Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

Seria poradników z przymrużeniem oka ;)

Sprzedaję Samochód i Każdy Kupujący Pyta „Ile Pan Opuści?”

Jak przygotować auto, ogłoszenie i negocjacje oraz bezpiecznie domknąć sprzedaż bez piętnastu spotkań z ludźmi, którzy tylko oglądają



Mamy problem. Ale spokojnie.
Da się go rozwiązać i jeszcze będzie z czego się pośmiać.

Sprzedaję Samochód i Każdy Kupujący Pyta „Ile Pan Opuści?"

Jak przygotować auto, ogłoszenie i negocjacje oraz bezpiecznie domknąć sprzedaż bez piętnastu spotkań z ludźmi, którzy tylko oglądają

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

ISBN: 978-83-8483-739-9

SPIS TREŚCI

INTRO 5

Rozdział 1 - Sprzedaję samochód, czyli dlaczego nagle wszyscy zostali negocjatorami? 11

Rozdział 2 - Ile naprawdę wart jest Twój samochód, kiedy sentyment przestaje być wyposażeniem? 21

Rozdział 3 - Stan idealny, tylko klimatyzacja nie chłodzi. Jak uczciwie ocenić własny samochód? 32

Rozdział 4 - Ogłoszenie, które odstrasza kupujących, zanim zdążą zapytać o rabat 41

Rozdział 5 - Ogłoszenie wisi, telefon milczy. Czy naprawdę trzeba już obniżać cenę? 51

Rozdział 6 - „Aktualne?" i cisza. Jak rozmawiać z kupującymi, nie zatrudniając sekretarki? 61

Rozdział 7 - Piętnastu oglądających, zero kupujących. Jak odzyskać swoje weekendy? 71

Rozdział 8 - Miernik lakieru, ekspert ze szwagrem i jazda próbna. Jak nie stracić kontroli nad oględzinami? 80

Rozdział 9 - „Ile Pan Opuści?", czyli negocjacje bez rozdawania samochodu w prezencie 90

Rozdział 10 - Trzech kupujących, trzy oferty i jeden samochód. Jak wybrać właściwą transakcję? 99

Rozdział 11 - Pieniądze na koncie, nie na obrazku. Jak bezpiecznie przyjąć zapłatę za samochód? 109

Rozdział 12 - Umowa sprzedaży: jedna kartka, która może oszczędzić tysiąc problemów 119

Rozdział 13 - Samochód sprzedany, ale urzędy jeszcze o tym nie wiedzą. Jak naprawdę zakończyć transakcję? 130

Rozdział 14 - Komis, skup czy sprzedaż prywatna? Ile naprawdę kosztuje święty spokój?.....140

Rozdział 15 - „Panie, samochód się zepsuł!". Co robić, gdy kupujący wraca z pretensjami? 151

Rozdział 16 - Kupujący jest sześćset kilometrów dalej. Jak sprzedać samochód na odległość i nie stracić nad nim kontroli? 161

Rozdział 17 - Samochód z problemem, sprzedaż pod presją i kupujący, który obiecuje cuda 171

Rozdział 18 - Sprzedawanie bez chaosu. Jak utrzymać porządek, kiedy entuzjazm dawno się skończył? 181

Rozdział 19 - Kupujący już miał zabrać samochód. Jak wrócić do sprzedaży, kiedy wszystko się rozsypało?.....192

Rozdział 20 - Sprzedane! Jak zamknąć temat, nie żałować każdej złotówki i odzyskać święty spokój?..... 202

INTRO

Jest sobota, godzina 9:17. Samochód stoi przed domem, umyty tak dokładnie, że nawet felgi wyglądają na zaskoczone. Wnętrze pachnie świeżością, dokumenty czekają w teczce, a Ty od wczoraj ćwiczysz odpowiedź na pytanie o ostatnią wymianę oleju. Pierwszy zainteresowany miał przyjechać o dziewiątej. O 9:23 wysyła wiadomość: „A ile pan opuści?". Jeszcze nie widział samochodu. Nie zapytał o przebieg, historię serwisową ani wyposażenie. Być może nie wie nawet, jaki kolor ma auto. Ale jedno ustalił błyskawicznie: cena, którą podałeś, jest zdecydowanie za wysoka, ponieważ istnieje. O 9:41 informuje, że jednak nie przyjedzie. Powód? Znalazł podobny samochód taniej. Podobny, czyli tej samej marki, chociaż starszy o sześć lat i prawdopodobnie z silnikiem przechowującym ostatnie resztki godności.

Witamy na rynku sprzedaży samochodów używanych, gdzie słowo „zainteresowany" ma wyjątkowo elastyczną definicję. Zainteresowany może rzeczywiście planować zakup. Może zbierać informacje dla szwagra. Może szukać auta, na które nie ma pieniędzy, albo po prostu uważać oglądanie cudzych samochodów za ciekawszą formę spędzania weekendu niż koszenie trawnika. Zdarzają się również ludzie zdecydowani, rzeczowi i uczciwi, tylko że po trzeciej rozmowie zaczynasz podejrzewać, iż należą do gatunku chronionego. Najgorsze jest to, że na początku wszyscy brzmią niemal identycznie. Pytają, czy ogłoszenie aktualne, czy auto jest sprawne i czy można się umówić. Dopiero później okazuje się, kto rzeczywiście chce kupić, a kto planuje przeprowadzić bezpłatny audyt Twojego cierpliwego usposobienia.

Sprzedaż samochodu prywatnie wygląda na prostą transakcję. Masz rzecz, której już nie potrzebujesz. Ktoś inny jej szuka. Ustalasz cenę, podpisujecie dokumenty i rozchodzicie się w pokoju. W praktyce między wystawieniem ogłoszenia a przekazaniem kluczyków pojawia się cała seria decyzji, które mogą kosztować pieniądze, czas albo nerwy. Trzeba wiedzieć, ile samochód rzeczywiście jest wart, co warto w nim poprawić, jak uczciwie opisać jego stan i jak rozpoznać rozmowę prowadzącą do zakupu. Dochodzi kwestia jazdy próbnej, sprawdzenia dokumentów, otrzymania zapłaty i bezpiecznego zakończenia transakcji. Zadziwiająco dużo obowiązków jak na czynność, która według znajomego miała polegać na „wrzuceniu kilku zdjęć do internetu".

Do tego dochodzi pewna emocjonalna pułapka: Twój samochód jest dla Ciebie czymś więcej niż zestawem części. Pamiętasz, kiedy został kupiony, ile kosztowały nowe opony i dlaczego wymieniłeś element, który według mechanika „jeszcze trochę by pojeździł". Pamiętasz wakacje, trasy, naprawy i wszystkie te momenty, kiedy samochód po prostu działał, co samo w sobie bywa osiągnięciem wartym uznania. Kupujący widzi natomiast rocznik, przebieg, wyposażenie oraz ogłoszenia konkurencji. Nie zapłaci dodatkowych trzech tysięcy złotych za fakt, że zawsze odkurzałeś bagażnik przed wyjazdem nad morze. To zderzenie dwóch perspektyw często prowadzi do negocjacji, w których jedna strona czuje się niedoceniona, a druga podejrzewa próbę sprzedaży sentymentu razem z klimatyzacją.

Właśnie dlatego przygotowania powinny zacząć się wcześniej niż w chwili, gdy pierwszy kupujący stoi już przed maską i z poważną miną ogląda śrubę, o której istnieniu

dotąd nie wiedziałeś. Sensowne przygotowanie obejmuje nie tylko mycie i zdjęcia, lecz także zebranie informacji o pojeździe, ocenę jego rzeczywistego stanu oraz ustalenie rozsądnych warunków sprzedaży. Nie każda rysa wymaga lakierowania. Nie każda usterka oznacza, że samochód jest niesprzedawalny. A wydanie kilku tysięcy na poprawki nie gwarantuje odzyskania tych pieniędzy w cenie. Czasami bardziej opłaca się uczciwie pokazać niedoskonałość niż udawać, że samochód od pierwszego dnia mieszkał w klimatyzowanym salonie, a asfalt oglądał wyłącznie przez szybę.

Ogłoszenie też potrafi pracować na Twoją korzyść albo przeciwko Tobie. Zdjęcia zrobione w ciemnym garażu, opis „stan idealny, więcej informacji telefonicznie" i cena wybrana na podstawie najdroższego ogłoszenia w internecie nie tworzą szczególnie przekonującej oferty. Z drugiej strony opis przypominający protokół z oględzin statku kosmicznego może odstraszyć kogoś, kto zwyczajnie chce wiedzieć, czy auto jest zadbane, sprawne i warte przyjazdu. Dobre ogłoszenie odpowiada na najważniejsze pytania, zanim kupujący zdąży je zadać. Pokazuje zalety bez teatralnych zachwytów i ujawnia istotne wady bez budowania atmosfery katastrofy. Dzięki temu zainteresowany może podjąć wstępną decyzję, a Ty ograniczasz liczbę rozmów, które zaczynają się od pytań wyjaśnionych już w trzecim zdaniu opisu.

Pozostaje jednak największa atrakcja całego przedsięwzięcia: negocjacje. Niektórzy kupujący traktują pierwszą podaną cenę jak początek tradycyjnego tańca, w którym obowiązkiem sprzedającego jest natychmiastowe wykonanie kroku do tyłu. Samo pytanie o rabat nie świadczy jeszcze o złych intencjach. Negocjowanie jest normalną

częścią rynku używanych aut, a rozsądny kupujący może mieć uzasadnione argumenty. Problem zaczyna się wtedy, gdy obniżka staje się celem niezależnym od stanu samochodu. Ktoś żąda pięciu tysięcy rabatu przez telefon, kolejnych dwóch po przyjeździe, a następnie odkrywa, że dywanik kierowcy nosi ślady używania. Trudno oprzeć się wrażeniu, że najchętniej kupiłby auto za darmo, pod warunkiem otrzymania pełnego baku paliwa.

Nie musisz jednak wygrywać każdej rozmowy ani udowadniać komukolwiek, że jesteś mistrzem negocjacji. Potrzebujesz własnych granic cenowych, argumentów opartych na faktach i umiejętności rozróżnienia rozsądnej propozycji od presji. Równie ważne jest rozpoznanie momentu, w którym dalsza dyskusja nie ma sensu. Odmowa sprzedaży za nieakceptowalną kwotę nie jest porażką. Podobnie jak przyjęcie uczciwej oferty nie oznacza, że dałeś się przechytrzyć. O wartości transakcji decydują nie tylko pieniądze, ale również czas oczekiwania, koszty utrzymywania samochodu oraz pewność, że kupujący rzeczywiście sfinalizuje zakup.

Ta książka pomoże Ci również odzyskać kontrolę nad własnym kalendarzem. Nie chodzi o to, żeby traktować każdego rozmówcę jak potencjalnego oszusta albo przesłuchiwać go przez telefon niczym kandydata do tajnej jednostki. Wystarczy nauczyć się zadawać kilka konkretnych pytań, przekazywać informacje we właściwej kolejności i umawiać oględziny w sposób, który szanuje czas obu stron. Nie wyeliminujesz wszystkich niezdecydowanych osób. Możesz jednak ograniczyć sytuacje, w których rezygnujesz z rodzinnego obiadu, przekładasz obowiązki i przez godzinę prezentujesz

samochód komuś, kto na końcu oznajmia, że właściwie szuka diesla, podczas gdy Ty sprzedajesz benzynę.

Są też sprawy, przy których humor powinien ustąpić miejsca ostrożności. Sprzedaż samochodu wiąże się z przekazaniem majątku, dokumentów i danych osobowych. Fałszywe potwierdzenie przelewu, niejasne ustalenia dotyczące zapłaty czy nieprzemyślana jazda próbna mogą mieć konsekwencje znacznie poważniejsze niż zmarnowane popołudnie. Dlatego zajmiemy się również bezpiecznymi sposobami sprawdzania płatności, ustalaniem warunków przekazania auta, dokumentowaniem stanu pojazdu i formalnościami po sprzedaży. Tam, gdzie znaczenie mają aktualne przepisy albo szczególne okoliczności transakcji, konieczne będzie sprawdzenie obowiązujących wymagań lub skorzystanie z profesjonalnej pomocy.

Nie znajdziesz tutaj magicznej formułki, dzięki której każdy kupujący natychmiast zaakceptuje cenę, ani obietnicy sprzedaży samochodu w dwadzieścia cztery godziny. Rynek bywa nieprzewidywalny. Niektóre auta znajdują nabywcę szybko, inne potrzebują czasu, a nawet dobrze przygotowana oferta może wymagać korekty oczekiwań. Nauczysz się za to podejmować decyzje na podstawie informacji zamiast irytacji, przygotowywać ofertę budzącą zaufanie i prowadzić rozmowy bez niepotrzebnego napięcia. To podejście działa również wtedy, gdy samochód nie jest idealny, masz mało wolnego czasu albo po kolejnej wiadomości „dam połowę i jestem za godzinę" zaczynasz rozważać oddanie auta rodzinie w spadku.

Wyobraź sobie teraz inne zakończenie soboty. Przyjeżdża człowiek, który przeczytał ogłoszenie, zna podstawowe informacje, wie o wadach i akceptuje orientacyjny poziom ceny. Ogląda samochód, zadaje

sensowne pytania, odbywa uzgodnioną jazdę próbną. Negocjujecie spokojnie, ustalacie warunki, weryfikujesz otrzymanie pieniędzy i dopełniacie formalności. Nie musi to być transakcja idealna ani pozbawiona trudnych momentów. Wystarczy, że jest świadoma, bezpieczna i rozsądna dla obu stron. Właśnie do takiej sprzedaży będziemy dążyć.

A jeśli na końcu ktoś zapyta „Ile pan opuści?", nie musisz już nerwowo szukać odpowiedzi, patrząc na samochód jak na zakładnika. Będziesz wiedzieć, kiedy rozmawiać o cenie, kiedy przedstawić argumenty, a kiedy grzecznie podziękować. Samochód ma zmienić właściciela. Twoja cierpliwość nie musi być częścią wyposażenia dodatkowego.

Rozdział 1 - Sprzedaję samochód, czyli dlaczego nagle wszyscy zostali negocjatorami?

Telefon dzwoni o 18:36. Odbierasz, bo od trzech dni masz wystawiony samochód i każdy nieznany numer traktujesz jak potencjalny koniec swojej przygody ze sprzedażą. Po drugiej stronie odzywa się mężczyzna, który nie przedstawia się, nie mówi dzień dobry i najwyraźniej uznaje rozmowę telefoniczną za konkurencję w oszczędzaniu sylab. „Auto aktualne?". Potwierdzasz. „Jaka cena ostateczna?". Odpowiadasz, że cena znajduje się w ogłoszeniu. Następuje chwila ciszy, po której słyszysz: „No ale wiadomo, że coś pan opuści". I oto jesteś. Jeszcze rano byłeś zwykłym właścicielem samochodu, a wieczorem uczestniczysz w negocjacjach handlowych z człowiekiem, który nie wie, czy auto ma automatyczną skrzynię biegów. Gdyby negocjacje były dyscypliną olimpijską, rynek samochodów używanych zapewniałby Polsce stałe miejsce na podium.

Pierwsze zaskoczenie przy sprzedaży auta polega na odkryciu, że ludzie zupełnie inaczej rozumieją słowo „kupuję". Dla Ciebie oznacza ono gotowość wydania pieniędzy na konkretny pojazd, jeśli jego stan odpowiada opisowi. Dla części rozmówców oznacza sprawdzanie, czy na świecie istnieje ktoś wystarczająco zdesperowany, żeby oddać samochód za połowę ceny. Jeszcze inni rzeczywiście szukają auta, ale są na etapie porównywania ofert, zastanawiania się nad budżetem albo przekonywania partnera, że trzeci samochód w gospodarstwie domowym to nie fanaberia, lecz inwestycja w mobilność. Każda z tych osób może zadzwonić, napisać wiadomość i poprosić o

spotkanie. Problem polega na tym, że tylko część jest przygotowana do podjęcia decyzji, a Ty nie masz obowiązku odkrywać ich intencji kosztem wszystkich wolnych wieczorów.

Warto na początku odrzucić pewne nieporozumienie: pytanie o obniżkę nie czyni kupującego nieuczciwym. Sam zapewne również sprawdzasz, czy podana cena jest ostateczna, kiedy kupujesz coś używanego. Na takim rynku negocjacje są normalne, a możliwość porozumienia często pomaga obu stronom. Kupujący chce mieć poczucie, że zapłacił rozsądnie. Sprzedający chce otrzymać uczciwą kwotę i zakończyć transakcję. Konflikt pojawia się dopiero wtedy, kiedy jedna ze stron traktuje cenę jako jedyny element rozmowy, ignorując stan pojazdu, jego historię i rzeczywistą wartość. Dlatego Twoim zadaniem nie jest walka z samą ideą targowania. Musisz nauczyć się rozpoznawać, kiedy rozmowa prowadzi do porozumienia, a kiedy jest tylko zawodami w wypowiadaniu coraz niższych liczb.

Ogłoszenie nie jest jeszcze kolejką kupujących

Wyobraź sobie, że publikujesz ofertę wieczorem, a następnego dnia widzisz kilkaset wyświetleń i kilkanaście wiadomości. Naturalnie zaczynasz myśleć, że samochód sprzeda się błyskawicznie. Być może nawet wyobrażasz sobie małą licytację, podczas której zainteresowani podbijają cenę, a Ty z godnością wybierasz najkorzystniejszą propozycję. Potem czytasz wiadomości. Pierwsza zawiera samo „aktualne?". Druga proponuje zamianę na motocykl i dopłatę z Twojej strony. Trzecia pochodzi od osoby mieszkającej czterysta kilometrów dalej, która chce wiedzieć, czy dowieziesz samochód pod dom. Czwarta jest interesująca, ale jej autor przestaje odpowiadać po

otrzymaniu informacji o przebiegu, który od początku widniał w ogłoszeniu. Statystyki wyglądają świetnie. Sprzedaż nadal wynosi zero.

Wyświetlenie ogłoszenia nie jest deklaracją zakupu, podobnie jak wejście do salonu meblowego nie oznacza, że zamierzasz wyjść z kanapą na plecach. Liczba reakcji może pokazywać zainteresowanie ofertą, lecz sama w sobie niewiele mówi o jakości potencjalnych klientów. Dlatego nie warto uzależniać nastroju od liczby telefonów ani traktować każdego milczącego rozmówcy jak utraconego kupującego. Dużo ważniejsze jest to, co dzieje się po pierwszym kontakcie. Czy ktoś rozumie, jaki samochód oferujesz? Czy odpowiada na konkretne pytania? Czy jego oczekiwania mieszczą się w rozsądnych granicach? Czy potrafi ustalić termin i go potwierdzić? Takie sygnały nie gwarantują sprzedaży, ale pozwalają lepiej decydować, komu poświęcić czas.

W praktyce kontaktujących się można podzielić według etapu, na którym znajdują się w procesie zakupu. Jedni dopiero poznają rynek i próbują ustalić, ile kosztuje wybrany model. Inni mają już pieniądze, porównują kilka samochodów i są gotowi przyjechać. Kolejni wiedzą dokładnie, czego szukają, ale chcą jeszcze sprawdzić stan techniczny i dokumenty. Istnieją również osoby, których oczekiwania są po prostu niezgodne z Twoją ofertą. Ktoś szuka auta bezwypadkowego, a Twój samochód miał udokumentowaną naprawę blacharską. Ktoś dysponuje budżetem o dziesięć tysięcy niższym od ceny, na którą możesz się zgodzić. Nie ma sensu organizować spotkania tylko po to, żeby obie strony odkryły tę różnicę na podjeździe.

Najbardziej kosztowny błąd sprzedającego to traktowanie każdej prośby o oględziny jak niemal zakończonej transakcji.

Wtedy zaczyna się przesuwanie prywatnych planów, dodatkowe mycie auta, pilnowanie telefonu i wielogodzinne oczekiwanie. Jeden zainteresowany chce przyjechać bardzo wcześnie, drugi późnym wieczorem, trzeci prosi o możliwość obejrzenia samochodu podczas Twojej pracy. Ponieważ zależy Ci na sprzedaży, próbujesz dogodzić wszystkim. Po kilku dniach orientujesz się, że nie masz już własnego kalendarza. Zamiast tego prowadzisz jednoosobową placówkę handlową, która przypadkiem nie posiada godzin otwarcia ani działu reklamacji. Co gorsza, duża dyspozycyjność nie musi zwiększać szans na zawarcie umowy, jeżeli spotkania odbywają się z osobami, które od początku nie zamierzały kupić Twojego auta.

Człowiek zainteresowany czy człowiek zainteresowany rabatem?

Rozsądna wstępna rozmowa nie musi przypominać przesłuchania. Wystarczy zapytać, co kupujący chciałby wiedzieć o samochodzie i jakie kwestie są dla niego najważniejsze przed przyjazdem. Jeżeli ktoś szuka konkretnej wersji silnikowej, szczególnego wyposażenia albo ma wymagania dotyczące historii napraw, najlepiej wyjaśnić to od razu. Osoba rzeczywiście rozważająca zakup zazwyczaj potrafi powiedzieć, czego potrzebuje, choć może być nieśmiała, niedoświadczona lub nie znać technicznych szczegółów. Nie oczekuj więc, że dobry kupujący będzie mówił jak diagnosta samochodowy. Ważniejsza od fachowego słownictwa jest gotowość do rzeczowej rozmowy i podejmowania kolejnych ustaleń.

Załóżmy, że sprzedajesz siedmioletnie kombi z przebiegiem 145 tysięcy kilometrów. Rozmówca pyta o historię serwisową, rozrząd, stan opon i możliwość sprawdzenia auta w niezależnym warsztacie. Następnie

mówi, że szuka samochodu rodzinnego, ogląda kilka podobnych ofert i chciałby umówić termin po zapoznaniu się ze szczegółami. Nie oznacza to, że na pewno kupi, ale jego pytania pokazują logiczny proces podejmowania decyzji. Inaczej wygląda rozmowa z osobą, która po usłyszeniu ceny odpowiada: „Za tyle nie pójdzie, dam trzydzieści i zabieram", mimo że ogłoszenie opiewa na czterdzieści tysięcy. Taka propozycja może być jednorazową próbą znalezienia okazji. Masz pełne prawo spokojnie wyjaśnić, że tak duża obniżka nie wchodzi w grę, bez przedstawiania piętnastominutowej prezentacji uzasadniającej Twoje istnienie.

Warto też uważać na własne uprzedzenia. Ktoś może zadawać mnóstwo pytań, ponieważ kupuje pierwszy samochód i boi się popełnić kosztowny błąd. Ktoś inny może potrzebować czasu na konsultację z rodziną, a mimo to później wrócić z konkretną ofertą. Rozmówca, który nie zna nazwy skrzyni biegów, nie musi być mniej zdecydowany niż osoba używająca specjalistycznego żargonu. Oceniaj zachowanie i zgodność oczekiwań z ofertą, nie sposób mówienia, zawód, wiek czy poziom pewności siebie. Sprzedaż samochodu nie wymaga powoływania komisji kwalifikacyjnej do oceny charakteru kupujących. Wystarczy ustalić, czy istnieją realne warunki do przeprowadzenia transakcji.

Czasami najwięcej mówi pozornie niewinne pytanie: „Czy warto w ogóle przyjeżdżać?". Brzmi dziwnie, ale daje okazję do konkretnej odpowiedzi. Możesz powiedzieć: „Samochód ma opisany stan i historię. Jeśli odpowiada Panu wersja, przebieg oraz poziom ceny, zapraszam na oględziny i sprawdzenie auta. Nie chciałbym natomiast, żeby jechał Pan kilkaset kilometrów z założeniem rabatu, którego nie mogę zaproponować". To nie odstrasza poważnego nabywcy

samym faktem postawienia granicy. Pozwala mu ocenić, czy podróż ma sens. Jeżeli warunkiem przyjazdu jest natychmiastowa obniżka o kwotę, której nie akceptujesz, obie strony mogą oszczędzić sobie drogi.

Dlaczego sprzedający sam wpada w pułapkę negocjacji?

Istnieje pewien mechanizm, który działa szczególnie mocno, kiedy sprzedaż się przeciąga. Najpierw chcesz uzyskać dobrą cenę. Po tygodniu chcesz uzyskać jakąkolwiek sensowną propozycję. Po kolejnym zaczynasz marzyć o odzyskaniu miejsca parkingowego, normalnych weekendach i telefonie, który dzwoni wyłącznie wtedy, kiedy naprawdę ktoś chce z Tobą porozmawiać. Właśnie w tym momencie łatwo zaakceptować niekorzystne warunki nie dlatego, że są rozsądne, ale dlatego, że jesteś zmęczony. Kupujący wcale nie musi działać z premedytacją. Czasem wystarczy Twoje pragnienie zakończenia sprawy, żeby kwota, którą wcześniej uznawałeś za zdecydowanie za niską, nagle zaczęła wyglądać zaskakująco atrakcyjnie.

Presja może działać również w drugą stronę. Kiedy jesteś mocno przywiązany do samochodu, każde pytanie o jego wady brzmi jak osobisty zarzut. Kupujący wskazuje zużycie kierownicy, a Ty natychmiast przypominasz sobie, ile pieniędzy wydałeś na obsługę techniczną. Pyta o naprawę błotnika, a Ty zaczynasz opowiadać o całej historii zdarzenia, łącznie z pogodą i zachowaniem drugiego kierowcy. Chcesz udowodnić, że samochód jest wart swojej ceny, lecz nadmiar emocji utrudnia rzeczową rozmowę. Kupującego interesuje przede wszystkim obecny stan, historia i ryzyko zakupu. Im spokojniej potrafisz przedstawić fakty, tym mniej miejsca zostaje na nieporozumienia.

Przed rozpoczęciem sprzedaży warto więc ustalić nie tylko oczekiwaną kwotę, ale również sposób reagowania na

trudne rozmowy. Możesz przyjąć, że nie negocjujesz znacznych rabatów bez obejrzenia samochodu i przedstawienia konkretnego uzasadnienia. Możesz też zdecydować, że na propozycje wyraźnie poniżej akceptowalnego zakresu odpowiadasz krótko, bez wdawania się w spory. Nie musisz zdradzać swojej najniższej ceny ani opowiadać, dlaczego potrzebujesz pieniędzy. Z drugiej strony warto pozostawić przestrzeń na uczciwą ocenę argumentów kupującego. Jeżeli podczas niezależnego sprawdzenia wyjdzie na jaw problem, którego wcześniej nie znałeś, rozsądne jest rozważenie nowych informacji, zamiast kurczowego trzymania się własnego stanowiska.

Zwróć uwagę, jak dużą różnicę robi sposób sformułowania odpowiedzi. Zdanie „Nie ma mowy, znam wartość tego auta" może zakończyć rozmowę nawet z człowiekiem, który miał sensowne argumenty. Z kolei „Cena jest ustalona na podstawie stanu i wyposażenia. Możemy porozmawiać o uzasadnionej propozycji po oględzinach" wyznacza granicę, ale nie zamienia rozmowy w pojedynek. Nie ma tu żadnej sztuczki psychologicznej ani tajnego zaklęcia handlowców. Jest zwykła komunikacja, która pozwala zachować kontrolę nad własną decyzją. A kontrola przydaje się szczególnie wtedy, gdy ktoś oznajmia, że musi kupić samochód natychmiast, pod warunkiem że Ty równie natychmiast zapomnisz o kilku tysiącach złotych.

Nie każda rozmowa powinna też kończyć się próbą przekonywania kupującego. Jeśli ktoś uważa, że podobne auto znajdzie znacznie taniej, możesz spokojnie życzyć mu powodzenia. Nie musisz udowadniać, że wszystkie inne ogłoszenia są podejrzane, a każdy konkurencyjny samochód po nocach samodzielnie gubi części. Być może kupujący

faktycznie znalazł lepszą ofertę. Być może porównuje pojazdy w różnym stanie. W obu przypadkach wielogodzinna kłótnia rzadko poprawia sytuację sprzedającego. Rzeczowe zakończenie rozmowy pozwala zachować czas na osoby, których potrzeby bardziej odpowiadają Twojej ofercie.

Twój czas również ma wartość

Wystarczy policzyć, ile naprawdę kosztuje jedno nieudane spotkanie. Przygotowujesz samochód, rezerwujesz termin, czekasz na przyjazd i poświęcasz czas na oględziny. Niekiedy dochodzi do tego przejazd do umówionego miejsca albo opłacenie dodatkowego sprawdzenia, jeśli tak się wcześniej umówiliście. Jedno spotkanie może zabrać godzinę, dwa lub pół dnia. Jeżeli powtórzysz je kilkanaście razy, powstaje koszt, którego nie znajdziesz w żadnej rubryce ogłoszenia. Nie chodzi o to, żeby wyceniać każdą minutę rodzinnego weekendu niczym konsultant pracujący na fakturze. Wystarczy zrozumieć, że oszczędzenie kilku niepotrzebnych wizyt może być równie ważne jak uzyskanie trochę wyższej ceny.

Pomaga prosty sposób organizacji kontaktów. Gdy ktoś pisze, możesz odpowiedzieć rzeczowo na najważniejsze pytania i upewnić się, że zapoznał się z opisem samochodu. Jeśli deklaruje zainteresowanie oględzinami, zaproponuj konkretny termin zamiast obiecywać całodobową dostępność. Przy dalszym dojeździe warto wcześniej ustalić istotne informacje, zwłaszcza dotyczące stanu technicznego, historii szkód i oczekiwań cenowych. Spotkanie umawiaj w bezpiecznym, odpowiednim miejscu, a jego zasady określaj z wyprzedzeniem. Nie masz obowiązku zapraszania obcych ludzi pod dom ani przekazywania większej ilości danych osobowych, niż wymaga tego dany

etap transakcji. Praktyczna uprzejmość polega na jasnych ustaleniach, a nie na zgodzie na wszystko.

Dobrym nawykiem jest także zapisywanie podstawowych ustaleń z rozmów, szczególnie gdy kontaktów jest dużo. Wystarczy imię lub umowny identyfikator rozmówcy, termin, najważniejsze pytania i ustalenia dotyczące oględzin. Nie trzeba do tego budować systemu zarządzania relacjami z klientami, który następnie będzie wymagał własnego administratora. Taki prosty zapis pomaga uniknąć pomyłek, ponownego tłumaczenia tych samych kwestii i sytuacji, w której mylisz człowieka zainteresowanego dieslem z tym, który pytał o automatyczną skrzynię. Przechowuj tylko potrzebne informacje i nie rób z przypadkowych rozmówców wieloletniej bazy danych.

Najważniejsza zmiana zachodzi jednak w sposobie patrzenia na całą sprzedaż. Zamiast myśleć „muszę przekonać każdego, kto zadzwoni", zacznij myśleć „muszę umożliwić właściwemu kupującemu podjęcie dobrej decyzji". Pierwsze podejście prowadzi do desperackich rabatów, nadmiernej dyspozycyjności i niepotrzebnych sporów. Drugie wymaga uczciwych informacji, cierpliwości i jasnych warunków. Nie oznacza to biernego czekania na idealnego klienta ani odrzucania wszystkich negocjacji. Oznacza, że sprzedaż przestaje być testem Twojej wytrzymałości psychicznej, a staje się procesem, nad którym możesz mieć rozsądną kontrolę.

Ostatecznie nie potrzebujesz pięćdziesięciu telefonów, trzydziestu wiadomości i piętnastu osób oglądających silnik z miną profesora prowadzącego egzamin doktorski. Potrzebujesz jednego nabywcy, dla którego Twój samochód będzie odpowiedni, oraz warunków, które obie strony uznają za uczciwe. Kiedy to zrozumiesz, pytanie „Ile pan opuści?"

przestanie być osobistą zniewagą. Stanie się po prostu jednym z elementów rozmowy, na który możesz odpowiedzieć spokojnie, rzeczowo i bez poczucia, że właśnie rozpoczął się pojedynek o honor całej Twojej rodziny.

Rozdział 2 - Ile naprawdę wart jest Twój samochód, kiedy sentyment przestaje być wyposażeniem?

Najdroższym elementem używanego samochodu bywa nie silnik, skrzynia biegów ani zestaw reflektorów LED. Czasami jest nim przekonanie właściciela, że jego egzemplarz zasługuje na szczególne traktowanie. Wystarczy otworzyć portal ogłoszeniowy, wpisać markę i model, a następnie posortować wyniki od najwyższej ceny. Nagle odkrywasz, że samochód podobny do Twojego kosztuje znacznie więcej, niż przypuszczałeś. To wspaniała wiadomość. Zaczynasz przeglądać zdjęcia, porównujesz wyposażenie i dochodzisz do wniosku, że Twój egzemplarz wcale nie jest gorszy. Ma przecież regularnie wymieniany olej, komplet opon i bardzo wygodny podłokietnik. W ciągu dziesięciu minut jego wartość w Twojej głowie rośnie o kilka tysięcy złotych. Rynek jeszcze o tym nie wie, ale na szczęście zaraz go poinformujesz.

Tak rodzi się jedno z najczęstszych nieporozumień przy sprzedaży auta: utożsamianie ceny wystawionej w ogłoszeniu z kwotą, którą kupujący rzeczywiście zapłaci. Ogłoszenie pokazuje oczekiwania sprzedającego, nie zakończoną transakcję. Samochód wystawiony za sześćdziesiąt tysięcy złotych może znaleźć nabywcę za podobną kwotę, może zostać sprzedany znacznie taniej albo miesiącami czekać na zainteresowanie. Nie wiesz tego, patrząc wyłącznie na cenę. Właśnie dlatego wycena na zasadzie „najdroższy kosztuje tyle, więc mój też może" przypomina ocenianie zarobków ludzi na podstawie kwot, których zażądali podczas rozmowy kwalifikacyjnej. Ambicja

jest cenna, ale jeszcze nie stanowi potwierdzenia wartości rynkowej.

Trzy ceny, które sprzedający często wrzuca do jednego worka

Pierwsza to cena ofertowa, czyli kwota widoczna w ogłoszeniu. Druga to realistyczna cena transakcyjna, którą można rozsądnie oszacować na podstawie porównywalnych ofert, stanu auta i informacji o rynku, choć bez pewności, za ile ostatecznie uda się je sprzedać. Trzecia to Twoja cena minimalna, poniżej której sprzedaż przestaje spełniać założone cele. Te trzy wartości mogą być różne i wcale nie oznacza to, że próbujesz kogokolwiek oszukać. Cena ogłoszenia może zawierać umiarkowaną przestrzeń do negocjacji. Cena transakcyjna odzwierciedla porozumienie stron. Cena minimalna pomaga Ci nie podejmować impulsywnych decyzji podczas rozmowy. Ważne tylko, żeby wszystkie trzy były zakorzenione w rzeczywistości, a nie w marzeniu, że gdzieś istnieje kupujący, który zapłaci dodatkowo za Twoje wzorowe parkowanie.

Rzetelną wycenę najlepiej zacząć od znalezienia samochodów rzeczywiście porównywalnych. Ta sama marka i model to za mało. Liczą się również rocznik, generacja, wersja silnika, skrzynia biegów, przebieg, wyposażenie, historia serwisowa, stan techniczny i historia uszkodzeń. Istotne może być także pochodzenie pojazdu, liczba właścicieli oraz sposób jego wcześniejszego użytkowania. Dwa samochody wyglądające niemal identycznie na zdjęciach potrafią mieć zupełnie inną historię i koszty przyszłej eksploatacji. Porównywanie ich wyłącznie po kolorze lakieru i roczniku jest trochę jak zestawianie dwóch mieszkań dlatego, że oba mają drzwi wejściowe.