



id: SI_005

model: anthropic/claude-haiku-4.5

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_005

Seeds: strategisk | langsiktig | sårbarhet | makt | implementer

Brutalt ærlig diagnose

Din største sårbarhet er ikke konkurransen – det er kostnadsstrukturen. Du har en **1970-er detaljhandelsmodell** i 2020-tallet. Fysisk butikk + nettbutikk = du betaler husleie to ganger (mentalt og faktisk), og ingen av kanalene tjener nok til å bære seg selv.

Realiteten: Med dagens marg på barnetøy (typisk 35-40%) og faste kostnader på ~80-100k/mnd, trenger du **250-300k i månedlig omsetning bare for å gå i null**. Du når det ikke fordi alle tre konkurrentgrupper (bruktmarked, rabattkjedene, internasjonale nettbutikker) har lavere kostnadsstruktur enn deg.

Strategisk sannhet: Du kan ikke vinne på deres premisser. Du må endre spillet, ikke vinne det eksisterende.

Tre alternative maktposisjoner

1. Lokal institusjonell makt (Kongsberg-vinkelen) Slutt å konkurrere med barnefamiliene. **Selg til barnehager, SFO-ordninger, bedriftsfamilier i Kongsberg/Buskerud.** Massekjøp, fast kontrakt, lavere akkviseringskostnad. En avtale med 5 barnehager = 15-20k fast månedlig inntekt. Implementer: Ring de 40 største institusjonene i regionen denne uken. Tilby 10% rabatt for årskontraktører.

2. Vertikal spesialisering (makt gjennom nisjering) Du konkurrerer ikke på «alt barnetøy». Du blir **ekspert på bærekraftig/etisk barnetøy** eller **spesialstøy for**



allergiker/sensitive barn. Høyere margin (50-55%), lavere konkurranse, naturlig SEO-fordel. Kundene søker spesifikt etter deg, ikke «billig barnetøy». CAC faller fra 200-300kr til 50-80kr.

3. Markeds plass-makt (du blir formidler, ikke lager) Sett opp en **lokal konsignasjons plass** i fysisk butikken hvor småprodusenter og upcycling-entusiaster kan selge. Du tar 25-30% provisjon. Nul kostnad på varebeholdning, de ansatte blir «curator» ikke «lagerleder». Fysisk butikk blir community-hub, ikke lagerkostnad.

Implementering denne måneden

- **Uke 1:** Kartlegg 20 nærmeste barnehager + deres budsjettperioder
- **Uke 2:** Lag B2B-prisliste (10-15% rabatt), ring dem
- **Uke 3:** Parallelt: Velg én spesialisering og lag 30 produkter for det segmentet
- **Uke 4:** Lukk minst 20% av generisk vareutvalg. Frigiv lagerplass eller reduser husleie

Neste steg: Hvis B2B-samtaler ikke gir respons innen 6 uker, eskalér til fullstendig pivot til scenario 2 eller 3. Du har 12-18 måneder før du må ta valg.