



id: SI_009

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: makt

05_handling: aksepter

01_perspektiv: operasjonell

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_009

Seeds: operasjonell | langsiktig | makt | sårbarhet | aksepter

Kjerneobservasjon: Aksepter realiteten nå

Den største operasjonelle feilen er å behandle dette som et markedsføringsproblem. Det er et **strukturelt maktproblem**: du har ingen prismakt, ingen skalafordel, og konkurrenter med dypere lommer presser deg ut. Sårbarhetens kilde er dobbel driftsmodell med faste kostnader som ikke skalerer ned.

Kanalvalg - den ubehagelige sannheten

Hybrid-modellen dreper deg sakte. Fysisk butikk i Kongsberg (ca. 27 000 innbyggere) gir ikke nok lokal kundevolum til å forsvare husleie. **Unntaket:** trekk deg ut av klassisk retail-format – betal for et mini-lager/showroom på 30–50 kvm i stedet for butikkløkkale. Kombiner med click-and-collect. Halverer trolig husleiekostnaden.

Kostnadskirurgi denne måneden

- **Husleie:** Reforhandl eller si opp. Ingen annen enkelttiltak frigjør like mye kontantstrøm.
- **Lager og frakt:** Outsource til 3PL (f.eks. Bring Logistics Partner eller Ongoing Warehouse). Konverter lagerkostnad fra fast til variabel.



- **Egne arbeidstimer:** Kartlegg hvilke timer som faktisk genererer inntekt. Alt annet er sårbarhet forkledd som aktivitet.

Makt gjennom differensiering - ikke pris

Du kan ikke slå Zalando eller FINN. Men du kan **eie en nisje**. Konkret:

- **Kuratert bærekraftsprofil** (Reima, Huttelihut, merker med lang holdbarhet) + bytteordning. Bruktmarkedet er konkurrenten – bli en del av det, kontrollert.
- **B2B til barnehager i Numedal/Kongsberg-regionen:** arbeidstøy, regntøy, institusjonelle innkjøp. Lavere volum, forutsigbar inntekt, ingen Google Ads nødvendig.

Markedsføring med null budsjett

Slut med Google Ads nå. Prioriter:

1. **Lokal Facebook-gruppe** for barnefamilier i Kongsberg – ikke reklame, men genuint innhold
2. **Helsestasjonspartnerskap** – flyers, samarbeid, ingen kostnad
3. Organisk SEO tar 6–12 måneder, men er eneste digitale kanal med positiv langsiktig ROI

Tidsramme - aksepter grensen

Med negativ margin: **maks 4-6 måneder** før beslutning må tas. Ikke planlegg for vekst. Planlegg for breakeven på redusert kostnadsbase.

Neste steg

1. **Denne uken:** Regn ut eksakt breakeven på redusert husleie + 3PL-modell
2. **Neste måned:** Ta én B2B-samtale med lokal barnehage eller SFO
3. **Innen 90 dager:** Bestem deg – omstrukturert modell eller kontrollert avvikling. Begge er gyldige valg.