklepu, podczas gdy nietypowe urządzenie produkcyjne może interesować tylko

wąską grupę firm. Im węższy rynek, tym bardziej powinien być ostrożny z ceną zakupu i potrzebną przestrzenią magazynową.

Rozmiar również jest częścią produktu. Urządzenie może być wartościowe, ale jeżeli jest bardzo szerokie, głębokie albo ciężkie, część klientów odpadnie tylko dlatego, że nie zmieści się ono do ich lokalu. Zanim kupisz duży sprzęt, zapisz jego rzeczywiste wymiary i zastanów się, czy typowe drzwi, korytarze i zaplecza gastronomiczne pozwolą na jego wniesienie. Duży przedmiot nie jest automatycznie gorszym towarem, ale jego cena zakupu musi uwzględniać mniejszą elastyczność logistyczną.

Dobrym filtrem jest także dostępność informacji. Sprzęt z czytelną tabliczką znamionową, oznaczeniem modelu i dokumentacją jest łatwiejszy do zidentyfikowania niż urządzenie bez żadnych danych. Możesz sprawdzić jego przeznaczenie, wymiary, wymagania instalacyjne i podstawowe cechy, nie zgadując na podstawie wyglądu. Brak tabliczki nie zawsze dyskwalifikuje zakup, ale zwiększa ryzyko i utrudnia przygotowanie wiarygodnego ogłoszenia.

Przed wejściem w nową kategorię warto zastosować prostą checklistę: - Czy potrafię bezpiecznie ocenić podstawowy stan urządzenia? - Czy znam typowych klientów dla tego rodzaju sprzętu? - Czy mogę go odebrać i przechować bez nieproporcjonalnych kosztów? - Czy potrafię jednoznacznie ustalić model i wymagania instalacyjne? - Czy dostęp do części lub serwisu nie wygląda na wyjątkowo trudny? - Czy potencjalna marża pozostawia miejsce na nieprzewidziane koszty? - Czy w przypadku usterki mam realistyczne wyjście inne niż kosztowna naprawa?