

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.

JAK ZARABIAĆ NA KUPOWANIU I SPRZEDAŻY ZEGARKÓW

Jak rozpoznawać wartościowe modele,
unikać podróbek i sprzedawać
z odpowiednią marżą



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Jak naprawdę działa rynek zegarków używanych	8
Rozdział 2 - Marki, modele, referencje i segmenty, które trzeba rozumieć.....	15
Rozdział 3 - Mechanizmy, serwis i koszty techniczne, które mogą zjeść marżę	22
Rozdział 4 - Stan, kompletność, dokumentacja i proweniencja	30
Rozdział 5 - Skąd kupować zegarki i jak odróżniać okazję od problemu.....	38
Rozdział 6 - Autentyczność, podróbki, składaki i części nieoryginalne	46
Rozdział 7 - Jak wyceniać zegarki i obliczać realną marżę	55
Rozdział 8 - Negocjacje, cena zakupu i zamykanie dobrej transakcji	62
Rozdział 9 - Jak przygotować zegarek do sprzedaży, zrobić dobre zdjęcia i napisać opis, który budzi zaufanie	70
Rozdział 10 - Gdzie sprzedawać zegarki i jak wybrać kanał, który daje najlepszy wynik	78
Rozdział 11 - Bezpieczne płatności, wysyłka, ubezpieczenie i spory.....	86
Rozdział 12 - Ewidencja kosztów, podatki, przepływy pieniężne i kontrola kapitału	94
Rozdział 13 - Kradzież, przechowywanie, ubezpieczenie i bezpieczeństwo fizyczne	103

Rozdział 14 - System operacyjny: od przyjęcia zegarka do gotowej oferty	112
Rozdział 15 - Jak budować zapas zegarków, który zarabia zamiast tylko dobrze wyglądać	121
Rozdział 16 - Złe zakupy, straty i moment, w którym trzeba wyjść z transakcji	128
Rozdział 17 - Jak zwiększać marżę bez podejmowania coraz większego ryzyka	136
Rozdział 18 - Skalowanie handlu zegarkami: ludzie, procesy, reputacja i kontrola jakości	144
Rozdział 19 - Plan działania: od pierwszego zakupu do powtarzalnego systemu	153
Rozdział 20 - Zasady, które chronią marżę i pozwalają zostać na rynku na długo	161

INTRO

Zegarek jest jednym z nielicznych produktów, które mogą jednocześnie pełnić funkcję użytkową, kolekcjonerską, modową, techniczną i finansową. Dwa pozornie podobne egzemplarze potrafią osiągać zupełnie inne ceny, ponieważ jeden ma właściwą referencję, oryginalną tarczę, kompletną bransoletę, udokumentowany serwis i jasne pochodzenie, a drugi został mocno wypolerowany, wyposażony w części zamienne albo złożony z niepasujących elementów. Odsprzedaż zegarków może być dochodowa, ale marża zwykle wynika z lepszego rozumienia produktu, kupującego, kosztów i ryzyka, a nie z samego szczęścia.

Podstawowy proces obejmuje rozpoznanie modelu, potwierdzenie autentyczności, ocenę stanu i kompletności, oszacowanie kosztu serwisu, porównanie rzeczywistych transakcji, bezpieczny zakup oraz wiarygodną prezentację. Każdy z tych etapów może zmienić wartość o kwotę większą niż planowany zysk. Dlatego początkujący powinien zaczynać od segmentu, który potrafi badać, oraz od kwot pozwalających przeżyć pomyłkę bez utraty całego kapitału.

Referencja ma większe znaczenie niż potoczna nazwa. W obrębie jednej linii mogą występować różne mechanizmy, rozmiary koperty, tarcze, bransolety, lata produkcji i warianty regionalne. Numer referencyjny, seryjny, oznaczenia dekla, mechanizmu i zapięcia trzeba interpretować razem. Pojedynczy zgodny element nie dowodzi, że cały zegarek jest poprawny.

Autentyczność nie jest prostym wyborem między oryginałem a podróbką. Zegarek może mieć oryginalną kopertę i mechanizm, lecz późniejszą tarczę, wskazówki, koronkę, bezel, szkło lub bransoletę. Części serwisowe mogą

być prawidłowe technicznie, a mimo to wpływać na wartość kolekcjonerską. Opis powinien rozróżniać to, co wiadomo, od tego, czego nie udało się potwierdzić. Przy droższych egzemplarzach profesjonalna ekspertyza jest kosztem kontroli ryzyka, nie zbędnym dodatkiem.

Stan trzeba oceniać zarówno wizualnie, jak i technicznie. Rysy, wgniecenia, polerowanie, korozja, wilgoć, ślady otwierania, zużycie bransolety, stan tarczy i wskazówek wpływają na cenę. Dokładność chodu, rezerwa, działanie koronki, datownika i komplikacji wskazują na możliwy zakres serwisu, ale domowy test nie zastępuje zegarmistrza. Deklaracji o wodoodporności nie należy składać bez aktualnego, właściwego badania.

Kompletność często zwiększa atrakcyjność oferty. Pudełko, karta gwarancyjna, instrukcje, ogniwa bransolety, metki, rachunek i dokumenty serwisowe mogą potwierdzać historię oraz ułatwiać sprzedaż. Nie wolno jednak traktować akcesoriów jako samodzielnego dowodu autentyczności, ponieważ również bywają podmieniane. Najważniejsza pozostaje zgodność całego zestawu.

Cena ofertowa nie jest wartością rynkową. Analizuj zakończone transakcje dotyczące tej samej referencji, wariantu, konfiguracji i zbliżonego stanu. Uwzględniaj kraj, walutę, podatki, prowizje, kursy, koszt serwisu, przesyłkę, ubezpieczenie i warunki gwarancji. Rekordowa cena za kompletny egzemplarz po świeżym serwisie nie jest właściwym punktem odniesienia dla zegarka bez historii i wymagającego naprawy.

Przed zakupem wyznacz maksymalną cenę: od ostrożnej ceny sprzedaży odejmij wszystkie przewidywane koszty, rezerwę na nieznane problemy oraz wymaganą marżę. W zegarkach pozornie drobna wada mechanizmu albo brak

charakterystycznego elementu potrafi pochłoniąć cały zysk. Jeżeli transakcja opłaca się tylko przy idealnym scenariuszu, ryzyko jest zbyt duże.

Pochodzenie ma znaczenie. Wiarygodna historia właścicielska, faktury, raporty serwisowe i zgodność danych ograniczają ryzyko zakupu rzeczy kradzionej, obciążonej sporem albo niezgodnej z opisem. Weryfikuj sprzedawcę i numery w zakresie dozwolonym prawem, korzystaj z bezpiecznych metod płatności, dokumentuj przekazanie i nie ulegaj presji na transakcję poza chronionym kanałem.

Ta książka przeprowadzi cię przez wybór segmentu, badanie marek i referencji, ocenę autentyczności, analizę stanu, mechanizmy i serwis, kompletność, wycenę, negocjacje, zakup osobisty oraz zdalny, fotografowanie, opis, wybór kanału sprzedaży, wysyłkę, ubezpieczenie, obsługę sporów, ewidencję i skalowanie. Celem jest procedura, którą można powtórzyć, a nie lista modeli rzekomo gwarantujących zysk.

Prezentacja zegarka powinna być dokładna i neutralna. Zdjęcia muszą pokazywać tarczę, kopertę, dekiel, koronkę, zapięcie, bransoletę lub pasek, oznaczenia, akcesoria i wady. Unikaj filtrów zmieniających kolor lub maskujących powierzchnię. Podawaj wymiary, historię serwisu i wyniki obserwacji precyzyjnie, nie zamieniając przypuszczeń w gwarancje.

Nieprofesjonalne otwieranie koperty, polerowanie, czyszczenie mechanizmu lub wymiana części może uszkodzić zegarek, obniżyć jego wartość i naruszyć szczelność. Prace techniczne powierzaj wykwalifikowanemu zegarmistrzowi, szczególnie przy wartościowych, zabytkowych lub skomplikowanych egzemplarzach. Koszt fachowej oceny należy wkalkulować przed zakupem.

Rotacja kapitału jest równie ważna jak marża na pojedynczym zegarku. Rzadki model może wyglądać atrakcyjnie na papierze, ale miesiącami czekać na właściwego kupującego. Mierz czas sprzedaży, liczbę zapytań, koszt utrzymania zapasu, zwrot z kapitału i częstotliwość obniżek. Niekiedy szybsza sprzedaż z mniejszą marżą daje lepszy wynik roczny.

Rynek zmienia się pod wpływem trendów, premier, kursów walut, dostępności części i kosztów serwisu. Historyczny wzrost nie gwarantuje przyszłego wyniku. Dywersyfikuj zakupy, nie finansuj zapasu pieniędzmi potrzebnymi na bieżące zobowiązania i zachowuj rezerwę na naprawy oraz zwroty.

Regularna sprzedaż może rodzić obowiązki podatkowe, konsumenckie i związane z działalnością gospodarczą. Handel międzynarodowy obejmuje również cła, podatki importowe, ograniczenia materiałowe i zasady przewozu. Sprawdzaj aktualne przepisy oraz regulaminy u właściwych źródeł, a w razie potrzeby korzystaj z porady prawnika, księgowego, rzeczoznawcy lub zegarmistrza.

Skalowanie bez kontroli zwiększa ryzyko. Najpierw zbuduj bazę referencji, listy kontrolne, standard dokumentacji, zaufaną sieć specjalistów, procedurę płatności i wysyłki oraz dokładną ewidencję wyników. Dopiero później zwiększaj wartość i liczbę transakcji. W tym biznesie zdolność powiedzenia „nie wiem” albo „nie kupuję” często chroni więcej pieniędzy niż najbardziej efektywna sprzedaż.

Celem nie jest przewidywanie każdej zmiany rynku ani rozpoznawanie wszystkich zegarków. Celem jest podejmowanie decyzji, w których możliwa strata jest znana i kontrolowana, a potencjalny zysk wynika z realnej przewagi informacyjnej lub operacyjnej. Kupuj po weryfikacji, ulepszaj

tylko wtedy, gdy nie niszczysz wartości, i sprzedawaj z pełnym, uczciwym opisem.

Rozdział 1 - Jak naprawdę działa rynek zegarków używanych

Rynek zegarków używanych jest znacznie mniej jednolity, niż sugerują ogłoszenia w internecie. Obok siebie funkcjonują tanie zegarki użytkowe, popularne automaty, modele modowe, zegarki sportowe, klasyki szwajcarskie, egzemplarze vintage, limitowane edycje i produkty marek luksusowych kosztujące tyle, co samochód. Każdy z tych segmentów ma innych klientów, inne tempo sprzedaży, inne ryzyka i inne źródła marży. Dlatego pierwszą decyzją osoby chcącej zarabiać na obrocie zegarkami nie powinno być pytanie, którą markę kupić, lecz w jakim fragmencie rynku chce zdobyć przewagę.

Najprostszy błąd polega na traktowaniu wszystkich zegarków jak towarów o podobnej charakterystyce. Zegarek za 500 zł można czasem sprzedać w kilka dni, bo kupujący podejmuje decyzję szybko i akceptuje niewielkie ryzyko. Zegarek za 15 000 zł może wymagać tygodni oczekiwania, większej liczby pytań, dokładniejszych zdjęć, potwierdzenia autentyczności i bardziej bezpiecznej formy transakcji. Zegarek za 80 000 zł może teoretycznie oferować dużą kwotową marżę, ale jeden błąd w ocenie autentyczności, stanu albo płynności potrafi zamrozić znaczną część kapitału. Im wyższy segment, tym bardziej liczy się nie tylko potencjalny zysk, lecz zdolność do ograniczania ryzyka.

Dla początkującego korzystne są zwykle segmenty, w których dostępnych jest wiele porównywalnych transakcji. Popularne modele Seiko, Citizen, Tissot, Hamilton, Certina, Casio, Orient, Longines czy niektóre modele Omegi i Tudora są łatwiejsze do analizowania niż niszowe zegarki

kolekcjonerskie. Duża liczba ofert nie gwarantuje oczywiście zysku, ale ułatwia ustalenie realistycznej ceny. Jeżeli widzisz dziesiątki egzemplarzy tego samego modelu, możesz porównywać stan, kompletność, rok, bransoletę, dokumentację i czas ekspozycji. Przy zegarku rzadkim masz mniej danych, a każdy szczegół może wpływać na cenę bardziej niż zakłada początkujący.

Pierwszym pojęciem, które powinienś mierzyć, jest płynność. Zegarek płynny to taki, dla którego stosunkowo łatwo znaleźć kupca po cenie zbliżonej do uczciwej wartości rynkowej. Płynność nie oznacza, że przedmiot sprzeda się natychmiast, lecz że istnieje wystarczająco duża grupa osób zainteresowanych danym modelem. Popularna referencja może mieć niższą marżę procentową, ale rotować kilka razy szybciej niż niszowy zegarek z teoretycznie większym potencjałem. W praktycznym handlu regularny obrót kapitałem często jest ważniejszy niż spektakularna marża na pojedynczej sztuce.

Załóżmy, że masz 10 000 zł. Możesz kupić jeden zegarek za 9000 zł i próbować zarobić na nim 1200 zł albo trzy tańsze egzemplarze po około 3000 zł z planowaną marżą 450 zł na każdym. W pierwszym wariancie jedna pomyłka blokuje prawie cały kapitał. W drugim ryzyko jest rozłożone, a sprzedaż jednego zegarka uwalnia środki na kolejny zakup. Oczywiście trzy zegarki oznaczają więcej pracy, lecz dla początkującego dywersyfikacja często daje cenniejszą lekcję o rynku niż stawianie niemal wszystkiego na pojedynczą transakcję.

Drugim kluczowym pojęciem jest spread, czyli różnica pomiędzy ceną, po której możesz realistycznie kupić, a ceną, po której możesz realistycznie sprzedać. Nie chodzi o różnicę między najtańszym ogłoszeniem a najdroższym ogłoszeniem.

Interesuje cię poziom cen osiągalny w normalnych warunkach. Jeżeli podobne zegarki wystawiane są po 6000 zł, ale faktycznie zmieniają właściciela bliżej 5200 zł, to 6000 zł nie powinno być podstawą kalkulacji. Handel oparty na nierealistycznej cenie wyjścia jest jedną z najczęstszych przyczyn pozornie atrakcyjnych, a faktycznie słabych zakupów.

Wartość zegarka jest zawsze kombinacją kilku czynników. Najważniejsze to marka, dokładna referencja, stan, mechanizm, kompletność, oryginalność części, dokumentacja, historia serwisowa, dostępność na rynku oraz aktualny popyt. W zegarkach vintage dochodzą dodatkowe zmienne, takie jak charakter patyny, zgodność elementów z okresem produkcji i zachowanie oryginalnej geometrii koperty. W nowszych modelach istotne może być to, czy zegarek ma pełną bransoletę, aktualną kartę gwarancyjną albo świeży serwis. Nie istnieje jedna cecha, która zawsze decyduje o wartości.

Początkujący często przeceniają znaczenie marki. Sam napis Rolex, Omega czy Breitling nie oznacza automatycznie wysokiej płynności ani świetnej inwestycji. W obrębie jednej marki mogą występować referencje bardzo pożądane oraz takie, które przez miesiące czekają na kupca. Podobnie mniej prestiżowa marka może mieć model kultowy, który sprzedaje się szybciej niż droższy zegarek luksusowy. Z tego powodu warto analizować konkretną referencję, a nie renomę logo w oderwaniu od produktu.

Rynek zegarków dzieli się też według sposobu użytkowania. Zegarki typu diver mają klientów szukających stylistyki sportowej i wytrzymałości. Chronografy przyciągają osoby zainteresowane mechaniką i motoryzacją, ale są bardziej złożone technicznie. Zegarki garniturowe bywają