



id: SI_006

model: anthropic/claude-haiku-4.5

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_006

Seeds: strategisk | langsiktig | makt | mulighet | implementer

Brutalt ærlig: Du er i en kostnadsstruktur-felle, ikke en markedsfelle

Dine faste kostnader (lønn + husleie) er maktstrukturen som styrer alle andre valg. Før du tenker kanal eller markedsføring, må du ta makten tilbake over kostnadsstrukturen. Dette er strategisk, ikke taktisk.

Konkrete realiteter:

- Hvis butikken i Kongsberg ikke genererer 40+ % av omsetningen, er den en kostnadssenker, ikke en inntektskilde
- Google Ads på barnetøy er en tapsmodell for ikke-samlemarkedet (du konkurrerer med Coop og Alibaba på pris)
- Bruktmarkedet (Finn, Facebook Marketplace) er strukturelt uslåelig på pris — det er ikke et konkurranseproblem, det er en etterspørselsfunksjon

Strategisk omstrukturering (langsiktig oversikt)

År 1-2: Kostnadsreduksjon

- **Eliminér butikkleie eller konverter til pop-up/kveldåpent 2 dager/uke** (Kongsberg: partnerskap med barnehager, bibliotek, eller “showroom”-modell med avtale om lav leie)



- **Outsource fullt lager og shipping** til 3PL-partner (f.eks. Bring eller lokal logistikk). Dette koster 8-12 % av omsetning, men eliminerer fast personal
- **Reduser til 1 FTE administrasjon** (deg selv) + 1 deltid for kundeservice

Målsetting: Reduser faste kostnader fra ~60-70k/mnd til ~25-30k/mnd.

År 2-5: Differensiering (hvor makten ligger)

Du kan ikke slå rabattkjedene. Men du kan eie:

1. **Bærekraft + kurasjon** → "Barnetøy som faktisk holder mål" (fokus på norske/nordiske merker, langvarighet, ikke trend). SEO-strategi: "best barnetøy", "bærekraftig", lokale søk.
2. **B2B til institusjoner** → Kontakt 50-100 barnehager, SFO-sentre i Buskerud/Telemark. Tilby 20 % rabatt + leveringsfleksibilitet. Lavere CAC, høyere LTV.
3. **Abonnement-modell** → "Barnetøy-boksen" (kuratert 4-6 plagg/mnd basert på alder/sesong). Gjentakende inntekt, forutsigbarhet.

Muligheter som eksisterer nå:

- Lokale influencere/mamabloggere (Buskerud): 3-5 micro-influencere, ikke Google Ads
- Partnerskaper med fødselsklinikker, barneleger, jordmødre (de har tillit)
- Konvergering: Bli ikke generalist, men spesialisten på én ting (eks: baby-ekskursjonsutstyr, eller klasseromstøy)

Implementering neste 90 dager

1. **Kartlegg inntektsbidrag fra fysikk vs. digital** (denne uka). Hvis fysikk < 40 % av omsetning: signér avtaleutkast for pop-up/reduisert leie.
2. **Få tilbud fra 2-3 3PL-partnere** (denne måneden). Hva koster det å flytte lageret?
3. **Pilot B2B-møter** med 10 nærmeste barnehager (neste 6 uker). Mål: 3 avtaler = +15k omsetning/mnd med lavere markedsføringskostnad.

Tidsramme: Du tåler maksimalt 18 måneder negativ margin. Gjør beslutningen nå.