

Enfoka-Trends 2021eko abuztua: Subscronomics, erosteko modu berria

Berrikuntzaren Ekonomiaren teoriaren arabera, ez da kapitalaren metaketa hazkunde ekonomikoa bultzatzen duena, ezagutzak eta teknologia bultzatutako berrikuntza-gaitasunak baizik. Bilakaera, enpresa-espirtua eta teknologia dira hazkunde ekonomikoaren eragile nagusiak.

Bestalde, harpidetzaren negozio-eredua merkataritza-sarreraren egitura bat da, non bezeroak behin eta berriz ordaintzen duen zenbateko bat, produktu edo zerbitzu batez gozatzeko. XVII. mendean sortu zen argitalpenetarako, gogora dezagun "Irakurleen Zirkulu" zaharra, eta gaur egun industria askotan erabiltzen da. Abantaila nagusia da salmenta bakarra salmenta erregular bihurtzen dela eta, beraz, diru-sarrera fluxu iraunkor. Merkataritza-eredu horrek bezeroak erosteko kostuak murrizten ditu eta markarekiko eta zerbitzuarekiko leialtasuna bermatzen du.

Berrikuntzaren teoria ekonomikoa eta harpidetzaren oinarritutako negozio-eredu batera pasatzeko joera bateratzean, Subscronomics terminoa sortu dugu. Negozio-eredu horren ezaugarria da bezeroak produktu edo zerbitzu bat jasotzen duela aldizkako kuota baten truke, teknologiaren eskutik berrasmatu da eta fenomeno berri bat bihurtu da, sektore guztietara molda daitekeena.

Kontsumitzailearen ohiturak aldatu egin dira, dagoeneko ez du eduki nahi, baizik eta gozamina eta erosketak asepticokoagoa bilatzen du, batzuetan saltokietara fisikoki sarrera saihestuz. Horren aurrean, enpresek finantza-plangintza hobea ahalbidetzen dituzten diru-sarrera errepikariak, eta osagai teknologikoa dira globalizazioa ahalbidetu duten arrazoi nagusiak.

Negozio-eredu berritzaile horren barruan daude "harpidetza-kutxak" izenekoak; pertsona askorentzat, erosteko modurik onenetako bat dira. Negozio-idea hori goraka doa azken urteotan, eta, horren bidez, hileko kuota bat kobratuko luke, bezeroek aldizka kutxa bat jasotzeagatik, bere dendaren lanbide-sektorearekin zerikusia duen edukiarekin. Enpresa berri bat sortzea pentsatzen ari bazara edo zure negozioari diru-sarrera gehigarriak gehitzeko modu berri bat bilatzen baduzu, harpidetza-kutxak aukera ona dira.. Ikus ditzagun zer sektoretan aplikatu litekeen:

- Moda: modaren munduan, kaxentzako nitxoaren ideia batzuk honako hauek dira: arropa, zapatak, bitxiak, poltsak, osagarriak, haurrentzako arropa, barruko arropa edo galtzerdiak.
- Edertasuna: edertasun-nitxoak: makillajea, aurpegi-zaintza, artisau-xaboiak, spa-produktuak edo produktu naturalak.
- Gastronomia: gara daitezkeen nitxo batzuk honako hauek dira: zizka-mizkak, janari organikoa, bitaminak, gozoak, belarrak edo espeziak, sukaldeko osagarriak, gozogintzako osagarriak, kafea, tea, ardoa, garagardoa edo koktelak.
- Etxea eta Eskulanak: sektore honetan, etxea apaintzeko kutxak, etxerako edo bulegorako osagarriak, festa baterako elementuak, oihalak, artileak, papergintza, pintura eta arte-osagarriak egin ditzake.
- Entretanimendua: entretanimenduan garatzeko nitxo asko daude: elementu bildumagarriak, arrantzarako edo kanpatzeko osagarriak, kirolak, teknologia, bideojokoak, filmak, liburuak, musika, jostailuak, bidaietarako osagarriak, lorezaintzarako tresnak, maskotentzako eta autoentzako jostailuak, etab.

Kutxa mota ezagunena ezusteko kutxaren eredua da. Bertan, harpidetutako pertsonak ez dakite entrega bakoitzean jasoko dutena. Kategoria arrakastatsuenak edertasuna, janari organikoa, produktu ekologikoak, moda, jarduerak eta haurrentzako artea dira. Bestalde, harpidetza-zerbitzua beste negozio-eredu batzuekin bat egin dezan diseina daiteke, hala nola gehigarri edo bezeroarentzako fidelizazio-opari gisa.



[BATCH by Wisconsin Hemp Scientific](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Enfoka-Trends 2021eko abuztua: Subscronomics, erosteko modu berria

Ikusi ahal izan dugunez, eredu hau ia edozein sektoretan aplikatu daiteke. Gako hauek baino ez dira planteatu behar:

- Justifikatutako errepikapena: produktu batzuek ez dute onartzen hileroko behin eta berriz erostea. Erosketa bakarreko edo unean uneko produktuen kasuan, "Trikimailua" produktu osagarriak planteatzen datza. Zurezko zoruatarako, adibidez, argizari, leungailu eta ganuzetatik pauso bat harago joan zaitezke, eta etxeko artikuluak proposatu, hala nola giroztaileak edo kandelak.
- Prezio eskuragarria: kontuan izan behar da hileroko ordaintzetan ari garela. "Eskuragarria", jakina, targetaren arabera da. 18 urteko neska-mutilak badira, baliteke hilean 30 euro ordaintzea kostatzen zaiena zuri hipoteka ordaintzea adina. Hala ere, 100 euroko kutzak saldu diezazkieke luxua maite dutenei. Faktore hori ondorioztatzen da egiten duen merkatuaren ikerketatik eta, aurretiko negozio bat izanez gero, egungo bezeroen batez besteko tikitetik.
- Nitxo egokia: harpidetza-zerbitzu mota horiek hobeto funtzionatzen dute nitxo segmentatua dagoenean. Behar bezain zehatza, berria edo harrigarria den zerbitzu aurkitzen baduzu, eta ikusle kopuru nahikoarekin, urte bateko ustiatzeke izango duzu. Bilatu joerak, erabili Google, diseinatu marketplaze handiak, edonon aurki dezakezu inspirazioa.
- Markekin akordioak: harpidetza-kutxen negozio bat abiaraztea planteatzen bada, ziurtatu behar duzu markei dagokien baimena duzula banaketa-mota horretarako. Horrez gain, oso interesgarria litzateke fabrikatzaileak inplikatzeko lotura estuagoa, balizko sinergiak, produktu eskusiboak eta testing-aukerak lortzeko harpidedunen komunitatearen bitartez.
- Osagarria edo negozio-eredu bakarra: garrantzitsua da baloratzea harpidetza-kutxek bere negozioaren core izango diren edo negozio-lerro gehigarria izango diren. Baliteke hori izatea gai kritikoenetako bat, horrek definituko baitu estrategia osoa. Zenbaki guztiak horren arabera dira, diru-sarreretatik inbertsiora, baina marketinean, komunikazioan eta logistikan ere eragiten du.

Batzuetan, Influencers-ek hartzen dute negozio-eredu hori, eta kutxetan sinadura-produktuak sartzen dituzte, horiekin lan egin ohi baitute; beraz, saltzen dutena sustatzeko bestelako formula bat da.

Asko dira eredu hori egokitu duten enpresak. Euskal enpresen artean, Lookieroren adibidea dugu: hileroko bost arropa ezberdin bidaltzen ditu bere kutxan, bezeroak adierazitako gustuen arabera jantzi hautaketa pertsonalizatua egiten duen 'personal shopper' -a da, eta geratzen zarenengatik bakarrik ordaintzen duzu, gehi 10 euroko komisioa. 30 milioi dolarreko finantziazio-erronda itxi duen enpresa Europako zazpi merkatutan dago, besteak beste, Espainian, Frantzia, Erresuma Batuan, Italian, Portugalen, Belgikan eta Luxenburgon, eta 2 milioi harpidedun baino gehiago ditu.

Hona hemen beste adibide batzuk: Ecodictak moda-eskaintza bat du alokairuan; hileroko harpidetza bat ordainduz gero, hainbat jantzi dituen kutxa bat jasoko duzu, eta gehienez 30 egunetan itzuli beharko duzu. Birchboxek, bere aldetik, makillaje, aurpegi-zaintza, gorpuz-zaintza eta ile-zaintza kategorietako edertasuneko 5 produktu bidaltzen ditu 10,95 euroko hileroko harpidetza baten truke. Zapore berriak aurkitu nahi dituztenentzako kutxa bat da Degustabox; hilean 15,99 euroren truke, ezusteko elikadurarako 10-15 produktu dituen kutxa bat bidaltzen dute, kutxa bakoitzaren balioa ordaintzen den prezioa baino handiagoa dela bermatuz. Box Premierrek hiru ardoko kutxa bat bidaltzen du hileroko, 25 euroren truke. Lapona haurrentzako arropa harpidetza bidez alokatzeko eta berrerabiltzeko Espainiako lehen enpresa jasagarria da. Bezeroek harpidetzako hiru modelo aukeratu ditzakete eta haurrentzako hainbat arropa jasotzen dituzte, gero itzuli edo aldatu ahal izateko.



[BATCH by Wisconsin Hemp Scientific](#) argazkia [Unsplash-en](#)

BIBLIOGRAFIA

- Telecoming (2021). Subscronomics. 2021eko abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.telecoming.com/blog/subscronomics>
- Kajetan Wyrzykowski (Packhelp 2021). ¿Buscas una nueva idea de negocio? Las cajas de suscripción pueden ser tu nicho. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://packhelp.es/cajas-de-suscripcion-una-idea-para-tu-negocio/>
- Cristina Ruiz (La razón, 2021). Subscronomics, la nueva forma de comprar. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.larazon.es/economia/20210509/gm77rlqdarhavicimgg5arby6zm.html>
- Hellen Eunice (Creaby, 2021). Ideas de Negocios: Cajas de suscripción, ejemplos de éxito y pasos para comenzar. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://creaby.es/cajas-de-suscripcion>
- Interdominios (2020). Nuevas tendencias en los modelos de negocio de suscripción. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua <https://blog.interdominios.com/nuevas-tendencias-en-los-modelos-de-negocio-de-suscripcion/>
- Ismael Ruiz González (Prestashop, 2019). ¿Qué es una caja de suscripción y cómo crear una para tu tienda online? Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.prestashop.com/es/blog/lanza-una-caja-por-suscripcion-en-tan-solo-5-sencillos-pasos>
- Veronica Lechuga (La información, 2019). El negocio de las 'cajas sorpresa' de las influencers: ¿merece la pena pagar 48€? Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.lainformacion.com/arte-cultura-y-espectaculos/caja-sorpresa-influencers/6513506>
- Javier Salvatierra (El País, 2018). La revolución del “¿qué me pongo?” Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
https://elpais.com/economia/2018/08/05/actualidad/1533467607_413970.html
- Heberto López (2017). 40+ ideas para crear tu caja por suscripción. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://medium.com/@Hebertolo/40-ideas-para-crear-tu-caja-por-suscripcion%C3%B3n-dd68117e2e35>
- Miguel Nicolás (Oleoshop 2017) Claves del negocio de las cajas de suscripción. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.oleoshop.com/blog/cajas-de-suscripcion>
- Rut Garrido (20 minutos, 2020). 'Lookiero', un servicio 'online' de 'personal shopper' para comprar ropa sin tener que ir de tiendas. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua <https://www.20minutos.es/noticia/4294436/0/lookiero-un-servicio-online-de-personal-shopper-para-comprar-ropa-sin-tener-que-ir-de-tiendas>
- Carmen Larrakoetxea (El economista, 2018). Lookiero, un 'personal shopper online', que en sólo dos años suma 150.000 usuarias. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua https://www.eleconomista.es/pais_vasco/noticias/8953960/02/18/Lookiero-un-personal-shopper-online-que-en-solo-dos-anos-suma-150000-usuarias.html
- My subscription addiction(2021) The Best Subscription Boxes of 2021. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://www.mysubscriptionaddiction.com/best-subscription-boxes>
- Yacarli (Estás de moda, 2020) Las marcas de moda por suscripción que debes conocer ya. Abuztuaren 31n hemendik berreskuratua
<https://estasdemoda.com/lmarcas-de-moda-por-suscripcion>