

Prodáváte nebo kupujete použitý stroj?

Užitečné rady od profesionálů v oboru

Každý majitel či výrobně-technický manažer tiskárny je jednou za čas nucen provést výměnu starého stroje za nový nebo použitý, ale výkonnější případně modernější. To s sebou přináší úskalí, se kterými je třeba se vypořádat, ať už samostatně, nebo s pomocí zprostředkovatelů a obchodníků s použitými technologiemi.

V této souvislosti jsme požádali o pár základních praktických rad Davida Franka, majitele společnosti Machinery Europe s.r.o., která se od roku 2000 zabývá nákupem a prodejem použitých polygrafických strojů ze střední Evropy, a patří mezi přední firmy v oboru. Zástupci této firmy se pravidelně účastní mezinárodních veletrhů, firma provozuje internetové stránky i mobilní aplikace pro Android i Apple s rozsáhlou nabídkou, a poskytuje právní i technický servis při obstarávání výkupu či prodeje. Vše je podpořené letitými bohatými zkušenostmi jejího multijazykově vybaveného týmu obchodníků.

Jak k prodeji nebo nákupu použitých technologií mají podle vašich zkušeností majitelé tiskáren přistupovat?

„Především záleží na tom, zda chcete použitý stroj prodat nebo koupit. V přístupu je samozřejmě několik základních rozdílů. Pro obojí společně platí nepřehánět svá očekávání, seznámit se s aktuálním stavem trhu a pečlivě vybrat partnera. Nejlépe na základě doporučení nebo nějakého jiného intuitivního úsudku. Existují tu určité paralely s trhem realit a burzou dohromady. Asi tak bych to nejlépe pojmenoval. Trh s použitými stroji, podobně jako burza, podléhá určitým trendům kopírujícím se s pozděním trh s novými stroji kolísáním hodnoty podle aktuálních poptávek a nabídek. Cena některých druhů, typů a značek strojů v určitých obdobích roste kvůli zvýšené poptávce, jiné se naopak občas stávají bezcenými a končí ve šrotu. Podobnost s reálným trhem je pak spíše v tom, že na trhu působí řada obchodních a zprostředkovatelských firem, které shánějí stroje nebo zákazníky na ně, inzerují na svých webech a oborových

fórech, případně na veletrzích, a podnikají řadu dalších kroků. Tím vším se samozřejmě zabývá i naše firma. Každý může zvážit, jestli půjde s kůží na trh sám, bez pomoci například naší firmy. Potom je dobré se připravit na to, že ne všechno může proběhnout zcela hladce.

Hned na začátku je třeba říci, že je čeká hodně práce – shánění potenciálních kupců, předvádění stroje, inzerce, často placená, spousta e-mailů a telefonátů. Jinak řečeno mnoho práce, která odvádí tiskaře od toho hlavního, a to je výroba. A právě s tím můžeme pomoci. Je třeba si uvědomit, že nabídka široce převyšuje poptávku a pohybujeme se na přeplněném trhu, kde soupeříme s dalšími obchodníky a vyhrát je možné, jen když dáte nejvyšší nabídku. Kupující tlačí cenu dolů, prodávající ji tlačí nahoru, a vy v tom „lítáte“. Vydáte množství energie na takzvané příležitosti, tj. poptávky, kdy nejprve zjišťujete a doplňujete spoustu informací, pak jednáte o ceně na jedné a na druhé straně, rozesíláte stovky e-mailů denně, inzerujete, přičemž často jde o placená oborová fóra, připravujete smlouvy, atd. Tohle vše tedy bereme na sebe a nic dopředu za to nechceme.“

Předpokládám ale, že samotná snaha, soupeření v konkurenčním prostředí k úspěchu úplně nestačí...

„Přesně tak. Stejně jako ve všech ostatních oborech k tomu, abychom dlouhodobě uspěli, potřebujeme mít spokojené zákazníky, neboť tam leží zdroj našich potenciálních příjmů. Úsloví „náš zákazník, náš pán“ tedy maximálně ctíme. Od začátku je filozofií uplatňovanou v naší firmě co největší spolehlivost, fair play přístup, otevřenost do maximální míry, sdělování pravdivých informací (zejména o stavu

stroje), poskytování právního servisu (příprava kupních smluv, ověřování vlastnického práva, aj.) a plnění dalších očekávání, která mohou být s našimi službami spojena.“

Zaměříme se nyní na prodej použitého stroje. Jak postupovat, abychom se vyhnuli obtížím?

„Prodávající, pokud se rozhodne obrátit na zprostředkovatele, by si měl nejprve vybrat, koho osloví. Pro prvotní orientaci na trhu postačí poslat nabídku k odkupu např. třem čtyřem firmám. Potom má dvě možnosti: buď jedné z nabídek poskytne na určitou dobu exkluzivitu či opci, anebo udělá jakési malé výběrové řízení, kdo dá více a za co nejlepších podmínek. Rozhodně je dobré zvážit, s kým vůbec navázat kontakt. Najde se hodně dobrodruhů, kteří neváhají naslibovat kdeco a skutek pak těsně před realizací „utek“ a začíná se nanovo, jen se zpožděním a případnými problémy, kdy na dveře klepe např. dodavatel nového stroje, a pro ten není uvolněné místo. Jsou i tací, kteří neváhají slibovat po dlouhou dobu vyšší cenu jenom proto, aby udrželi vaši pozornost a měli dost času na to někoho sehnat na odkoupení. Když pak někoho mají, chtějí využít situace, kdy se prodávající dostal do časové tísně, a výrazně sníží svoji nabídku i pod reálnou tržní cenu. Prodávající v tuto chvíli často zjistí, že ostatní zájemci, kteří nabízeli původně o něco více, už ztratili zájem. Za prvé je tedy vhodné vybrat vhodného spolehlivého partnera nebo partnery. Myslím, že již podle webu, jeho obsahu a vzhledu, nebo při osobním setkání se zástupcem firmy, je možné rozeznat ty, kdo berou svoji práci vážně a zodpovědně a váží si dlouhodobých zákazníků, a takové, jimž jde jen o rychlý momentální zisk,

o spekulantech ani nemluvě. Je tedy nutné být podobně obezřetní, jako při jednání s autobazarem. To platí dvojnásobně také pro nákup. Za druhé je velmi žádoucí vše dobře načasovat. Je třeba začít hledat kupce na stroj s dostatečným předstihem a pokud se rozhodnete hledat na vlastní pěst, pak při jednání se zájemci je třeba dobře odlišit, kdo je jen ‚zájemcem‘, a kdo chce opravdu koupit a je na to připraven. Setkáváme se s lidmi, kteří nevědí, co přesně chtějí koupit, neumějí se rozhodnout a přitom neustále udržují pozornost prodávajících tým, že o ceně nejednají, což vzbuzuje pocit, že s ní souhlasí. Ale tak to často vůbec není. Zájemce neznamena automaticky kupující! Pro nás je dokonce trochu podezřelý, když zájemce o ceně nejedná. Z takových, původem obvykle z asijských zemí, se později vyklubali obchodníci nikoliv se stroji, nýbrž se zvacími dopisy, kteří je pod touto zástěrkou získávají a následně je prodávají budoucím migrantům do EU. Naštěstí tohle umíme již dobře rozpoznat a víme, jak se jim vyhnout. Vyberte kupujícího i podle toho, zda může přistoupit na načasování jednotlivých kroků tak, aby vám to vyhovovalo. Samozřejmým vašim požadavkem by měla být zásada, že na stroj se ‚sahá‘ až ve chvíli, kdy je zcela zaplacen. Věřte, že v tomto druhu obchodu je to stejné, jako s použitými auty, kdy vám je také nevydají dříve, než zaplatíte celou kupní cenu. O tom většinou nikdo nediskutuje. Výjimku tvoří pořízování na leasing nebo akreditiv, ale to je vlastně i jedna z našich úloh, že tohle bereme na sebe. To znamená, že zaplatíme prodávajícímu dopředu z našich zdrojů a pak čekáme na peníze od banky, kdy stroj je již dodaný druhé straně. To je jedna z našich klíčových služeb, kdy přebíráme finanční rizika na sebe. Jinak si ani neumím představit, že by tyto druhy obchodů mohly proběhnout. Pro úspěšný prodej je nutná znalost celého procesu. Za třetí je důležité porovnat ceny a co možná nejlépe se seznámit s trhem. Nemít přehnaná očekávání a nepřeceňovat hodnotu použitého stroje. Je třeba si uvědomit, že dlouhodobě až na výjimky již řadu let nabídka bohatě převyšuje poptávku. Stačí si podobné či stejné stroje najít na internetu



a porovnat jejich ceny. Nikdy nemůžete dostat za stroj automaticky to, uslyšíte na druhé straně, neboť vždy se začíná na ceně vyšší a pak se o ní jedná. V ceně bývá také provize obchodníka a někdy i demontaž a nakládka. Trvání na ceně rok a déle znamená, že stroj ve skutečnosti nechcete prodat a je tedy lepší zvážit, co dál. Když uvidíte, že na trhu je například deset strojů srovnatelných s vaším, je dobré vždy nasadit cenu, kterou požadujete, minimálně o 10 % nižší, než je nejnižší z nich. Důvodem je to, že kupující zcela jistě nelení a v zájmu ušetření svých peněz si dal stejnou práci a stejně jako vy porovnává, jen s opačným cílem – koupit to nejlepší za co nejméně. Když budete jedenáctí s nabídkou na trhu, ale první, kdo sníží cenu, budete to vy, kdo prodá hned a zbylých deset přijde o kupujícího a bude čekat dále. Je opravdu málo typů strojů, kde nabídka nepřevyšuje poptávku. Výběr je obrovský, na internetu najdete tisíce strojů. Prodávající by se tedy měl psychicky dopředu připravit na to, že se nemusí splnit jeho představa a očekávání. O tomto rozhoduje trh a momentální nabídka a poptávka. Pokud není kupec, není nic. Hodnota použitého stroje odvisí jen od toho, kolik jsou kupující ochotni zaplatit, a na to prodávající nemá žádný vliv. Z tohoto pohledu je kolikrát nejméně výhodný prodej zánovního stroje, zatímco třicet let starý Adast se může i dnes prodat

za podobné peníze, za jaké byl původně pořízen nový, přestože hodnota měny už je poněkud jiná... Vždy mějte na paměti, že čím déle budete váš stroj nabízet, tím více může ztrácet na hodnotě, a tím více se vystavujete možnosti, že s cenou zamává nevyzpytatelnost trhu. Stalo se nám, že bylo několik zájemců, ale majitel opakovaně odmítl cokoliv slevit a trval na ne-reálné ceně. Za rok už zájem zmizel a majitel musel nakonec jít s cenou dolů, ale už ne o 10 %, ale o 40–50 %. Váš použitý stroj nezraje jako víno, ale v průběhu času svoji hodnotu postupně ztrácí a jeho technologie zastarávají. Je tedy vhodné se nejprve seznámit s trhem a pak stanovit rozumnou cenu. Je škoda odradit kupce nesprávně nastavenou cenou, později byste toho mohli litovat, protože dopředu nemůžete odhadnout, kolik je v daném momentu skutečných kupců. I v tom spočívá náš servis, evidujeme mezinárodní nabídku a poptávku. Nakonec poslední a možná nejdůležitější rada. Když zájemce o stroj požádá o jeho předvedení v provozu, udělejte si čas a stroj maximálně možným způsobem připravte. Zjistěte si dopředu, jakým způsobem bude zájemce chtít stroj testovat, případně jaká data zašle v předstihu pro tiskové zkoušky, a alespoň den předem vše odzkoušejte včetně materiálu, který požaduje. Stroj pečlivě vyčistěte a také prostor kolem něj, kde se bude

zájemce pohybovat, by měl být uklizený. Čistota a pořádek totiž vytvářejí důležitý celkový dojem. Obsluha by v den předvádění měla mít čistý pracovní oděv a měla by být instruována, jakým způsobem se chovat. Ke stroji postavte svého nejlepšího profesionála. Je pochopitelné, že zájemce chce stroj vidět v plném provozu, takže jeho obsluha musí být připravena vyhovět všem jeho požadavkům a uskutečnit všechny požadované tiskové zkoušky. Není nic horšího, než když zájemce sleduje otráveného tiskaře bezradně pobíhajícího kolem zaprášeného a špinavého stroje s dlouhodobě odstrojenými kryty, který zrovna jako na potvoru nejede tak, jak by měl. V tu chvíli všem zúčastněným – prodávajícímu, kupujícímu i zprostředkovateli – hrozí, že jde o ztrátu času a vyhozené peníze. Pokud navíc zájemce přiletěl z opačné strany planety, může celá záležitost vyústit ve velmi nepříjemnou, emočně vypjatou situaci. Jednou jsme museli, kvůli nepřipravenosti prodávajícího, zaplatit zájemci z Indie letenku a ubytování, abychom alespoň trochu napravili reputaci.

Je dobré mít pro zkoušky stroje časovou rezervu, protože se často protáhne nad předem dojednaný časový rámec. Majitel také musí být připraven zájemci poskytnout všechnu dostupnou dokumentaci a protokoly o opravách. Kupující musí být přesvědčen o tom, že na stroji nikdy nebyly provedeny neodborné zásahy. Je třeba přiznat všechny současné závady a poškození, jinak hrozí reklamace. Kupující musí také přesně vědět, kdo je majitel stroje a jestli není stroj zatížen zástavními právy nebo čímkoliv podobným, což mu musí být doloženo. V případě, že stroj je ještě v majetku leasingové společnosti, musí být předem předjednan jeho prodej i cena. Je třeba eliminovat veškerá možná nepříjemná překvapení, protože kupující je k jakýmkoliv výkyvům od ‚dokonalého‘ dojmu v danou chvíli extrémně citlivý, což je pochopitelné. Má investovat ze svého pohledu hodně peněz do použitého stroje, na který mu nejsou poskytovány žádné záruky. Je tedy na místě určitý druh empatie. Vžijte se do situace, jako byste to byli vy, kdo chce kupovat váš stroj. Obrňte se nekonečnou trpělivostí a dopřejte si

předtím něco, co vám udělá výbornou náladu. Zájemce bude dělat to, co byste dělali na jeho místě vy sami. Bude si stroj dlouhou dobu ze všech stran prohlížet, pokládat nekonečné množství otázek, bude si ledacos ověřovat, bude si vymýšlet z vašeho pohledu zbytečnosti, bude opakovat provedené zkoušky, občas se bude dívat nedůvěřivě, což si neberte osobně, a může se i dlouho mračit. Vaše pracovníky zaměstná na několik hodin. Zde je trpělivost z vaší strany na místě. Zejména pokud máte ke stroji určitou citovou vazbu si dejte pozor, aby se vás žádná z vašeho pohledu nevhodná poznámka ke stavu stroje ani nic podobného nedotkla, neboť by to mohlo kupujícího odradit. Nejde vám přece o to, zda je vám potencionální kupec a jeho styl sympatický, ale jestli si stroj koupí a zaplatí.

Úspěch vás pak nemine. Ušetříte peníze i čas na další předvádění jiným zájemcům. Když už k nějakým neočekávaným věcem dojde, což se nedá nikdy vyloučit, věřte, že největší roli ale nakonec ve většině případů sehraje cena. Kupující často přimhouří oko, pokud se například důvodně sleví. Prodávající ale musí být vždy ve střehu, jestli je zájemcův požadavek na slevu adekvátní, jestli jen nehraje nějakou hru. Teď mám na mysli zejména konečného kupujícího, který má největší zájem na tom, co nejvíce ušetřit. V případě zkoušek strojů v podstatě vždy dochází ke kontaktu konečného zájemce s prodávajícím, takže všechno to, co bylo řečeno, se týká jak zprostředkovatelů, tak i zájemců či kupců.“

Teď se dostáváme ke kupujícímu. Co by měl vědět a čím by se měl řídit ten, kdo se rozhodne pro nákup použitého stroje? Jak eliminovat rizika při výběru použitého stroje?

„Nejdůležitější je získat maximum pravdivých nezkrasovaných informací o nabízeném stroji, a to jak o technické stránce a stavu stroje, tak i o právním stavu věcí. Například na našich webových stránkách nabízíme jakési ‚curriculum vitae‘, životopis stroje, kde uvádíme nejenom základní údaje, specifikaci, ale též názor náš či mechanika, necháváme vyjádřit současného majitele v jakém druhu výroby stroj působil, jaké materiály na něm byly



potiskovány, atd. Dobré je také vědět, kolik měl stroj majitelů, kolikrát byl stěhován a instalován, jak s ním bylo doposud zacházeno a jestli dostával potřebný servis. Svoji roli hraje samozřejmě i stáří stroje. Obecně lze říci, že čím je mladší, tím lépe, ale neplatí to úplně. Existují i 20-ti a víceleté stroje, které jsou v naprosto perfektním stavu, protože se o ně majitel pečlivě staral. Důkladná prohlídka stroje mechanikem, kterému věříte, je vždy na místě.

Největším úskalím oproti nákupu nového stroje je skutečnost, že kupující neobdrží záruku na stav stroje. Může sice skryté závady následně reklamovat, ale kdo by stál o to se případně soudit, lépe je tomu předejít. My nemůžeme poskytovat žádné záruky, pokud není stroj repasovaný nebo pokud takovou záruku neposkytne sám poslední majitel. My ručit nemůžeme, neboť jsme daný stroj neprovozovali. Právní stav věcí, tj. zejména ověření vlastnictví stroje, zda na něm nevážnou dluhy či věcná břemena, je také velmi důležitý, protože tam mohou být určitá úskalí. To se ale dá ošetřit v kupní smlouvě.

Jde o to, aby nákup stroje z druhé ruky nebyl nepředvídatelným rizikem a aby se investice vyplatila. Při výběru takového stroje je možné ušetřit hodně peněz. Aby to stálo za to, jsme tu my. V tomto oboru se výborně orientujeme a poskytujeme servis na mezinárodní úrovni. Potom není důvod mít přehnané obavy z volby použitého stroje. Důkazem, že to jde, jsou spokojení zákazníci a to, že po celém světě se již desítky let obchodují tisíce použitých strojů ročně. Kdyby tomu tak nebylo, dávno by už tu nebyl ani náš byznys. Více informací, nabídku použitých strojů a informace o všech nabízených službách najdete na našich webových stránkách www.machineryeurope.com nebo www.polygrafickestroje.cz. ■