

## BOSTE IZBRALI SANJARJENJA ALI IZKORISTILI AHA MOMENT?



Piše: Doc. dr. Sara Brezigar

*Pil Cappelen Smith and Anders Cappelen sta lastnika majhne knjigarne na Norveškem. Ko je Norveško zajel koronavirus, je ta med ukrepi zaprla tudi njihovo knjigarno. Pil in Anders, sta tako ostala brez prihodkov in začela razmišljati, kako lahko svoj posej nekako ohranita pri življenju. Začela sta svojim strankam dostavljati knjige na dom. Oblečena kot veseljca, v belih zaščitnih oblekah, rokavicah in s »ta hudo« masko, se z zaboji knjig stlačita v svoj osebni avtomobil in z google maps po mobilnem telefonu iščeta lokacije svojih strank, ki jim izročita naročene in očitno po spletu plačane knjige.*

Pil in Anders sta razumela nekaj, kar večina podjetij in podjetnikov v tem trenutku ne razume: koronavirus bliskovito spreminja družbo, navade in vzorce našega življenja. S tem pa sproža plaz

prerazporeditev v številnih panogah: prerazporeditev strank, prerazporeditev tržnih deležev in nenadajne prerazporeditev denarja in bogastva.

Vzemimo primer trgovine z živili, ki jih vsi dobro poznamo. Zaradi koronavirusa je veliko ljudi v Sloveniji navalilo na spletno prodajo in se poskuša oskrbovati z nakupi preko spleta. Gre za obliko nakupovanja, ki je v danih okoliščinah najbolj smiselna, saj zmanjšuje stike in najboljše ščiti vse vpletene – tako kupce kot tudi zaposlene pri trgovcih.

Naval povpraševanja preko spleta je (predvsem največje) trgovce ujel popolnoma nepripravljen. Ti se očitno soočajo s tehničnimi težavami pri spletnih trgovinah, pomanjkanjem kadrov in celo pomanjkanjem izdelkov. Škrati in nekonsistentnosti v informacijskih sistemih pa so zaslužni za to, da potem ljudje ne dobijo tega, kar so naročili. Rešitve, ki jih vzpostavljajo, niso vedno optimalne in pogosto mečejo slabo luč na njihovo blagovno znamko. Izkušnje številnih »wannabe« kupcev pa kažejo na to, da v teh spletnih trgovinah zgolj izgubljaš čas, naročila pa na koncu ne moreš niti izvesti.

Spremembe nakupnih navad so se pojavile tako rekoč - čez noč. Vendar tisto, kar preseneča (in skrbi), ni trenutni kaos, ki vlada na tem področju in zajema vse od dostavnih rokov »po polže« do tega, da med prevzetimi izdelki ni vsega, kar smo naročili (in plačali). To, kar preseneča, je zasanjanost pri trgovcih, ki trenutno situacijo dojemajo preprosto kot izredno stanje, ki se bo po koronakrizi vrnilo v stare tirnice.

Pa se ne bo, to lahko trdimo z gotovostjo. Najtežji je vedno prvi poskus, in ko ugotoviš, da je nakup iz naslanjača pravzaprav zelo komot, prebiješ led, (beri, se registriraš, zaupaš številko svoje kartice... pa svet še vedno stoji) je verjetnost, da boš tako početje opustil manj verjetna, ali pa celo neverjetna. To sicer ne pomeni, da nihče od nas ne bo več hodil po klasičnih trgovinah, vendarle je nekaj veselja tudi v izkušnji 'šnofljanja' pa vendar se moramo zavedati, da je za spremembo navade potrebnih 20 dni časa, in naša koronakriza bo trajala gotovo dlje. In kaj bo po njej...se bomo odvajali od spletnega nakupovanja in spet začeli nositi težke vrečke v 5. nadstropje? Kaj mislite, s kakšno verjetnostjo?

Poglejmo še primer znanega frizerskega salona. Salon je zaprt, frizerke pa doma. Pa vendarle ne čakajo, da mine. Pač pa preko video vsebin, ki jih objavljajo na družbenem kanalu salona objavljajo filme z nasveti. Recimo kako si doma pobarvaš narastek in po nasvetu sledi še klic strank z informacijo o možnosti, da vam v salonu zmešajo prav vašo barvo, ki jo imajo seveda zabeleženo in dostavijo. Aha, moment. Se bomo od sedaj naprej barvale doma' katera od strank morda, veliko več le teh, pa bo uvidelo, da so pomembne stranke v omenjenem salonu in se bodo zato še bolj z veseljem vračale.

In kaj je morala zgodbe: koronakriza spreminja navade. Tisti, ki se zdaj znajo temu hitro in učinkovito prilagajati, pridobivajo. Tisti, ki sanjajo in čakajo, da se vse skupaj umiri, izgubljaajo. V kolikor ste v panogi, ki vam v tem trenutku ne omogoča ustvarjanje prihodkov pa pomislite vsaj, da bi svojim strankam pokazali, da so vam vredne. Torej ne sanjarite predolgo, pač pa se zbudite v AHA moment in storite danes nekaj za čas po koronakrizi.

In zdaj? Jah nič, grem v eno od spletnih drogerij nakupit nekaj malenkosti in presenečenj za velikonočnega zajčka, in na Facebook pogledat kako naj si vendarle sama popravim ta nalomljeni gel noht.

O avtorici:



Dr. Sara Brezigar,

soustanoviteljica **Akademije Panta Rei**, predavateljica na pedagoški fakulteti Univerze na Primorskem in raziskovalka na Inštitutu za narodnostna vprašanja.