



id: SI_001

model: anthropic/claude-haiku-4.5

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: historisk

Instans SI_001

Seeds: strategisk | historisk | makt | sårbarhet | implementer

Analyse: Du er ikke i e-handels-krisen. Du er i en maktposisjon-krise.

Historisk kontekst: Barnetøy var tradisjonelt høymargin-virksomhet fordi foreldres kjøpekraft var høy og informasjonsasymmetrien var stor. Det er over. Bruktmarkedet (Finn, Facebook Marketplace) og Shein har ødelagt denne asymmetrien. Du konkurrerer ikke lenger — du er allerede eliminert fra det prisspillet.

Din sårbarhet er faktisk din styrke: Du har fysisk nærvær i Kongsberg. Mens konkurrenter er abstrakte nettbutikker, er du en person foreldre kan snakke med. Men du bruker denne ikke strategisk — du prøver å være både nettbutikk OG fysikk uten særlig differensiering.

Strategisk omvurdering:

Glem omsetningsvekst. Din agenda er **kostnadsstruktur-transformasjon på 12 måneder:**

- Fysikken må bli distribusjons- og community-hub, ikke salgslokale.** La fysikken bli konsultasjonspunkt (1–2 dager/uke) + afhentingspunkt for nettdrager. Reduser fra heltidsperson til 10t/uke. Kostnader ned 70–80%.
- Outsource lager og packing.** Samarbeid med en lokal 3PL-aktør eller mikro-logistikk-startup (noen finnes i Østlandet). Du betaler per ordre, ikke faste husleiekostnader.



3. **Makt gjennom vertikal spesialisering.** Du kan ikke slå Zalando på pris. Men du KAN bli “bærekraft + lokal tilknytning”-merke. Kuratert koleksjon av norske merker + brukt/upcyclet barnetøy (innkjøpt lokalt, redesignet, solgt dyrere). Dette tiltrekker høyinntekts-foreldra som **betaler** for verdier.

4. **Implementer mikro-strategier neste 30 dager:**

- Ring 20 barnehager/SFO-steder: tilby konsesjonsmodell (deres ansatte får rabatt, du får lista deres).
- Start TikTok/Reels med “upcycling-transformasjoner” av brukt barnetøy (gratis innhold, lav CAC).
- Test abonnementsmodell: “Barnemiks-boksen” — kuratert overraskelse hver måned, 299 kr, gjentakende inntekt.

5. **Fastsett exit-linje:** Hvis du ikke oppnår 15–20% EBITDA-margin innen Q3 2025, selg varelageret og pivot til rent kuraterings-/consulting-rolle (online) eller lukk kontrollert.

Ditt egentlige problem er ikke markedet — det er at du eier en forretningsmodell som krever skala for å fungere, men du har Kongsberg-skala. Aksepter det.

Neste steg:

1. **Denne uken:** Kartlegg faktisk månedlig dekningsbidrag per kanal (fysikk vs. nett). Er fysikken negativ? Avgjør da.
2. **Neste uke:** Ring 10 barnehager og 5 potensielle 3PL-partnere. Test markedsvilje.
3. **Om 4 uker:** Pilot upcycling-innhold på sosiale medier; mål engagement og CAC vs. Google Ads.