



id: SI_009

model: anthropic/claude-haiku-4.5

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: makt

05_handling: vent

01_perspektiv: økonomisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_009

Seeds: økonomisk | langsiktig | makt | sårbarhet | vent

Diagnose: Du holder en fallende posisjon

Din **sårbarhet** er strukturell, ikke taktisk. Høye faste kostnader (lønn + husleie) tvinger deg til volum du ikke kan levere til marginer som holder. Google Ads-kampanjer er symptom, ikke årsak. Du brenner kapital mens du venter på en omsetningsvekst som ikke kommer.

Økonomisk sannhet: Med dagens margin (under 20% på netthandel etter rabatt) må du selge 40–50k kr i ren vareverdi daglig bare for å dekke faste kostnader. Det er urealistisk fra Kongsberg-markedet.

Restrukturering: Tre konkrete scenarier

1. Hybrid-modell (realistisk, 6 mnd)

- Lukk butikken, behold lagerdepotet på 30–40 kvm (kostnad: ~3k/mnd mot 15–18k nå)
- Tilby showroom-by-appointment én gang i uken (tirsdag ettermiddag) — eliminerer driftskostnader, skaper eksklusivitet
- Lokal PR-fokus: “Kongsberg-familien kan prøve før de kjøper” — lav CAC, høy konvertering
- Resultat: kutt faste kostnader med 60 %, fortsatt fysisk tilstedeværelse



2. Vertikal spesialisering (12 mnd)

- Slutt å selge “alle barnetøy”. Bli Norge-ekspert på bærekraftig babystoff eller funksjonelt utstyr for barn med spesielle behov
- Byggestein: lokal oppmerksomhet + organisk SEO på nisjespørsmål (ikke Google Ads)
- Partnerskaper med barnehager/fysioterapeuter (B2B-inntekt)
- Margin: 35–45% på spesialisert varesortiment

3. Markeds plassmodell (langvarig)

- Bli kurateringsplattform, ikke varelager. Ta provisjon (15–20%) på bruktmarkedet, bærekraftige merker, lokale håndverkere
- Nul lagerkostnader. Makt over utvalget, ikke over fysisk flyt
- Inntektsmiks: provisjon + affiliate + eget merke (designet lokalt, produsert i Vietnam)

Neste steg (denne måneden)

1. **Kartlegg exit-dato:** Hvor lenge holder du med negativ margin? Sett en hård deadline — 6 eller 9 måneder
2. **Test showroom-modellen:** Åpne butikken én dag i uken. Mål: Faller CAC? Stiger konvertering? Data bestemmer
3. **Nisjespørsmål:** Hva kunne du være kjent for i barnetøybransjen lokalt? Start der — ikke med bredt sortiment

Konklusjon: Vent ikke på at markedet skal snu. Makt kommer fra å redefinere problemet ditt — fra “hvordan selge mer” til “hvordan tjene på mindre volum med høyere margin og lavere kostnader.”