

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.
Znajdź okazję. Dodaj wartość. Zgarnij marżę.

JAK ZARABIAĆ NA KUPNIE, NAPRAWIE I SPRZEDAŻY ROWERÓW

Jak znajdować niedoszacowane rowery,
planować opłacalne naprawy i
wykorzystywać sezonowy popyt



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Zrozum rynek, zanim kupisz pierwszy rower ...	14
Rozdział 2 - Jak znajdować niedoszacowane rowery, zanim zrobi to ktoś inny	24
Rozdział 3 - Jak wyceniać rower i obliczać maksymalną cenę zakupu	36
Rozdział 4 - Oględziny przed zakupem - rama, widelec, koła i elementy bezpieczeństwa	48
Rozdział 5 - Napęd, łożyska i części eksploatacyjne - gdzie najłatwiej stracić marżę	62
Rozdział 6 - Jak planować naprawy, żeby zwiększać wartość, a nie tylko wydawać pieniądze	74
Rozdział 7 - Czyszczenie, kosmetyka i przygotowanie roweru do sprzedaży	88
Rozdział 8 - Zdjęcia i ogłoszenie, które zamieniają przygotowany rower w produkt	101
Rozdział 9 - Negocjacje, kontakt z kupującym i obrona marży	115
Rozdział 10 - Bezpieczna finalizacja transakcji, wysyłka i dokumentowanie sprzedaży	127
Rozdział 11 - Sezonowość, moment zakupu i zarządzanie zapasem	141
Rozdział 12 - Jak zbudować stałe źródła rowerów i kupować poza publicznymi ogłoszeniami	152
Rozdział 13 - Jak skalować flipping rowerów bez utraty kontroli nad kosztami i jakością	169

Rozdział 14 - Liczby, które naprawdę pokazują, czy flipping rowerów jest opłacalny.....	186
Rozdział 15 - Jak zarządzać ceną, obniżkami i wyjściem z niesprzedającego się roweru	206
Rozdział 16 - Prawo, uczciwość, odpowiedzialność i reputacja sprzedawcy	221
Rozdział 17 - Droższe rowery, e-bike'i i projekty wysokiego ryzyka	238
Rozdział 18 - Jak zwiększać wynik bez kupowania coraz większej liczby rowerów	252
Rozdział 19 - Kompletny system flippingu rowerów - od alertu do ponownego wykorzystania kapitału	278
Rozdział 20 - Od pierwszego roweru do powtarzalnego biznesu	289

INTRO

Handel używanymi rowerami wygląda na prosty biznes. Kupujesz rower taniej, czyścisz go, wymieniasz kilka części, robisz zdjęcia i sprzedajesz drożej. W praktyce właśnie pomiędzy słowami "kupujesz" i "sprzedajesz" znajduje się niemal cała przewaga dobrego handlarza. Trzeba umieć ocenić, czy rower rzeczywiście jest okazją, przewidzieć koszt przywrócenia go do atrakcyjnego stanu, rozpoznać wady mogące pochłonąć marżę oraz wiedzieć, kiedy lepiej zrezygnować z zakupu.

Rower jest interesującym produktem do odsprzedaży, ponieważ łączy kilka cech sprzyjających flippingowi. Jest przedmiotem użytkowym, ale jednocześnie jego wartość zależy od marki, typu, wyposażenia, stanu technicznego, wyglądu, rozmiaru i sezonu. Dwa podobnie wyglądające rowery mogą mieć zupełnie inną wartość rynkową. Jeden po dokładnym czyszczeniu i podstawowym serwisie może szybko znaleźć kupującego, drugi może wymagać kosztownych części, specjalistycznych narzędzi albo pracy warsztatu, która zlikwiduje cały potencjalny zysk.

Najważniejszą umiejętnością nie jest więc naprawianie rowerów. Najważniejszą umiejętnością jest podejmowanie dobrych decyzji ekonomicznych przed zakupem. Naprawa jest tylko jednym ze sposobów dodawania wartości. Czasami największy zwrot przynosi nie wymiana komponentów, ale dokładne mycie, regulacja, prawidłowe ustawienie roweru, usunięcie drobnych zaniedbań, skompletowanie brakujących elementów, lepsze zdjęcia i przygotowanie rzetelnego ogłoszenia.

Ta książka pokazuje flipping rowerów jako proces biznesowy, a nie hobby polegające na kupowaniu

przypadkowych jednośladów. Każdy zakup powinien mieć uzasadnienie. Powinieneś wiedzieć, komu prawdopodobnie sprzedasz dany rower, ile realistycznie może być wart po przygotowaniu, jakie koszty mogą pojawić się po drodze oraz jaka cena zakupu pozostawia wystarczający margines bezpieczeństwa.

Nie oznacza to, że trzeba znać każdy model roweru i każdą część dostępną na rynku. Znacznie ważniejsze jest stworzenie systemu pozwalającego szybko rozpoznać sytuacje wartę dalszego sprawdzenia. Dobry flipper nie próbuje wiedzieć wszystkiego z pamięci. Wie natomiast, co sprawdzić, gdzie szukać informacji, które elementy mają największy wpływ na wartość i kiedy brak wiedzy powinien powstrzymać go przed zakupem.

Marża powstaje przy zakupie

Jednym z najczęstszych błędów początkujących jest zakładanie, że zysk można "zrobić" podczas sprzedaży. W rzeczywistości większość potencjalnego wyniku finansowego zostaje określona w chwili zakupu. Jeżeli zapłacisz zbyt dużo za rower, późniejsze czyszczenie, zdjęcia i negocjacje mogą już nie wystarczyć.

Przed zakupem warto myśleć według prostego modelu: przewidywana cena sprzedaży - wszystkie koszty - wymagany margines bezpieczeństwa = maksymalna rozsądna cena zakupu. Do kosztów nie należy zaliczać wyłącznie części. Trzeba uwzględnić również transport, materiały eksploatacyjne, ewentualną usługę serwisową, opłaty platformy, koszty płatności lub dostawy, jeśli występują, oraz wartość własnego czasu, jeżeli dana transakcja wymaga wielu godzin pracy. Konkretnie opłaty i zasady platform mogą się zmieniać, dlatego zawsze należy

sprawdzać aktualne warunki bezpośrednio u operatora serwisu sprzedażowego.

Załóżmy dla przykładu, że po analizie podobnych ofert oceniasz potencjalną wartość przygotowanego roweru na 1500 zł. Przewidujesz 200 zł kosztów części i materiałów oraz chcesz zachować co najmniej 300 zł rezerwy na własną marżę i niespodziewane wydatki. W takim uproszczonym modelu maksymalna cena zakupu wynosiłaby 1000 zł. Jeżeli sprzedający oczekuje 1350 zł, rower może być atrakcyjny dla użytkownika końcowego, ale niekoniecznie dla osoby planującej odsprzedaż. Nie chodzi o to, aby każdą transakcję zamieniać w skomplikowany arkusz kalkulacyjny. Chodzi o wyrobienie nawyku liczenia przed zakupem, a nie po nim.

Tani rower nie zawsze jest okazją

Niska cena potrafi działać na wyobraźnię. Ogłoszenie pojawia się kilka minut temu, sprzedający chce szybko zamknąć transakcję, a cena wydaje się zdecydowanie niższa od ofert podobnych rowerów. To właśnie w takim momencie najłatwiej zrezygnować z procedury oceny i kupić pod wpływem poczucia, że ktoś inny zaraz zabierze okazję.

Tymczasem najdroższym rowerem może okazać się ten kupiony wyjątkowo tanio. Pęknięta rama, poważnie uszkodzony widelec, zużyty napęd, problematyczne koła, niesprawne amortyzatory, nietypowe standardy części albo kilka mniejszych wad występujących jednocześnie mogą szybko zmienić pozorną okazję w projekt bez ekonomicznego sensu. Szczególnej ostrożności wymagają elementy związane z bezpieczeństwem. Jeżeli nie masz kompetencji pozwalających prawidłowo ocenić ramę, widelec, hamulce, układ kierowniczy, koła, amortyzację lub

inne kluczowe elementy, właściwym rozwiązaniem może być konsultacja z profesjonalnym serwisem.

Ta książka będzie wyraźnie rozróżniać proste czynności możliwe do wykonania samodzielnie od prac, przy których potrzebna jest odpowiednia wiedza, doświadczenie, narzędzia albo pomoc specjalisty. Celem nie jest maksymalizacja marży za wszelką cenę. Celem jest zbudowanie powtarzalnego procesu, w którym ryzyko jest kontrolowane, a sprzedawany rower zostaje opisany uczciwie.

Nie każdy rower powinien być naprawiany tak samo

Jedną z najważniejszych zasad flippingu jest dopasowanie zakresu przygotowania do wartości produktu i oczekiwań przyszłego kupującego. Inaczej należy podejść do niedrogiego roweru miejskiego kupowanego przez osobę potrzebującą prostego środka transportu, inaczej do roweru szosowego dla świadomego entuzjasty, a jeszcze inaczej do roweru górskiego z bardziej zaawansowanym osprzętem.

Wymiana części tylko dlatego, że są zużyte wizualnie, ale nadal prawidłowo działają, nie zawsze zwiększy cenę sprzedaży o wartość poniesionego kosztu. Z drugiej strony pozostawienie taniego, lecz mocno widocznego problemu może znacząco obniżyć atrakcyjność całego roweru. Trzeba więc nauczyć się rozróżniać naprawy konieczne, naprawy poprawiające sprzedaż i wydatki, które wyglądają profesjonalnie, ale mają słaby zwrot.

Przykładowo nowe chwytaki, dokładnie wyczyszczony napęd, wyregulowane przerzutki, prawidłowe ciśnienie w oponach i estetycznie ustawione elementy kokpitu mogą zmienić pierwsze wrażenie za stosunkowo niewielki koszt. Natomiast wymiana całego napędu na droższy tylko po to,

aby wpisać w ogłoszeniu nazwę lepszej grupy osprzętu, może nie przynieść proporcjonalnego wzrostu ceny. Każda naprawa powinna przejść przez jedno pytanie: czy zwiększy bezpieczeństwo, funkcjonalność, wiarygodność albo wartość sprzedażową na tyle, aby uzasadnić koszt i czas?

Sezonowość jest częścią modelu biznesowego

Rowery nie sprzedają się przez cały rok w identyczny sposób. Popyt zależy od pogody, pory roku, lokalizacji, rodzaju roweru, aktywności rekreacyjnej kupujących i wielu innych czynników. Nie trzeba jednak przewidywać rynku z dokładnością do konkretnego tygodnia, aby wykorzystać sezonowość.

Znacznie ważniejsze jest zrozumienie podstawowej zależności pomiędzy momentem zakupu, przygotowaniem zapasu i okresem zwiększonego zainteresowania. Rowery kupione poza szczytem popytu mogą czasami oferować lepszy potencjał negocjacyjny, ale jednocześnie wymagają kapitału oraz miejsca do przechowywania. Zakup większej liczby rowerów przed sezonem może zwiększyć możliwości sprzedaży, lecz zwiększa również ryzyko zamrożenia pieniędzy w źle dobranym towarze.

Sezonowość nie oznacza więc prostego schematu "kup zimą, sprzedaj wiosną". Różne segmenty zachowują się inaczej, a lokalne warunki mogą znacząco wpływać na popyt. W praktyce trzeba obserwować rynek, liczbę podobnych ofert, tempo znikania atrakcyjnych ogłoszeń i reakcję kupujących na własne ceny. W dalszej części książki będziemy wykorzystywać sezon nie jako teorię, lecz jako element planowania zakupów, zapasu, cen i momentu wystawienia roweru.

Najpierw określ, komu chcesz sprzedawać

Wielu początkujących kupuje rower dlatego, że podoba im się jego wygląd albo rozpoznają markę. Dopiero później zastanawiają się, kto miałby go kupić. Lepsza kolejność jest odwrotna. Przed transakcją powinienś umieć stworzyć prosty profil potencjalnego klienta. Czy będzie to osoba szukająca taniego roweru do dojazdów? Rodzic kupujący rower dla dziecka? Początkujący użytkownik roweru górskiego? Ktoś szukający lekkiego roweru szosowego? Osoba zainteresowana modelem trekkingowym do dłuższych wyjazdów?

Każda z tych grup zwraca uwagę na inne elementy. Dla jednej kluczowa będzie niska cena i gotowość do jazdy. Dla innej masa, geometria, rozmiar ramy i konkretne komponenty. Jeszcze inny klient może przywiązywać dużą wagę do estetyki, wyposażenia dodatkowego i możliwości natychmiastowego odebrania sprawnego roweru. Jeżeli wiesz, kto jest prawdopodobnym kupującym, łatwiej zdecydować, jakie rowery wyszukiwać, które usterki warto usuwać i jak tworzyć ogłoszenia.

Największą wartością jest pewność

Kupujący używany rower często mierzy się z problemem informacji. Nie wie, jak rower był używany, czy sprzedający zna jego historię, czy wszystkie usterki zostały ujawnione i czy po zakupie nie pojawi się konieczność natychmiastowego wydania kolejnych pieniędzy.

To oznacza, że przewagą sprzedawcy może być nie tylko niższa cena lub lepszy sprzęt. Można również sprzedawać większą pewność. Dokładny opis stanu, dobre zdjęcia, pokazanie śladów użytkowania, przedstawienie wykonanych

prac i niewymyślanie historii roweru zwiększają wiarygodność. Jeżeli czegoś nie wiesz, lepiej napisać, że nie masz potwierdzonej informacji, niż budować fałszywą narrację. Uczciwy opis nie oznacza ekspozowania roweru w najgorszym możliwym świetle. Oznacza prezentowanie go atrakcyjnie, ale bez ukrywania informacji istotnych dla decyzji kupującego.

Ta zasada jest szczególnie ważna przy wadach związanych z bezpieczeństwem. Nie należy maskować pęknięć, luzów, uszkodzeń konstrukcyjnych, problemów z hamowaniem ani innych usterek, które mogą mieć znaczenie dla użytkownika. Jeżeli stan elementu budzi wątpliwości, powinien zostać właściwie sprawdzony przed sprzedażą.

Rynek trzeba badać na podstawie transakcji, nie marzeń sprzedających

Cena widoczna w ogłoszeniu nie jest dowodem wartości roweru. Jest wyłącznie ceną, którą ktoś próbuje uzyskać. Szczególnie w przypadku bardziej wartościowych modeli można znaleźć oferty wiszące przez wiele tygodni, których właściciele nie chcą obniżyć ceny.

Podczas analizy rynku trzeba więc patrzeć szerzej. Porównuj modele o podobnej specyfikacji, rozmiarze, wieku i stanie. Obserwuj, które ogłoszenia szybko znikają, jakie ceny są obniżane i jakie rowery pozostają niesprzedane. Jeżeli platforma udostępnia dane o zakończonych transakcjach, mogą one być bardziej użyteczne niż same aktywne oferty.

Warto również prowadzić własną historię sprzedaży. Po kilkudziesięciu transakcjach twoje własne dane mogą okazać się cenniejsze niż ogólne opinie znalezione w internecie. Będziesz wiedzieć, jakie typy rowerów sprzedają się u ciebie

szybko, gdzie najczęściej pojawiają się ukryte koszty oraz na jakich zakupach osiągasz najlepszy zwrot z kapitału i czasu.

Flipping to obrót kapitałem

Można zarobić dużo na jednej transakcji i jednocześnie prowadzić słaby biznes. Jeżeli rower zajmuje miejsce przez pół roku, wymaga kilku wizyt w serwisie i blokuje znaczną część dostępnego kapitału, wysoka nominalna marża nie musi oznaczać dobrego wyniku.

Dlatego w tej książce będziemy analizować nie tylko kwotę zysku, ale również szybkość obrotu. Zarobienie 300 zł na rowerze sprzedanym w tydzień może być bardziej interesujące niż 700 zł na egzemplarzu, który wymaga czterech miesięcy oczekiwania i dużego zaangażowania.

Wraz ze wzrostem skali dochodzi jeszcze jeden czynnik: miejsce. Rowery są duże. Kilka niesprzedanych sztuk można przechować stosunkowo łatwo, ale przy większej liczbie szybko pojawia się problem organizacji, zabezpieczenia, dostępu i ryzyka przypadkowych uszkodzeń. Z tego powodu wybór towaru powinien uwzględniać nie tylko potencjalną marżę, ale również prawdopodobne tempo sprzedaży.

Nie musisz zaczynać od drogich rowerów

Droższy rower nie oznacza automatycznie lepszego flippingu. Większa wartość zakupu może oznaczać większy zysk kwotowy, ale zwykle zwiększa również ekspozycję na ryzyko. Błąd w ocenie ramy, amortyzatora, kół lub napędu może być znacznie bardziej kosztowny niż w prostym rowerze miejskim.

Początek warto potraktować jako etap budowy kompetencji i danych. Kilka prostszych transakcji pozwala