

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.



Jak zarabiać na kupnie i sprzedaży używanych książek

Jak rozpoznawać wartościowe wydania, oceniać stan,
tworzyć opłacalne zestawy i sprzedawać
właściwym czytelnikom

JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Jak naprawdę działa rynek używanych książek	21
Rozdział 2 - Jak wybrać nisze, w których warto handlować	31
Rozdział 3 - Gdzie szukać książek do odsprzedaży	47
Rozdział 4 - Szybka selekcja - jak przeglądać setki książek bez tracenia czasu	57
Rozdział 5 - Jak identyfikować wydania, które mogą mieć większą wartość	71
Rozdział 6 - Jak profesjonalnie oceniać stan używanej książki	83
Rozdział 7 - Jak wyceniać używane książki na podstawie realnego rynku	96
Rozdział 8 - Jak obliczyć maksymalną cenę zakupu i nie przepłacać	109
Rozdział 9 - Jak bezpiecznie czyścić i przygotowywać książki do sprzedaży	123
Rozdział 10 - Jak tworzyć opłacalne zestawy książek	136
Rozdział 11 - Jak fotografować książki, żeby kupujący widział dokładnie to, co dostanie	152
Rozdział 12 - Jak pisać tytuły i opisy ofert, które odpowiadają na pytania kupujących	165
Rozdział 13 - Jak wybrać właściwy kanał sprzedaży i dotrzeć do właściwego kupującego	181
Rozdział 14 - Jak handlować książkami kolekcjonerskimi, rzadkimi i specjalistycznymi	193

Rozdział 15 - Jak zorganizować magazyn, ewidencję i kontrolę zapasu	213
Rozdział 16 - Jak pakować i wysyłać książki bez niszczenia marży	227
Rozdział 17 - Jak obsługiwać klientów, negocjacje, zwroty i problemy po sprzedaży	243
Rozdział 18 - Jak mierzyć wyniki i rozpoznawać, co naprawdę zarabia	254
Rozdział 19 - Jak skalować handel używanymi książkami bez utraty kontroli.....	268
Rozdział 20 - Kompletny system od okazji do sprzedaży i plan działania	282

INTRO

Książki, których jedni już nie chcą, a inni właśnie szukają

Rynek używanych książek jest jednym z najbardziej dostępnych segmentów odsprzedaży. Nie wymaga dużego magazynu, specjalistycznych narzędzi ani kosztownego transportu. Towar można znaleźć w domach, na wyprzedażach, w antykwariatach, sklepach charytatywnych, na targach, w serwisach ogłoszeniowych i w całych kartonach sprzedawanych za niewielką część pierwotnej wartości. Jednocześnie różnica pomiędzy książką wartą symbolicznie kilka złotych a egzemplarzem, za który odpowiedni kupujący jest skłonny zapłacić znacznie więcej, może być bardzo duża.

Najważniejsze jest jednak coś innego. W tym biznesie nie zarabia się dlatego, że książka jest stara, gruba, ładna albo kiedyś kosztowała dużo. Zarabia się wtedy, gdy potrafisz kupić konkretną książkę taniej niż wynosi jej realistyczna wartość odsprzedaży i znaleźć odbiorcę, który rzeczywiście jej potrzebuje. To oznacza, że podstawowym narzędziem sprzedawcy nie jest półka ani pudełko do wysyłki. Jest nim umiejętność selekcji.

Używane książki mają jeszcze jedną przewagę. Informacja o produkcie jest zazwyczaj łatwiejsza do ustalenia niż w wielu innych kategoriach. Masz autora, tytuł, wydawnictwo, rok wydania, numer ISBN, język, oprawę, często numer wydania i dodatkowe oznaczenia. Dzięki temu można znacznie precyzyjniej porównywać egzemplarze, analizować dostępność i sprawdzać, czy oglądana książka rzeczywiście odpowiada tej, która została sprzedana za określoną kwotę.

Problem polega na tym, że początkujący sprzedawcy często porównują rzeczy, które wyglądają podobnie, ale podobne nie są. To samo dzieło może istnieć w dziesiątkach wydań. Jedno może być masowym wznowieniem dostępnym wszędzie, inne wydaniem kolekcjonerskim, pierwszym wydaniem, wersją z ilustracjami, egzemplarzem podpisanym przez autora albo publikacją dawno wycofaną z rynku. Sam tytuł książki mówi więc bardzo niewiele.

Ta książka nauczy cię patrzeć głębiej. Nie będziemy budować biznesu na legendach o przypadkowym znalezieniu bezcennego pierwszego wydania na dnie kartonu. Takie historie mogą się zdarzać, ale nie mogą być podstawą powtarzalnego modelu działania. Interesuje nas system, który pozwala oceniać setki zwyczajnych książek i szybko decydować, które warto kupić, które warto sprawdzić dokładniej, które warto połączyć w zestaw, a których najlepiej w ogóle nie zabierać.

Największym błędem jest kupowanie książek zamiast popytu

Osoba rozpoczynająca handel książkami bardzo łatwo zaczyna kupować to, co sama uważa za interesujące. Ładna okładka, znany autor, stary druk, popularny temat albo duża liczba stron mogą tworzyć wrażenie wartości. Rynek nie płaci jednak za nasze wrażenia. Płaci za rzeczywistą kombinację popytu, dostępności, wydania, stanu i wygody zakupu.

Jeżeli na rynku dostępnych jest kilkaset egzemplarzy danego wydania, a nowe oferty pojawiają się szybciej, niż znikają stare, niska cena zakupu nie musi oznaczać okazji. Możesz kupić książkę za bardzo mało i nadal zrobić zły interes, jeśli później będzie leżała na półce przez rok. Z drugiej strony niepozorny podręcznik, lokalna monografia,

niszowy album, książka techniczna albo komplet części serii może znaleźć nabywcę znacznie szybciej, jeżeli podaż jest ograniczona.

Dlatego jedną z najważniejszych zmian sposobu myślenia jest przejście od pytania: "Czy ta książka jest wartościowa?" do pytania: "Czy w tej konkretnej cenie zakupu, w tym wydaniu i w tym stanie istnieje wystarczający popyt, aby sprzedaż była dla mnie opłacalna?" To drugie pytanie zmusza do uwzględnienia kosztów, czasu, konkurencji i realnej ceny sprzedaży. Właśnie w ten sposób myśli sprzedawca, a nie kolekcjoner.

Nie każda stara książka jest cenna

Wiek jest jednym z najbardziej przecenianych kryteriów na rynku książek. Stara książka może być rzadka i poszukiwana, ale może też być stara, powszechna, uszkodzona i praktycznie niesprzedawalna. Miliony książek drukowano w ogromnych nakładach, a część z nich przetrwała do dziś w dużych ilościach.

Znacznie ważniejsze są konkretne cechy egzemplarza. Liczy się dokładne wydanie, nakład, dostępność, znaczenie autora lub tytułu, kompletność, obecność obwoluty, ilustracji, map, dodatków, dedykacji, podpisu czy numeracji, jeśli dany typ publikacji je posiada. W określonych segmentach znaczenie może mieć także konkretne wydawnictwo, tłumaczenie, projekt graficzny, seria wydawnicza albo nazwisko ilustratora.

Nie oznacza to, że masz zostać ekspertem od bibliografii przed pierwszym zakupem. Oznacza tylko, że nie wolno oceniać wartości wyłącznie na podstawie wieku. Jeśli znajdziesz książkę, której nie potrafisz szybko sklasyfikować, właściwą reakcją nie jest automatyczne "biorę, bo jest stara".

Właściwą reakcją jest "sprawdzam, co dokładnie mam przed sobą".

Używane książki to wiele różnych rynków

Mówienie o rynku używanych książek tak, jakby był jednym rynkiem, jest dużym uproszczeniem. Inaczej sprzedaje się popularną beletrystykę, inaczej podręczniki akademickie, inaczej książki dziecięce, inaczej albumy, komiksy, książki specjalistyczne, publikacje regionalne, tytuły wycofane z druku czy egzemplarze kolekcjonerskie.

Kupujący również mają różne motywacje. Jedni chcą przeczytać książkę możliwie tanio. Inni potrzebują konkretnego podręcznika lub konkretnego wydania. Ktoś buduje bibliotekę autora. Ktoś inny szuka brakującego tomu serii. Kolekcjoner może interesować się dokładnie pierwszym wydaniem w określonej obwolucie, a rodzic może po prostu chcieć zestawu dwudziestu książek dla dziecka w rozsądnej cenie.

To prowadzi do jednej z najważniejszych zasad tej książki: Nie sprzedajesz książek wszystkim. Sprzedajesz konkretną książkę konkretnemu typowi kupującego. Im lepiej rozpoznasz odbiorcę, tym łatwiej zdecydować, gdzie wystawić produkt, jak go opisać, co sfotografować i czy sprzedawać go pojedynczo, czy w zestawie.

Zysk zaczyna się przy zakupie

W flippingu wynik finansowy bardzo często zostaje przesądzony jeszcze przed wystawieniem produktu. Jeśli kupisz książkę zbyt drogo, późniejszy dobry opis nie naprawi podstawowego problemu. Jeśli natomiast kupisz odpowiedni egzemplarz ze znacznym marginesem bezpieczeństwa,

masz większą możliwość negocjowania ceny, wyboru kanału sprzedaży i szybszego odzyskania kapitału.

Dlatego każdą transakcję warto analizować od końca. Najpierw oszacuj realistyczną cenę sprzedaży. Następnie odejmij opłaty platformy, koszty przygotowania produktu, materiały wysyłkowe, ewentualne koszty pozyskania, przewidywane rabaty oraz inne koszty związane z konkretnym kanałem. Dopiero wtedy określ maksymalną cenę, którą możesz zapłacić.

Najprostszy schemat można zapisać tak: Realistyczna cena sprzedaży - wszystkie koszty - wymagany zysk = maksymalna cena zakupu. Nie jest to gwarancja wyniku. Cena sprzedaży pozostaje tylko prognozą do momentu faktycznej transakcji. Schemat chroni jednak przed typowym błędem polegającym na kupowaniu produktu, a dopiero potem zastanawianiu się, czy można na nim zarobić.

Przy bardzo tanich książkach szczególnie ważne jest uwzględnienie kosztu pracy. Jeżeli kupujesz egzemplarz za 2 zł i sprzedajesz za 12 zł, różnica 10 zł nie jest automatycznie zyskiem. Musisz jeszcze znaleźć książkę, sprawdzić ją, przewieźć, oczyścić, sfotografować, stworzyć ofertę, przechować, zapakować, obsłużyć kupującego i rozliczyć koszty sprzedaży. Tania książka może być rentowna, ale tylko wtedy, gdy proces jest odpowiednio wydajny.

Szybkość obrotu ma znaczenie równie duże jak marża

Początkujący sprzedawcy często koncentrują się wyłącznie na różnicy między zakupem a sprzedażą. Tymczasem dwa produkty z takim samym zyskiem jednostkowym mogą mieć zupełnie inną wartość biznesową. Wyobraź sobie książkę, na której możesz zarobić 30 zł, ale

przeciętnie czekasz na kupującego bardzo długo. Druga daje tylko 15 zł, ale podobne egzemplarze sprzedajesz regularnie. Jeżeli kapitał i przestrzeń magazynowa są ograniczone, szybszy produkt może być znacznie bardziej atrakcyjny.

Dlatego będziemy analizować nie tylko potencjalną marżę, ale również rotację. W praktycznym biznesie używanymi książkami liczy się kombinacja kilku elementów: zysku na sztuce, prawdopodobieństwa sprzedaży, czasu ekspozycji, nakładu pracy i miejsca zajmowanego przez zapas. Dobre źródło zakupu nie zawsze dostarcza najbardziej wartościowe książki. Czasami większą przewagę daje możliwość regularnego kupowania dużej liczby łatwych do sklasyfikowania egzemplarzy, które szybko przechodzą przez cały proces.

Dlaczego zestawy mogą zmienić ekonomię sprzedaży

Jedną z najważniejszych umiejętności w handlu tanimi książkami jest tworzenie zestawów. Pojedynczy egzemplarz może nie uzasadniać czasu potrzebnego na jego wystawienie i wysyłkę. Pięć lub dziesięć odpowiednio dobranych książek może natomiast stworzyć produkt o znacznie większej wartości dla kupującego.

Kluczowe słowo brzmi "odpowiednio". Losowy karton książek rzadko staje się wartościowy tylko dlatego, że zawiera dużo sztuk. Dobry zestaw rozwiązuje konkretny problem kupującego. Może obejmować serię jednego autora, książki dla dzieci w podobnym wieku, zestaw do nauki języka, książki z określonej dziedziny, materiały dla konkretnej klasy lub grupę tytułów o spójnym temacie.

Wtedy sprzedajesz coś więcej niż sumę poszczególnych egzemplarzy. Sprzedajesz wygodę. Kupujący nie musi szukać pięciu książek u pięciu różnych sprzedawców,

porównywać ofert i płacić za kilka przesyłek. Nie każdy produkt powinien jednak trafić do zestawu. Jeżeli pojedyncza książka ma wysoką wartość albo popyt jest związany z dokładnie tym konkretnym wydaniem, dodanie jej do taniego pakietu może zniszczyć część potencjalnej marży. Umiejętność rozpoznania, co rozdzielić, a co połączyć, będzie jednym z głównych tematów dalszej części książki.

Stan książki nie jest prostą skalą od dobrej do złej

Ocena stanu wydaje się łatwa, dopóki nie zaczniemy porównywać dwóch egzemplarzy tego samego tytułu. Jedna książka może wyglądać niemal idealnie, ale mieć notatki na kilkudziesięciu stronach. Druga może mieć lekko wytartą okładkę, ale czyste wnętrze. Dla różnych kupujących te wady będą miały zupełnie inne znaczenie.

W sprzedaży używanych książek liczy się dokładne opisanie tego, co kupujący rzeczywiście otrzyma. Należy sprawdzać między innymi okładkę, grzbiet, narożniki, blok książki, połączenie stron z oprawą, zabrudzenia, zapach, ślady wilgoci, zapiski, zakreślenia, pieczątki, podpisy właścicieli, brakujące strony i wszystkie elementy dodatkowe.

Niektóre uszkodzenia są głównie kosmetyczne. Inne mogą znacząco wpływać na wartość, bezpieczeństwo przechowywania albo możliwość dalszej sprzedaży. Szczególnej ostrożności wymagają książki z wyraźnymi śladami wilgoci, pleśni lub aktywnego zanieczyszczenia biologicznego. Takiego problemu nie należy maskować ani przedstawiać jako zwykłego zużycia.

W tej książce przyjmiemy prostą zasadę: nie próbujemy sprawić, żeby produkt wyglądał lepiej w opisie, niż wygląda w rzeczywistości. Naszym celem jest rzeczywiście poprawić prezentację i stan tam, gdzie można zrobić to bezpiecznie, a

następnie uczciwie opisać wszystko, czego nie można albo nie należy poprawiać.

Dodawanie wartości nie oznacza renowacji zabytków

W serii KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ. słowo "ulepsz" nie oznacza, że każdy przedmiot należy naprawiać. W przypadku książek często największą wartość dodaje nie renowacja, ale identyfikacja, selekcja, delikatne czyszczenie, kompletowanie, właściwe zdjęcia, dobry opis i dopasowanie oferty do odpowiedniego kupującego.

Usunięcie powierzchniowego kurzu, uporządkowanie zestawu, sprawdzenie kompletności serii i wykonanie czytelnych zdjęć może zwiększyć atrakcyjność produktu bez ingerencji w jego strukturę. Zupełnie czym innym jest profesjonalna konserwacja starych lub wartościowych woluminów. Nieumiejętne klejenie, czyszczenie chemiczne, wybielanie, prasowanie, usuwanie wpisów czy próby naprawy zabytkowej oprawy mogą nieodwracalnie obniżyć wartość książki.

Jeżeli trafisz na egzemplarz potencjalnie rzadki, historyczny lub kolekcjonerski, najlepszą decyzją może być właśnie powstrzymanie się od ingerencji. Przy znaczącej wartości warto skonsultować stan lub sposób konserwacji z osobą posiadającą odpowiednie doświadczenie. Sprzedawca powinien umieć poprawić to, co bezpieczne, ale również rozpoznać moment, w którym dalsza ingerencja staje się ryzykiem.

Dane są lepsze od intuicji

Jedną z największych przewag współczesnego sprzedawcy jest możliwość szybkiego sprawdzania rynku. Problem w tym, że samo znalezienie kilku wysokich cen