

Rafał Mróz



IMPORT PIENIĘDZY

SPROWADZANIE TOWARÓW Z CHIN I UE
JAKO SPOSÓB NA ZYSKOWNY BIZNES

ZŁOTE
MYŚLI

**Niniejszy darmowy ebook zawiera fragment
pełnej wersji pod tytułem:**

„Import pieniędzy”

Aby przeczytać informacje o pełnej wersji, [kliknij tutaj](#)

Darmowa publikacja dostarczona przez

Wydawnictwo Złote Myśli sp z o.o

Niniejsza publikacja może być kopiowana, oraz dowolnie rozprowadzana tylko i wyłącznie w formie dostarczonej przez Wydawcę. Zabronione są jakiegolwiek zmiany w zawartości publikacji bez pisemnej zgody wydawcy. Zabrania się jej odsprzedaży, zgodnie z regulaminem Wydawnictwa Złote Myśli.

© Copyright by Wydawnictwo Złote Myśli & Rafał Mróz
rok 2010

Data: 30.06.2010

Tytuł: Import pieniędzy – fragment utworu

Autor: Rafał Mróz

Projekt okładki: Janusz Skierkowski

Redakcja: Magdalena Michalak, Karolina Kasprzyk

Wydawnictwo Złote Myśli sp. z o.o.

ul. Daszyńskiego 5

44-100 Gliwice

WWW: [www. ZloteMysli.pl](http://www.ZloteMysli.pl)

EMAIL: kontakt@zlotemysli.pl

Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” dolożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo „Złote Myśli” nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Wszelkie prawa zastrzeżone.

All rights reserved.

[Kup książkę](#)

SPIS TREŚCI

WSTĘP.....	5
Dlaczego możesz zarobić na imporcie?.....	8
Jak wykorzystać tę szansę?.....	9
Dla kogo jest ta publikacja?.....	10
Czego tutaj na pewno nie znajdziesz?.....	11
Czego się tutaj dowiesz?.....	11
ZNAJDŹ IDEALNY PRODUKT.....	12
Zanim zaczniesz.....	12
Od czego powinienś zacząć?.....	12
Zły produkt to najgorsza inwestycja pod słońcem.....	15
Idealny produkt do importowania.....	17
Poznaj cechy idealnego produktu.....	18
Bez daty przydatności do spożycia.....	18
Bez akcyzy i dodatkowych podatków.....	19
Lekki i mały.....	21
Powinien być drogi. Albo tani.....	23
Nie może się popsuć.....	24
Nie może wymagać edukacji.....	25
Nie musi być produktem finalnym.....	26
Nie może być rzadko używany.....	29
Gdzie znajdziesz najwięcej idealnych produktów?.....	30
Jak szukać niszy wokół idealnego produktu?.....	31
Najważniejsza jest konwersja.....	31
Jak podnosić konwersję?.....	33
Szukaj cykli koniunkturalnych.....	33
Szukanie niszy za pomocą Internetu.....	35
Szukanie niszy za pomocą... mózgu.....	41
ZNAJDŹ WIARYGODNYCH DOSTAWCÓW.....	46
Jak szukać dostawców?.....	46
Pierwszy kontakt.....	55
Próbka produktu.....	60
Jak nie płacić za wysyłkę ani próbkę?.....	61
Testy próbek.....	62
Zamówienie i płatność.....	63
Koszty dostawy.....	65
Odbiór towaru.....	66

<u>EFEKTYWNA SPRZEDAŻ</u>	68
<u>Jak sprzedawać szybko i z zyskiem?</u>	68
<u>Reklama i promocja — jaka i gdzie?</u>	73
<u>Jaka jest cena Twojego produktu?</u>	81
<u>Inni mają taniej</u>	84
<u>Jak wygrać z konkurencją?</u>	86
<u>Retencja i lojalność, czyli utrzymanie klientów</u>	87
<u>Jak budować lojalność?</u>	90
<u>Czy reklamacja to problem?</u>	94
<u>UWAGA! OSZUŚCI!</u>	99
<u>Komplikacje i oszustwa</u>	99
<u>Oszustwo i wyłudzenie</u>	100
<u>ZARABIANIE NA IMPORCIE — BEZ IMPORTU</u>	104
<u>Dropshipping</u>	105
<u>Systemy partnerskie — Affiliate Programs</u>	108
<u>Handel informacją</u>	112
<u>ZAKOŃCZENIE</u>	115
<u>O AUTORZE</u>	117

Wstęp

Proszę Cię, zanim zaczniesz czytać, odpowiedz mi na kilka pytań...

Czy masz rodzinę w Chinach? Albo wolne pół miliona złotych?
A może pracujesz w międzynarodowym koncernie z oddziałami na Dalekim Wschodzie?

A może biegle mówisz jakimś językiem mandaryńskim? No to może chociaż masz szwagra w konsulacie w Pekinie? To przynajmniej powiedz, że masz ukończone studia z handlu międzynarodowego... Nie?

TO NAWET NIE MYŚL O IMPORCIE! I ZAPAMIĘTAJ TO SOBIE RAZ NA ZAWSZE, BO TO NIE DLA CIEBIE!

Takie pytania — i odpowiedź — usłyszysz od każdego, kto zarabia pieniądze na imporcie towarów — nie tylko z Chin, ale z każdego zakątka Dalekiego Wschodu, Europy czy obu Ameryk. Dlaczego? Żeby Cię zniechęcić. Im więcej ludzi wejdzie w ten rynek, tym większa będzie konkurencja — więc mniejsze zyski dla tych, którzy się odważyli, spróbowali, są na nim i za-

rabiają prawdziwe pieniądze. Prawdziwe to na początku nie znaczy wcale duże. To znaczy realne. Autentyczne banknoty o nominale 100 złotych, poukładane po 10 sztuk w dwóch rzędach. Tyle możesz zarobić na towarze poukładanym w takim pudełku, w jakie zazwyczaj pakuje się buty, a które przyniesie Ci do domu kurier albo listonosz. Tak, właśnie Ty zarobisz te pieniądze! Osoba, która nie ma rodziny w Chinach ani pół miliona na koncie, nie zna mandaryńskiego ani nie ma szwagra w pekińskim konsulacie.

Import jest dużo prostszy, niż Ci się wydaje. Skąd o tym wiem? Sam przeszedłem całą drogę od początku do końca. Czytałem, próbowałem, sparzyłem się, zarobiłem, straciłem. Ale się nauczyłem. Teraz już wiem jak. I wcale nie musiałem zatrudniać do tego doradców podatkowych, celnych ani prawników. Czasem nawet nie musiałem zatrudniać magazynierów ani sam nie pakowałem towarów, które kupili moi klienci. Chwileczkę... Jak to? Bez pakowania towarów? Bez Poczty Polskiej? A właśnie że tak! Nie musiałem się ruszać sprzed komputera! Ba, czasem nawet nie musiałem go w ogóle włączać! Dziwne? Wiem, ale to możliwe. I pokażę Ci, jak można to robić. Zarabiałem i zarabiam na imporcie cały czas.

To mit, że aby zacząć biznes importowy, potrzebne Ci są setki tysięcy złotych. Ale to prawda, że importując, możesz zarobić setki tysięcy. To już nie te czasy, że trzeba było zamawiać pełne

kontenery, które płynęły przez morza i oceany. Dzisiaj możesz kupić towar, który przyjdzie do Ciebie w małej paczce i zarobisz na jego sprzedaży tysiąc, dwa lub trzy tysiące złotych. A Twoja inwestycja w produkty to tylko 500 złotych.

Chcesz przykład? Proszę bardzo. Nowoczesną lub stylową albo odjechaną obudowę do iPhone'a możesz kupić w Chinach już za 1 centa. Tak! Za 1 centa! Minimalne zamówienie to 300–1000 sztuk. Ile musisz zainwestować? To chyba łatwo wyliczyć. Paczkę przywiezie Ci kurier za 300 złotych (przez EMS, paczka 1 kg). Koszt jednej obudowy, gdy zamówisz ich 1000, nie przekroczy 35 groszy. Przy większym zamówieniu spadnie poniżej 20 groszy. Teraz sprawdź na allegro.pl, za ile możesz taką obudowę sprzedać — ceny wahają się od kilku do kilkunastu złotych. Ile zarobisz? No cóż... Pozwól, że tutaj zostawię Cię sam na sam z matematyką...

W tej publikacji odkryję przed Tobą wszystkie znane mi tajniki biznesu importowego — tego małego — od którego sam zaczynałem — do tego dużego, w którym teraz jestem. Pokażę Ci import, gdzie pieniądze kapią powoli, ale za to są pewne i bez ryzyka, oraz taki, na którym zarobisz mnóstwo pieniędzy — ale i dużo ryzykujesz. To Ty dozujesz emocje.

Pokażę Ci sposób, w jaki możesz sobie go zorganizować w zależności od tego, czy chcesz się w niego angażować czy tylko

dorabiać na nim do pensji. Poznasz wszystkie kombinacje — po to, żeby wybrać dla siebie najbardziej optymalną.

Jak wszędzie — musisz tylko wiedzieć, jak to robić. Jak wybrać model importu, jaki produkt, jak sprawdzić swojego kontrahenta, jak wysłać mu pieniądze i w końcu — kiedy, gdzie i jak sprzedać to, co właśnie kurier przyniósł Ci do domu.

Import może być Twoim sposobem na życie — nieważne, co robisz zawodowo. Zarabiając w taki sposób bez pośredników, kierujesz swoim życiem. Tym, co robisz, tym, co chcesz robić, tym, co chcesz osiągać.

Pracujesz na etacie? Świetnie — masz więc stałe źródło dochodów, możesz sprawdzić się w handlu międzynarodowym.

Jesteś przedsiębiorcą? Doskonale — zobacz, jak łatwo możesz stworzyć źródło sporych dochodów.

Nie możesz znaleźć pracy? Nie przejmuj się. Tutaj pokażę Ci, jak stworzyć sobie pracę, o jakiej marzysz. Taką, która przyniesie Ci pieniądze i satysfakcję.

Dlaczego możesz zarobić na imporcie?

Konsumpcja i zakupy w Polsce spadły nieznacznie, bezrobocie i inflacja utrzymują się na stabilnym poziomie. Mimo to wszędzie na świecie panuje ON. Nikomu nie musi się kłaniać, nie musi znać obcych języków, nie płaci za bilety lotnicze, a jest wszędzie i wszyscy się go boją. Kryzys. Wydaje się — chyba z resztą słusznie — że ominął Polskę. Dzięki temu, że nasza gospodarka jest dość mocno zdywersyfikowana, a jednocześnie nie jesteśmy całkowicie uzależnieni od eksportu ani importu, radzimy sobie całkiem nieźle. Nasi sąsiedzi — Słowacy, Węgrzy, Litwini oraz inne kraje Europy — nawet te „wysokorozwinięte” — mają duże problemy ze swoimi gospodarkami. Konsumpcja, czyli skłonność do zakupów, w tamtych krajach zmalała z uwagi na niepokój społeczny wywołany przez kryzys. To samo dzieje się w USA i całej Unii Europejskiej. Po prostu ludzie boją się o swoją przyszłość, więc nie kupują dużo. Dzisiaj, gdy piszę te słowa, dolar kosztuje nieco ponad 2,70 zł, a euro około 4,10 zł¹.

W związku z tym, firmy mają spore problemy ze zbytem, zaczynają redukować koszty i stosować promocje, aby być bardziej konkurencyjnymi na rynku. Dzięki temu ceny wielu produktów znacznie potaniały. Co ważne — potaniały na dłużej. Przynajmniej do czasu, gdy widmo kryzysu nie minie. Ale nawet jeżeli

¹ <http://nbp.pl/home.aspx?f=/kursy/kursya.html>, [dostęp do wszystkich odnośników z dn. 02.12.2009].

minie, ciągle można liczyć na mocną złotówkę, która sprawi, że import będzie opłacalny.

A co w Polsce? Optymizm konsumentów jest nadal duży, co oznacza, że ciągle chętnie wydają swoje pieniądze. Mamy więc potencjalnych dostawców za granicą i rynek zbytu w kraju. W dalszej części tej publikacji dowiesz się, jak połączyć obie informacje i wykorzystać je do zrobienia biznesu.

Jak wykorzystać tę szansę?

Jak pewno się domyślasz, szansą jest wyszukanie produktów za granicą i oferowanie ich do sprzedaży w kraju. Ale nie tylko. To jest publikacja, która pokaże Ci, że import nie jedno ma imię. Zobaczysz, że żeby korzystać z możliwości, które oferuje import, wcale nie musisz kupować i sprzedawać produktów. Możesz pośredniczyć. Ty sam wybierasz poziom ryzyka. Duże ryzyko — zakup i sprzedaż na własny rachunek — to również duży zysk. A małe ryzyko — związane z pośrednictwem w dostępie do informacji — to mały zysk, ale bardziej przewidywalny.

W tej publikacji nie znajdziesz suchych definicji, cytatów z ustaw, ani traktatów międzynarodowych które wypełniają podręczniki akademickie. Definicję tego, czym jest dropshipping, warunki Incoterms czy akredytywa lub świadectwo po-

chodzenia towaru znajdziesz bez trudu w Wikipedii albo Google. Nawet dam Ci do nich linki, ale nie chcę zajmować nimi miejsca. Ta publikacja to skoncentrowana wiedza o tym, jak importować i na tym zarabiać. Pokażę Ci, że inwestując niewielkie pieniądze (maksymalnie 200–300 zł), możesz zrobić interes wart kilka tysięcy miesięcznie. Albo inwestując kilkadziesiąt — stworzyć biznes za milion. Wszystko zależy tylko od tego, jaki poziom ryzyka jesteś skłonny zaakceptować. Ale do rzeczy.

Dla kogo jest ta publikacja?

Czy interesowały Cię arkana importu — jak to się robi „od podszewki”?

Czy ciekawiło Cię, jak Twoi konkurenci kupują dużo tańsze towary z pominięciem pośredników?

Czy chciałeś kiedykolwiek spróbować zaimportować jakieś towary?

Czy bałeś się spróbować?

Jeżeli choć na jedno z tych pytań odpowiedziałeś TAK, to znaczy, że ta publikacja jest dla Ciebie.

Czego tutaj na pewno nie znajdziesz?

Zapewniam Cię, że nie znajdziesz tutaj złotej recepty na doskonały, bezproblemowy biznes oparty na imporcie. Nie znajdziesz informacji o tym, że najlepiej jest sprzedawać latem okulary przeciwsłoneczne, a zimą koce, które możesz kupić w firmie XYZ z Malezji za 10 centów i sprzedać na targu w Poznaniu lub Allegro za 30 zł od sztuki. Znajdziesz tu dużo więcej. Dużo więcej konkretnych i wartościowych informacji, niż mógłbyś się spodziewać. Bo wszystkie wskazówki są konkretne, rzeczowe i poparte przykładami z życia. To moje własne doświadczenia.

Czego się tutaj dowiesz?

Sprawdzone wskazówki i informacje o tym, jak szukać nisz, interesujących produktów, jak wybierać dostawców, jak się ustrzec przed oszustwem i jak szukać nabywców na zaimportowane towary. Zobacz spis treści. Te wszystkie tematy, które tam znajdziesz, zawierają konkretne przykłady poparte wnikliwą analizą przyczyn oraz skutków. Wszystko po to, aby Twój biznes mógł działać szybciej, bez niepotrzebnego marnotrawstwa i z maksymalnym zyskiem. Wszystko po to, żebyś mógł wykorzystywać możliwości, które czekają na Ciebie za każdym razem, kiedy waluty tanieją, a jakąś branżę dotyka kryzys. Od następnego rozdziału przejdę już do konkretów. Ani słowa, które mogłoby być nieprzydatne. Owocnej lektury!

Znajdź wiarygodnych dostawców

Jak szukać dostawców?

Mamy już idealny produkt. Teraz trzeba znaleźć dostawcę. Kogoś, kto go produkuje albo nim handluje i zaoferuje Ci warunki handlowe lepsze niż te w kraju. Świat dzieli się na dwie części: Chiny i wszystko inne. Mam za sobą kilkanaście interesów z firmami z Dalekiego Wschodu, które zwieńczyło kilkaset transakcji i — pomijając specyfikę i różnice kulturowe — bardzo dobrze mi się z nimi współpracuje. Są niesamowicie otwarci, przyjaźni i jednocześnie ostrożni. Nawet jeżeli nie masz założonej działalności gospodarczej, zazwyczaj nie przeszkadza im to w robieniu z Tobą interesów. Możesz kupić wiatrowo-słoneczne latarnie uliczne albo bawełniane ekotorby jako osoba fizyczna — nikogo to tam nie zdziwi. Ostatecznie to będzie Twój problem przy opodatkowaniu ich sprzedaży w Polsce.

Musisz wiedzieć, że robienie interesów na dystans jest prawie niemożliwe, jeżeli zamierzasz zająć się tym biznesem profesjo-

nalnie. Napisałem „prawie”, bo są takie przedsięwzięcia związane z importem, które działają właściwie wyłącznie na odległość i przynoszą zyski. O nich dowiesz się w dalszej części tej publikacji. Wróćmy jednak do typowego importu towarów. Musisz po prostu jechać i odwiedzić swoich dostawców. Oczywiście — możesz ich poznać przez Internet, ale przed zawarciem transakcji na dużą kwotę konieczne jest, żeby tam jechać i zobaczyć, czy firma istnieje i jak wygląda. Jeżeli chodzi o Europę — nie jest to aż taki wielki problem: tanimi liniami dolećisz dzisiaj wszędzie. Ale już w przypadku Malezji, Chin czy Indii to dość kosztowna i długa wyprawa. Długa dlatego, że skoro już wydajesz na bilet kilka tysięcy złotych, musisz wykorzystać maksymalnie czas, który tam spędzisz — np. tydzień. W Internecie znajdziesz kilka ogłoszeń firm zajmujących się pośrednictwem importowym. Znają one lokalne realia (przynaj, że słowo „lokalne” w kontekście terytorium zajmowanego przez Chiny jest komiczne); wiedzą, jakie są specjalizacje poszczególnych regionów (tekstylia, elektronika, AGD, energetyka, surowce naturalne), znają język, kulturę i obyczaje oraz pełnią funkcję przewodnika i doradcy. Osobiście polecam Ci firmę BigChina — wielu z moich klientów korzystało z jej usług i byli bardzo zadowoleni z poziomu obsługi.

Zanim jednak pomyślisz o wyjeździe do Chin, zastanów się, czy produktu, którego szukasz, nie można znaleźć w Europie.

Oczywiście trzy najbardziej rozpowszechnione słowa w języku angielskim to „made in China”. Ale jest wiele produktów wytwarzanych w Europie, które w Polsce są bardzo poszukiwane — albo też zupełnie nieznane, choć te konkurencyjne sprzedają się u nas doskonale.

Krąży taka obiegowa opinia, że co chińskie, to tandetne. Pochodzi ona z bardzo dawnych czasów, kiedy w Polsce można było kupić tylko chińskie podkoszulki, które same się rozpruwały po wystawieniu na słońce. Oczywiście nadal się je produkuje, ale zdecydowana większość artykułów wytwarzanych w Chinach ma już niezłą lub wręcz wysoką jakość, bo po prostu inne się już nie sprzedają. Z tego samego powodu powinien się zastanowić, czy nie warto poszukać dostawcy aluminiowych łopat czy nawozu albo wzmacniaczy GSM gdzieś w Rumunii, Belgii czy Estonii. Może się okazać, że produkt ma dużo wyższą cenę EXW (czyli cenę w miejscu załadunku; o tych dziwnych skrótach opowiem Ci później) niż ten z Chin czy Tajlandii. Ale transport ciężarówką z Węgier będzie dużo tańszy niż kontener z drugiego końca świata, który i tak trzeba w porcie oclić, przeładować na TIR-a i przewieźć do Twojego magazynu. Wtedy może się okazać, że cena DDP (czyli cena produktu po jego ocleniu i dostarczeniu na wskazane miejsce) produktu z Węgier jest nawet kilkakrotnie niższa.

Aby dotrzeć do firm, które mogą być Twoimi dostawcami, przejrzyj internetowe katalogi B2B. Sam korzystam z kilku międzynarodowych (Alibaba, EC21, ECPlaza²) oraz kilku europejskich (np. 123zapytanie, Profittool³) i niektórych branżowych (Bulkoil⁴). Taka baza w zupełności wystarczy, żeby znaleźć odpowiedniego dostawcę. Niestety, język angielski na poziomie komunikatywnym jest niezbędny. Jeżeli masz z tym trudności, poproś kogoś o pomoc. Musisz mieć pewność, że obie strony rozumieją, o czym mówią.

Uważaj na oszustów! Część katalogów jest moderowana, ale nie da się ustrzec przed pojawieniem się w nich firm, które chcą wyłudzić od Ciebie pieniądze. O tym, jak tego uniknąć, przeczytasz w kolejnych rozdziałach.

Jeżeli zdecydujesz się na import znanych markowych produktów, np. artykułów toaletowych (elektryczne szczoteczki do zębów Braun, maszynki do golenia Gillette), olejów silnikowych (Mobil, Elf, Castrol) czy artykułów spożywczych (firmy Kraft czy Unilever), to musisz wiedzieć, że ich cena zakupu nie jest taka sama w całej Europie. Nie wynika to tylko z faktu opisanego już wcześniej na przykładzie proszku jednej marki, który

² <http://alibaba.com>, <http://ec21.com>, <http://ecplaza.net>.

³ <http://123zapytanie.pl>, <http://profittool.ro>.

⁴ <http://bulkoil.com>.

jest inny dla Polaków, a inny dla Francuzów. Chodzi o cykl życia produktu⁵.

Jak może wiesz — a jeśli nie wiesz, to zaraz Ci to wyjaśnię — każdy produkt, który istnieje na rynku, przechodzi różne fazy w czasie swojego życia — tak jak żywe istoty. Jest faza rozwoju — kiedy jest nowością; faza wzrostu — gdy rynek zna produkt i go chłonie; faza stagnacji — kiedy ma już ugruntowaną pozycję, a rynek jest nasycony; oraz faza spadku i wycofania, kiedy produkt już nie jest modny, „przejadł się” i inwestowanie w dalszą jego promocję jest nieopłacalne — wtedy zazwyczaj promuje się kolejny, nowy. A przynajmniej ten sam w innym opakowaniu. W każdej z faz ceny zakupu i sprzedaży, a więc i marża zyskana na tym produkcie, są różne. Jeśli coś jest nowością, trzeba ponieść koszty promocji i marketingu. Konieczne jest, by zarobić na kampanię promocyjną. Wówczas wiele produktów ma wysoką marżę oraz cenę sprzedaży. Później rynek poznaje produkt, następuje wzrost jego sprzedaży, producent zarabia krocie — jego ceny rosną, marża również. Wtedy konkurenci zazwyczaj wypuszczają produkt alternatywny, więc czasem trzeba obniżyć marżę i ceny, żeby ten nasz był dostosowany do nowej sytuacji rynkowej. Następuje faza dojrzałości — nic się nie zmienia, rynek zapełnia się produktami. W końcu: spadek — produkt przestaje być modny albo konkurencja wy-

⁵ [http://pl.wikipedia.org/wiki/Cykl_%C5%BCycia_produktu](http://pl.wikipedia.org/wiki/Cykl_%C5%BCycia_produkту).

puszcza coś jeszcze lepszego — producent musi wyprzedać wszystko, co mu jeszcze zostało, po to, żeby wprowadzić kolejny model. Wtedy ceny zakupu i sprzedaży są niskie, produkt łączy się „w prezencie” z innymi — to jakby wyprzedaż, tylko na hurtową skalę. Jeżeli przypomną Ci się cykliczne reklamy past do zębów, np. Colgate lub Blend-a-med, zrozumiesz, na czym polegają działania w ramach cyklu życia produktu. Jak widzisz, „nowe” pasty z „rewolucyjną” formułą, której „nigdy wcześniej nie było”, wybielające bardziej niż jakiegokolwiek wcześniej — pojawiają się mniej więcej co pół roku na rynku.

Każdy koncern ma własne reguły postępowania i klasyfikacji rynków, ale model wygląda za każdym razem identycznie.

Czemu firma nie wprowadza wszędzie herbaty w tym samym momencie? A co się stanie, jeżeli produkt się nie przyjmie? Jeżeli nie uda się sprzedać w ten sposób zakontraktowanych upraw zielonej herbaty? Dzięki takim posunięciom można stopniowo czerpać zyski, jednocześnie korygując błędy zrobione na rynkach wcześniej poznanych. I zmniejszać ryzyko niepowodzenia.

I to jest miejsce i szansa dla importu i eksportu. Sprytna firma umie wykorzystać cykl życia produktów na poszczególnych rynkach. Kupi go za niską cenę, gdy ten kończy swoje życie na zamożnym rynku we Francji, a sprzeda w Polsce, gdzie oficjal-

ne ceny zakupu są dużo wyższe. Później może spróbować zrobić to samo, eksportując towar z Polski do Rumunii, kiedy u nas będzie już w fazie schyłkowej, a tam dopiero będzie się rodził.

Dlaczego więc inny sprytny przedsiębiorca nie kupi tego produktu już wtedy, gdy będzie on w ostatnim stadium cyklu życia we Francji, żeby sprzedawać go jako nowość w Bułgarii? Z bardzo prostego powodu: bo koncern, który go tam dopiero wprowadzi za jakiś czas, nie uruchomił jeszcze kampanii promującej produkt. Więc gdyby ów przedsiębiorca tak zrobił, klienci byłiby ostrożni, mogliby się zrazić, pomyśleć, że to jakieś oszustwo. W efekcie sprzedaż byłaby niewielka, przedsiębiorca musiałby inwestować własne pieniądze w reklamę produktu tego koncernu — na dodatek mroząc gotówkę w towarze, który wcale szybko się nie sprzedaje.

Mam takiego kontrahenta z Rumunii — duża firma handlowa Quasar Comex. Poznałem jej właściciela i to z nim robię interesy. Kiedyś chciał, żebym sprzedał mu produkty firmy Nestlé — płatki śniadaniowe Cini Minis, Chocapic itd. Opakowania miały napisy po polsku, rumuńsku i bułgarsku, więc produkt był dla niego idealny. Znany, dobrej marki, z napisami w języku ojczystym (w krajach Unii Europejskiej produkt musi posiadać oznaczenia w języku narodowym zawierające informacje o producencie lub importerze, sposobie użycia oraz składnikach

produktu, stąd często spotkasz na półkach produkty z naklejkami po polsku — stickerami). W Polsce to produkt dojrzały, który jest już w stabilnej, niskiej cenie zakupu. W Rumunii był mocno promowany jako nowość. Kiedy spotkałem się z klientem, powiedziałem mu o jeszcze jednym rodzaju produktów Nestlé, które mogą go zainteresować. O batonach. Może kojarzysz, można u nas kupić w sklepach batony z płatkami, które produkuje Nestlé, np. baton Cini Minis czy Chocapic. Był to również produkt o dobrej marce, idealny w logistyce, bo mały i relatywnie drogi, z napisami także po rumuńsku. Klienta bardzo to zainteresowało, ale... powiedział wtedy: „Nie teraz. Dam Ci znać, kiedy będzie mi potrzebny”. Później robiliśmy kolejne interesy i po pół roku od tamtej rozmowy zadzwonił do mnie z pytaniem: „Za ile sprzedasz mi jedno auto tych batonów?”. Zacząłem go wypytywać, skąd to nagle zainteresowanie, czemu taka ilość — opowiedział mi tę historię o cyklu życia produktu, którą Ci przed chwilą opisałem. Po prostu dopiero wtedy w Rumunii Nestlé zaczęło promować batony, ale ceny zakupu były wyższe niż w Polsce. Później, za każdym razem kiedy miałem do czynienia z brokerem (firmą zajmującą się pośrednictwem w imporcie i eksporcie), widziałem, że działają oni właśnie w ten sposób — wykorzystując wiedzę o rynku.

Oczywistym jest, że koncerny nie lubią takiego działania. Nie lubią firm, które sprzedają ich produkty między poszczegól-

mi rynkami, wykorzystując różnice cen. Dlaczego? Bo zmniejszają im dochody. Jeżeli cena zakupu batona we Francji wynosi 10 centów, w Polsce 12, a w Rumunii 14, to oczywiste jest, że najlepiej jest go kupić we Francji, a nie u oficjalnego przedstawiciela firmy Nestlé w Polsce. W efekcie tamtejszy oddział Nestlé zarobił na tej sprzedaży 10 centów i wykonał plan, a oddział w Polsce — nie. Cały koncern w skali globalnej zarobił również 10 centów. Gdyby jednak firma kupiła produkt w swoim rodzimym kraju (w Polsce), to koncern miałby w kasie 12 centów.

Jak widzisz — to, co opisałem powyżej, to ciągle wiedza o produkcie. Dlatego jest ona tak ważna. Dlatego to, co wybrałeś jako swój idealny produkt, musi być dla Ciebie najważniejsze w życiu, musi Cię cieszyć i fascynować. Po to, żeby znać zasady, na jakich działa Twój rynek dostawców i odbiorców.