

KUP. ULEPSZ. SPRZEDAJ.

JAK ZARABIAĆ NA SAMOCHODACH UŻYWANYCH

Jak znajdować okazje, szacować koszty
i bezpiecznie sprzedawać auta z zyskiem



JACK FLIPWELL

SPIS TREŚCI

INTRO	1
Rozdział 1 - Wybierz segment, zanim wydasz pierwszą złotówkę	8
Rozdział 2 - Naucz się wyceniać samochód, zanim zaczniesz negocjować	16
Rozdział 3 - Sprawdź historię pojazdu, zanim pojedziesz na oględziny	25
Rozdział 4 - Nadwozie i podwozie: odróżnij kosmetykę od kosztownego ryzyka	33
Rozdział 5 - Silnik i układ napędowy: znajdź kosztowne problemy, zanim kupisz auto.....	41
Rozdział 6 - Elektronika i jazda próbna: sprawdź samochód w realnych warunkach.....	49
Rozdział 7 - Dokumenty i formalności: nie kupuj problemu, którego nie da się naprawić w warsztacie	57
Rozdział 8 - Koszty napraw i kosmetyki: inwestuj tylko tam, gdzie dodajesz wartość.....	65
Rozdział 9 - Ogłoszenie, które sprzedaje samochód bez obiecywania cudów	73
Rozdział 10 - Negocjuj sprzedaż tak, żeby chronić marzę i nie blokować kapitału	80
Rozdział 11 - Płatność i przekazanie auta: zamknij transakcję bez zbędnego ryzyka	88
Rozdział 12 - Reklamacje po sprzedaży: ogranicz ryzyko, zanim pojawi się problem	96

Rozdział 13 - Martwy magazyn i rotacja kapitału: kiedy przestać czekać na idealnego kupującego	104
Rozdział 14 - Zbuduj powtarzalny proces: od pierwszego ogłoszenia do następnego zakupu.....	111
Rozdział 15 - Skaluj dopiero wtedy, gdy liczby potwierdzają, że jesteś gotowy.....	118
Rozdział 16 - Zbuduj źródła okazji zamiast czekać na przypadkowo tani samochód	125
Rozdział 17 - Mierz prawdziwy wynik: zysk, rotację i kapitał, który naprawdę pracuje.....	133
Rozdział 18 - Pierwsze 30 dni: przygotuj się do pierwszego zakupu bez pośpiechu	140
Rozdział 19 - Naucz się odpuszczać: czerwone flagi i transakcje, których nie potrzebujesz	147
Rozdział 20 - Od okazji do gotówki: twój kompletny system flippingu samochodów	155

INTRO

Handel używanymi samochodami może z zewnątrz wyglądać prosto. Kupujesz poniżej ceny rynkowej, wydajesz trochę na naprawy lub czyszczenie, sprzedajesz drożej i zatrzymujesz różnicę. W praktyce zysk powstaje z całego łańcucha decyzji: wyboru właściwego segmentu, prawidłowej wyceny, kontrolowania ryzyka i kosztów przygotowania, uczciwej prezentacji auta, sprawnych negocjacji oraz szybkiego odzyskania kapitału. Pomiń jeden etap, a obiecująca okazja może zmienić się w samochód stojący tygodniami, podczas gdy naprawy i koszty utrzymania spokojnie zjadają marżę.

Ta książka nie jest o wyszukiwaniu najtańszego dostępnego samochodu. Najtańsze ogłoszenie zwykle ma swoją przyczynę: problemy mechaniczne, słabą historię, ukrytą korozję, niejasne dokumenty albo niepopularną konfigurację. Dobry zakup określa różnica między realistyczną wartością odsprzedaży a pełną kwotą potrzebną do nabycia, przygotowania i sprzedania auta. Ta różnica musi być wystarczająco duża, żeby pomieścić niepewność i nadal zostawić opłacalną marżę.

Przed zakupem poznaj trzy liczby: maksymalną cenę zakupu, przewidywany koszt przygotowania i realistyczną cenę odsprzedaży. Załóżmy, że po przygotowaniu samochód powinien sprzedać się za około 30 000 w lokalnej walucie. Kupujesz go za 25 000 i wydajesz kolejne 2 800 na opony, serwis, zawieszenie oraz kosmetykę. Twój koszt wynosi już 27 800, zanim doliczysz podatki, koszty transakcyjne, niespodziewane problemy albo negocjacje z kolejnym kupującym. Jedna dodatkowa naprawa może usunąć

większość zysku, który tak atrakcyjnie wyglądał w ogłoszeniu.

Nie licz zysku na podstawie najwyższej ceny podobnego auta znalezionej w internecie. Liczy się cena, przy której porównywalny samochód ma szansę sprzedać się w rozsądnym czasie. To prowadzi do rotacji kapitału. Auto dające mniejszy zysk w dwa tygodnie może być lepszym zakupem niż samochód z większą teoretyczną marżą, którego sprzedaż zajmie trzy miesiące. Pieniądze zamrożone w jednym pojeździe nie sfinansują kolejnej okazji, dlatego czas musi znaleźć się w każdej kalkulacji.

Początkujący powinni zwykle stosować surowsze zasady niż doświadczeni handlarze dysponujący warsztatem, kontaktami do specjalistów i większą rezerwą. Im mniej wiesz, tym większego marginesu błędu potrzebujesz. Jeżeli sprzedający twierdzi, że hałas w zawieszeniu to tylko tania tuleja, kontrolka pojawiła się po odłączeniu akumulatora, a klimatyzację wystarczy nabić, nie traktuj tych zapewnień jak potwierdzonych kosztów. Dopóki nie zweryfikujesz przyczyny, każde z nich jest niepewnością, a niepewność należy do rezerwy na ryzyko, nie do najbardziej optymistycznej wersji transakcji.

Dobre oględziny nie polegają na szukaniu powodów, żeby kupić. Polegają na szukaniu powodów, żeby odejść. Gdy przejechałeś godzinę, wydałeś pieniądze na paliwo i zacząłeś już wyobrażać sobie zysk ze sprzedaży, łatwo wytłumaczyć problemy, które wcześniej wzbudziłyby twoją ostrożność. Nieudane oględziny kosztują znacznie mniej niż zły zakup. Umiejętność odejścia bez samochodu jest jedną z najcenniejszych kompetencji w tym biznesie.

W tej książce przyjrzymy się zarówno pojazdowi, jak i samej transakcji. Nauczysz się wybierać segment rynku,

porównywać ogłoszenia, szacować wartość odsprzedaży, sprawdzać historię i przygotowywać się do oględzin. Omówimy nadwozie, podwozie, korozję, pracę silnika, skrzynię biegów, układ napędowy, elektronikę i jazdę próbną. Celem nie jest zrobienie z Ciebie mechanika, lecz pomoc w rozdzieleniu tego, co możesz ocenić samodzielnie, od tego, co wymaga profesjonalnej diagnostyki albo jest zbyt niepewne, by zaakceptować ryzyko.

Dokumenty są równie ważne jak stan mechaniczny. Samochód może wyglądać znakomicie i jeździć prawidłowo, a jednocześnie wiązać się z ryzykiem dotyczącym własności, rejestracji, podatków, ubezpieczenia lub dokumentacji. Przepisy zależą od kraju i mogą się zmieniać, dlatego sprawdzaj aktualne lokalne wymagania dotyczące rejestracji, podatków, działalności gospodarczej, obowiązków informacyjnych i odpowiedzialności sprzedawcy. Ta książka daje model podejmowania decyzji, a nie poradę prawną dla konkretnej jurysdykcji. Gdy znaczenie ma kwalifikacja prawna lub podatkowa, korzystaj z aktualnych źródeł urzędowych albo pomocy wykwalifikowanego specjalisty.

Nauczysz się również szacować naprawy bez zakładania, że każda wydana kwota w takim samym stopniu podnosi wartość sprzedaży. Duża naprawa może jedynie przywrócić zwykły stan rynkowy, podczas gdy drobniejsze prace kosmetyczne i lepsza prezentacja mogą skuteczniej zwiększyć zainteresowanie kupujących. Celem nie jest perfekcja. Celem jest inwestowanie tam, gdzie praca poprawia bezpieczeństwo, wartość, zaufanie kupującego albo szybkość sprzedaży.

Przygotowanie do odsprzedaży zaczyna się jeszcze przed zrobieniem zdjęć. Już przy zakupie powinieneś wiedzieć, kim prawdopodobnie będzie kolejny nabywca i co jest dla niego

ważne. Różne segmenty przyciągają różne oczekiwania. Ta sama wada może mieć zupełnie inne znaczenie zależnie od rodzaju auta. Zrozumienie przyszłego kupującego pomaga zdecydować, które naprawy dodają wartość, a których kosztu raczej nie odzyskasz.

Dobre ogłoszenie powinno ułatwiać zrozumienie samochodu, a nie przytłaczać kupującego reklamowym hałasem. Czytelne zdjęcia, rzetelne informacje, dokumentacja serwisowa i uczciwe opisanie znanych wad budują więcej zaufania niż przesadne obietnice. Ukrywanie problemów może prowadzić do odpowiedzialności prawnej, konfliktu po sprzedaży i niepotrzebnego ryzyka. Zdrowszy model polega na zakupie z taką marżą, aby można było przedstawić samochód uczciwie i nadal przeprowadzić opłacalną transakcję.

Negocjacje powinny być elementem kalkulacji, nie zawodami. Zanim opublikujesz ogłoszenie, ustal cenę ofertową, realistyczny cel i poziom, poniżej którego transakcja traci sens. Ofertę kupującego oceniaj względem rynku, pełnego kosztu i wartości odzyskania kapitału, a nie własnej dumy. Czasem szybkie zaakceptowanie nieco mniejszego zysku jest właściwą decyzją. Innym razem duży popyt uzasadnia obronę ceny.

Zajmiemy się też martwym zapasem. Samochód, który się nie sprzedaje, nadal zużywa czas i kapitał. Nauczysz się odróżniać rozsądną cierpliwość od upartego trzymania pojazdu, który rynek odrzucił przy wybranej przez ciebie cenie. Omówimy korekty ceny, koszty utrzymania i moment, w którym mniejszy zysk lub kontrolowana strata są lepsze od oczekiwania na nierealną kwotę.

W dalszych rozdziałach zamienimy pojedyncze transakcje w powtarzalny system. Nauczysz się zapisywać prawdziwe

koszty, mierzyć czas przygotowania i sprzedaży, utrzymywać rezerwę, analizować błędy oraz zwiększać skalę dopiero wtedy, gdy wyniki stają się przewidywalne. Jeden udany flip nie dowodzi, że model działa. Proces zyskuje wartość wtedy, gdy potrafisz wyjaśnić, dlaczego transakcja się udała, co o mało nie poszło źle i co zmienisz przed kolejnym zakupem.

Najważniejsza zasada tej książki jest prosta: nie musisz kupować samochodu. Możesz go obejrzeć, odbyć jazdę próbną, sprawdzić dokumenty, policzyć naprawy, negocjować i nadal odejść. To nie jest zmarnowany wysiłek. Często właśnie w ten sposób chronisz kapitał. Handel używanymi samochodami nie polega na kupowaniu jak największej liczby pojazdów, lecz na odpowiednio częstym kupowaniu właściwych aut, kontrolowaniu ryzyka i zamienianiu ich z powrotem na gotówkę, zanim pojawi się kolejna okazja.

Po przeczytaniu książki będziesz mieć model prowadzący od pierwszego badania rynku do końcowego przekazania auta. Dowiesz się, jak oceniać wartość, szacować koszty, sprawdzać ryzyko, przygotowywać i sprzedawać samochód, bezpiecznie przyjmować płatność, rozwiązywać problemy po sprzedaży, mierzyć rotację kapitału i zbudować praktyczny plan pierwszych 30 dni. Zaczniemy od podstawy wszystkiego, co nastąpi później: wyboru segmentu, który zrozumiesz wystarczająco dobrze, aby rozpoznać prawdziwą okazję, zanim włożysz w nią pieniądze.

Rozdział 1 - Wybierz segment, zanim wydasz pierwszą złotówkę

Najczęstszy błąd początkującego flippera pojawia się jeszcze przed pierwszym telefonem do sprzedającego. Polega na przeglądaniu wszystkiego naraz: aut miejskich, kompaktów, kombi, SUV-ów, diesli, hybryd, samochodów premium i starszych modeli kuszących niską ceną. Po godzinie masz otwartych kilkadziesiąt ogłoszeń i coraz mniej pewności, co rzeczywiście jest okazją. Bez znajomości konkretnego fragmentu rynku niska cena wygląda atrakcyjnie sama w sobie, choć może wynikać z problematycznej wersji, słabego popytu albo wysokich kosztów napraw. Pierwszym zadaniem nie jest więc znalezienie auta, lecz wybór segmentu, który poznasz wystarczająco dobrze, żeby rozumieć jego ceny, płynność i typowe ryzyka.

Dobry segment powinien być wystarczająco szeroki, żeby regularnie pojawiały się nowe oferty, ale jednocześnie na tyle wąski, by dało się porównywać podobne samochody. Samo kryterium "auta do 30 000 zł" jest zbyt szerokie, bo obejmuje pojazdy o zupełnie różnych klientach, kosztach i problemach. Praktyczniejsze może być skupienie się na popularnych autach miejskich i kompaktowych w określonym wieku, przedziale cenowym i z kilkoma akceptowanymi wersjami napędowymi. Po kilkunastu dniach takiej obserwacji zaczynasz rozpoznawać ceny bez każdorazowego rozpoczynania analizy od zera. Właśnie wtedy przypadkowe przeglądanie ogłoszeń zaczyna zmieniać się w znajomość rynku.

Dla początkującego szczególnie ważna jest płynność. Płynny segment ma regularny popyt, odpowiednią liczbę

porównywalnych ofert i wystarczająco szerokie grono potencjalnych kupujących. Popularny model może mieć dużą konkurencję, ale dzięki niej łatwiej ustalić realną wartość, porównać konfiguracje i obserwować, które auta znikają najszybciej. Rzadki samochód może wyglądać atrakcyjnie właśnie dlatego, że podobnych ofert prawie nie ma, lecz brak konkurencji nie musi oznaczać przewagi. Czasami oznacza po prostu, że bardzo mało osób szuka takiego auta.

Płynność najlepiej mierzyć przez obserwację zachowania ofert. Jeśli sensownie wycenione egzemplarze znikają po kilku dniach, a nowe pojawiają się regularnie, masz sygnał, że rynek pracuje. Jeśli te same samochody wiszą tygodniami, sprzedający wielokrotnie obniżają ceny, a mimo to ogłoszenia pozostają aktywne, powinieneś zachować ostrożność. Nie znasz oczywiście ostatecznych cen wszystkich transakcji, ale czas ekspozycji i kolejne korekty ceny dostarczają cennych informacji. Dla flippera auto, które teoretycznie daje wysoką marżę, lecz sprzedaje się przez trzy miesiące, może być mniej atrakcyjne niż produkt z mniejszą marżą i szybką rotacją.

Kolejnym filtrem jest budżet. Jeśli dysponujesz 40 000 zł, nie oznacza to, że powinieneś szukać samochodu za 39 000 zł. Po zakupie muszą zostać pieniądze na serwis, diagnostykę, opony, drobne naprawy, przygotowanie wizualne, transport i nieprzewidziane wydatki. Początkujący szczególnie potrzebuje rezerwy, ponieważ jeszcze nie ma własnych danych pokazujących, o ile zwykle niedoszacowuje przygotowanie auta. Segment, w którym sensowne egzemplarze regularnie pochłaniają prawie cały dostępny kapitał już przy zakupie, jest na tym etapie po prostu zbyt drogi.

Załóżmy, że masz 40 000 zł. Kupno samochodu za 30 000-32 000 zł może dać ci znacznie bezpieczniejszą pozycję niż wydanie 38 500 zł tylko dlatego, że znalazłeś atrakcyjny egzemplarz. Jeśli po zakupie pojawi się serwis za 1200 zł, opony za 1800 zł i naprawa elektroniki za 700 zł, nadal możesz przygotować auto bez presji. Gdy nie masz rezerwy, nawet stosunkowo mały problem zmienia sposób podejmowania decyzji. Zaczynasz odkładać potrzebne prace, szukać najtańszych rozwiązań albo próbujesz szybko sprzedać samochód, żeby odzyskać gotówkę.

Rezerwa finansowa jest więc częścią modelu biznesowego, a nie pieniędzmi leżącymi bez celu. Jej wielkość powinna zależeć od wartości auta, jego wieku, skomplikowania technicznego i twojej zdolności do przewidywania kosztów. Samochód za 15 000 zł z prostą konstrukcją stawia inne wymagania niż kilkunastoletnie auto premium pełne kosztownej elektroniki. Jeśli jedna większa usterka może pochłonąć większość twojego bufora, segment jest bardziej ryzykowny, niż sugeruje sama cena zakupu. Początkujący powinien preferować sytuacje, w których pojedynczy problem nie niszczy całej kalkulacji.

Segment musi również pasować do twojego zaplecza. Jeśli masz zaufanego mechanika znającego określone marki i potrafiącego szybko oszacować koszt typowych napraw, możesz zaakceptować niektóre usterki, których inny początkujący powinien unikać. Jeśli masz dostęp do dobrego detailera, lakiernika albo sam potrafisz wykonać podstawową kosmetykę, zaniedbane wizualnie samochody mogą być dla ciebie ciekawym źródłem okazji. Przewaga nie musi polegać na tym, że sam naprawisz samochód. Może wynikać z tego, że konkretny problem potrafisz rozwiązać taniej, szybciej albo bardziej przewidywalnie niż przeciętny kupujący.