

# Umíte prodávat (nakupovat) spotřební materiál?

ROMAN LAMACZ

**Možná jsou ještě mezi vámi tací, kteří si pamatují časy, kdy jehličková tiskárna stála 15 000 korun a spotřebák (barvicí páska) jen 80.**

V této době, kdy cena spotřebáku byla cca půl procenta ceny „železa“, se spotřebák doopravdy moc neřešil a bylo celkem jedno, kde ho nakupujete, jak a jestli vůbec jej prodáváte. Bohužel z těchto časů, kdy byl i při nákupu tiskáren rozhodující jen výběr dodavatele hardwaru, má spousta prodejců IT zažitě návyky, které jim dnes spíše škodí.

V posledních letech se však situace dramaticky změnila a jeden výrobce za druhým oznamoval, že obrat ve spotřebním materiálu dosahuje větší hodnoty než u prodeje tiskáren. Když si s tímto faktem spojíte situaci posledních let, kdy prodeje většiny obchodníků s IT buď stagnují, nebo dokonce klesají, pak umění prodávat (nakupovat) spotřebák může výrazně ovlivnit profitabilitu vaší firmy.

## Spotřební materiál podle typu přístroje:

**kalkulačky** – válečky do kalkulaček;  
**psací stroje** – textilní nebo fóliové pásy, korekturní pásy;  
**jehličkové tiskárny** – pásy, tabulační papír;  
**tiskárny samolepicích štítků** – pásy, etikety na kotouči;  
**pokladny** – pásy, papírové kotoučky, termopapír;  
**inkoustové tiskárny** – inkousty, tiskové hlavy, gelová náplň, matrice, xerografický papír a speciální papíry;  
**laserové tiskárny** – developery, master kity, odpadní nádoby, olejové válečky, pásové jednotky, servisní soupravy, stěrky, tonery, válce, zapékací jednotky, xerografický papír a speciální papíry;  
**kopírky** – tonery, válce, developery, odpadní nádoby, zapékací jednotky, pásové jednotky, xerografický papír a speciální papíry;  
**faxy** – termotransferové fólie, faxový termopapír, xerografický papír.  
 Výše uvedenými přístroji samozřejmě výčet nekončí, spotřebním materiálem jsou svým způsobem i všechny druhy baterií, datových médií, osvětlení LED apod. Samostatnou kapitolu tvoří papíry, které jsou určeny pro speciální typy tisku (fotopapír, fólie, vizitky, zažehlovací papír, etikety různých tvarů, plotrové role).



Co vše se pod pojmem spotřební materiál skrývá, naleznete v rámečku vlevo, nyní si přiblížíme chyby, kterých se prodejci IT nejčastěji dopouštějí.

## Desatero nejčastějších chyb

**K chybě první** – jak už bylo výše napsáno, z dob, kdy spotřební materiál nebyl tak důležitý, zůstal prodejcům IT návyk „přihodit spotřebák“ k ostatnímu „železu“. Toto zjednodušené uvažování jim ale škodí, protože průměrný broadlinový distributor nemá ani tolik zkušeností s prodejem spotřebního materiálu, ani nemá personál s letitým know-how, a hlavně nenabízí specializovaný spotřební materiál, na kterém mohou mít prodejci podstatně větší zisk, než mají na tom „běžném“ (tj. na tom, který mají i všichni broadline).

**K chybě druhé** – opačným extrémem je nákup speciálního spotřebního materiálu samostatně u menších dodavatelů (typicky termopapír, etikety...). Toto řešení celý proces nákupu komplikuje a prodražuje (několik objednávek, několik fyzických příjmů na sklad, plateb...).

Ideálním řešením obou extrémů je nákup od dostatečně zkušeného specializovaného distributora spotřebního materiálu. Ve vyspělých ekonomikách se sektor IT tvořil postupně, a přitom ne tak divoce, jako u nás v 90. letech. U nich je model, kdy prodejci IT rozloží většinu svých nákupů mezi hlavního a záložního broadlinera a specializovaného distributora spotřebního materiálu, celkem

běžný a specializovaní distributoři jsou pro výrobce důležitými partnery. Naštěstí se tato situace mění i u nás a každý reseller má možnost efektivně nakoupit spotřební materiál u specializovaného distributora spotřebního materiálu – odborníka se sortimentem a skladovou dostupností, která je špičková i na evropské úrovni.

**K chybě třetí** – prakticky každý významný výrobce nabízí prodejcům IT účast v nějaké úrovni partnerských programů. Podle výrobce a typu programů pak prodejci mohou získat pravidelný (a často dost zajímavý) zpětný bonus, výběr z široké škály odměn, cenovou podporu při speciálních cenových nabídkách významným koncovým uživatelům a v neposlední řadě mnoho marketingových materiálů. O typech partnerství se lze informovat buď přímo u jednotlivých výrobců nebo u jejich distributorů.

**K chybě čtvrté** – kompatibilní a originální spotřební materiál pozná většina z nás, horší to je s padělkami originálního spotřebního materiálu. Možná si to neuvědomujete, ale bohužel takových padělků koluje na trhu relativně dost. A většinou jsou zdařilé, takže pokud vás neupozorní extrémně nízká cena (jaká to je?), tak nemáte velkou šanci tyto padělků odhalit a je velice nepříjemné, když je odhalí až policie ve vaší prodejně. Nejjednodušší obranou je nákup přímo od distributorů, protože ti jsou pravidelně školeni výrobci a měli by mít propracovaný interní systém kontroly.

### Desatero chyb, kterých se prodejci IT nejčastěji dopouštějí:

1. Nakupují pouze omezený sortiment, který jim dodá broadline distributor s „železem“.
2. Naopak nakupují pouze některý speciální spotřební materiál samostatně u menších dodavatelů.
3. Neumějí využívat veškerou podporu výrobců.
4. Myslí si, že veškerý spotřební materiál, který vypadá „jako originál“, mohou bezproblémově prodávat.
5. Neumějí vysvětlit rozdíl mezi originálním a kompatibilním spotřebním materiálem.
6. Nevědí jistě, jak řešit reklamace spotřebního materiálu.
7. Neumějí rychle a přesně zákazníkovi vyhledat správný spotřební materiál.
8. Nevědí, co všechno je spotřebním materiálem pro daný přístroj.
9. Nevědí, co všechno může zákazník potisknout.
10. „Nesledují“ své zákazníky.

Pokud má prodejce podezření na padělek, může kontaktovat kteréhokoliv distributora, zaslat mu vzorek a on vše zařídí s anti-padělatelským oddělením (anti-counterfeit) daného výrobce. Existuje ještě další případ, o kterém většina prodejců neví, a sice když jde o originální spotřební materiál, který je sice originální, ale není určený pro evropský trh – ani tento materiál by se neměl prodávat na území EU. A na druhou stranu na originalitu nemají žádný vliv různé dodatečné etikety místních distributorů.

**K chybě páté** – málokterý prodejce umí argumentačně prosadit vyšší cenu originálního spotřebního materiálu tím, že uživateli vysvětlí, proč musí vzít v úvahu celkové náklady na tisk. Ty mohou být navýšeny vícetisky při problémech s kompatibilním spotřebním materiálem, popř. náklady na údržbu či opravu zařízení. O vyšší kvalitě a dlouhodobé stálosti tisků originálním spotřebním materiálem nemluvě. Na dru-



Prodej spotřebního materiálu může být dobrým zdrojem příjmů nejenom pro specializované prodejce tiskových zařízení

hou stranu jsou uživatelé, kteří takto nechtějí uvažovat, popř. jim na kvalitě až tak nezáleží.

Těmto uživatelům pak můžete prodat vyzkoušený kompatibilní spotřební materiál. V takovém případě si dejte záležet na tom, aby byl dlouhodobě vyzkoušený a abyste použili veškeré argumenty pro prodej originálního spotřebního materiálu – to je pro vás vždy výhodnější řešení jak z pohledu zisku, tak z pohledu reklamací a spokojenosti zákazníka.

**K chybě šesté** – nezapomeňte, že spotřební materiál má svá specifika, a pokud je vytisknuto více než 10% hmotnosti cartridge, nebude možné reklamaci uznat.

**K chybě sedmé** – určitě znáte telefonát typu: „... potřebuji barvu do tiskárny, ... jo, je tam nějaký Epson a 730!“. A to už jste šťastní, že si zákazník vzpomněl na tolik podrobností! Ani v takovém případě však není jednoduché najít správnou cartridge s tím, že nechcete za dva dny slyšet: „Rozbalil jsem ji a ona tam nejde – vy jste mně to poradil, tak mi ji vyměňte!“

Abyste tedy nezůstali bez vrácených peněz a navíc s rozbalenou cartridge v ruce, můžete použít specializovaný vyhledávač *e2locator.lama.cz*, kam stačí tyto kusé informace zadat a vyhledávač nalezne správnou tiskárnu z více než 400 000 možností. U mnoha typů navíc najde i obrázek tiskárny, který často koncovému zákazníkovi řekne nejvíce.

**K chybě osmé** – na tuto otázku už bylo odpovězeno výše uvedeným seznamem „spotřebních materiálů podle typu přístroje“. Pokud prodejci nebudou vědět, co všechno mohou dodat do prodaných zařízení, tak nejenže nevyjadřují profesionálně, ale zároveň se zbytečně okrádají o možné zisky z prodeje tohoto materiálu.

**K chybě deváté** – je na vás, jestli zákazníkovi prozradíte, že menší množství vizitek si může vytisknout na vámi prodané tiskárně, vašim inkoustem a na vašich etiketách, nebo ho necháte, ať na této tiskárně tiskne jen obyčejné dokumenty a vizitky si objedná v tiskárnách.

Obdobně je to s potiskem triček, ale i etiket na víno, koření, marmeládu, pivních tácků atd.

**K chybě desáté** – nedělejte jako prodejce tu chybu, že prodáte zařízení a odcházejícího zákazníka jen slušně pozdravíte „nashledanou“. Je to sice slušné, ale pokud se se zákazníkem chcete shledat znovu, tak pro to musíte udělat víc.

Minimálně si poznačte, kdo, co a kdy si koupil. Pokud to prodaná tiskárna umožňuje, pak nastavte váš e-mail pro upozornění na docházející spotřební materiál.

Další možností je předat zákazníkovi kartičku s vašim kontaktem a přesným typem spotřebního materiálu, který bude potřebovat – pokud bude součástí i nějaká ta sleva, máte o shledání postaráno!

Věříme, že po přečtení tohoto článku se vyvarujete výše uvedených chyb a že se u vás začne blýskat na lepší časy. Můžete k tomu využít i „Ráje spotřebáku“ (cca 10 000 položek od téměř 70 výrobců), který pro vás nachystal díky 22letému know-how specializovaný distributor spotřebního materiálu a doplňků Lama Plus, za rok 2012 oceněný firmou HP jako „Nejlepší distributor spotřebního materiálu HP ve střední a východní Evropě“.

*Roman Lamacz je majitelem a ředitelem společnosti Lama Plus*