



id: SI\_008

model: anthropic/claude-haiku-4.5

seeds:

04\_risiko: mulighet

03\_relasjon: makt

05\_handling: vent

01\_perspektiv: operasjonell

02\_tidhorisont: kortsiktig

## Instans SI\_008

**Seeds:** operasjonell | kortsiktig | makt | mulighet | vent

### Diagnose: Du har makt-problemet baklengs

Du tror problemet er konkurranse, men det er kostnadsstruktur. Du har gjort deg avhengig av to kanaler som begge er dårlige når markedskrefter jobber mot deg. Det er en operasjonell felle, ikke en markedsfelle.

**Kortsiktig realitet (0-6 måneder):** Du må først stoppe blødningen. Fysisk butikk i Kongsberg er ikke en asset – det er en anker. Selv om den «driver trafikk», så hvis den ikke dekker sin egen husleie + bemanning, er den negativ. Sjekk: Hva er netto bidrag fra fysikkminus alt den koster? Hvis svaret er negativt, avslutt leiekontrakten når mulig (eller forhandle ned drastisk).

**Makt-vinkelen:** Du har ikke makt over Google Ads-prisene eller rabattkjeden. Men du har makt over dine egne kostnader. Høy husleie i Kongsberg sentrum? Det er valgt. Flat organisasjon? Det kan endres.

### Operasjonell tiltak denne måneden

1. **Lag en «faste kostnader-kart»:** Oversikt over hver linje (lønn, husleie, IT, lager). Marker hvilke som er must-keep vs. kan-elimineres.
2. **Test hybrid-exit:** La fysikk-butikken gå til minimum (eller steng). Flytt til pop-up eller samarbeid med barnehage/trimsentral 1-2 ganger per måned. Operasjonell kostnad: 5% av dagens.



3. **Outsource lagring:** Finn en 3PL-partner som håndterer lager + packing for 8-12% av omsetning. Du mister fysisk kontroll, men sparer 30k+/mnd i butikk + personell.

---

## Muligheten ligger i spesialisering, ikke volum

Bruktmarkedet vinner på pris. Du kan ikke slå dem. Men du kan:

- **Kuratere for verdier:** «Giftfritt barnetøy» – bare merker uten PFOA/giftstoffer. Differensiering som rabattkjeder ikke tilbyr.
- **B2B til barnehager:** Selg direktekurert settpakker til institusjonene i Buskerud. Lavere CAC enn Google. Repetérbar.

---

## Vent – ikke på markedet, men på avgjørelse

Du har kanskje 6-9 måneder før kassen er tom. Ikke vent på at «Google Ads blir billigere» eller «forbrukerne vender tilbake». Vent er en operasjonell valg: bruk tiden til å **teste en ny modell**, ikke til å håpe.

---

## Neste steg

1. **Avgjør på fysikk:** Denne uken – kostnads-analyse. Skal butikken lukkes eller minimeres?
2. **Finn 3PL-partner:** Frist 3 uker. Test med 20% av SKU-ene.
3. **B2B-test:** Kontakt 5 barnehager i Kongsberg/omegn med et kuratert tilbud. Lokal makt slår digital konkurranse.