

Desberdintzapena denboraren kudeaketa eta komunitateen sorreraren bitartez

Azken urteetan gure behaketa lana oinarri izanik, joera bikoitza hauteman dugu, alde batetik ekonomiaren digitalizazioaren prozesua; kontsumitzailea arazo gabe joera honetara batu da eta bestetik, prezioaren bilakaera; prezioak betidanik erosketa erabakian pisu handia izan badu ere, gaur egun, kasu askotan, faktore garrantzitsuena bihurtu da.

Bi faktore hauen uztarketak kontsumitzaile kanalanitza sortu du, kontsumitzaile berri honek gizarte sareak zein webguneak erosteko eta alderaketak egiteko erabiltzea baimentzen dioten trebetasunak garatu dituelarik.

Egoera honen aurrean berritzaileak diren saltokiak, lehiakorrek izateko helburuarekin 2 estrategietan oinarritzen hasi dira, aukera kostua eta komunitateen sorrera.

“Pop up store” izena hartzen duten saltokiak denbora faktorea merkataritza apeu moduan erabiltzen lehenengoak izan ziren “Saltokia zabalik egongo den hilabete honetan produktua erosten ez baduzu aukera galduko duzu”, modu honetan kontsumitzailearen interesa piztu eta saltokia bisitatzea lortzen da, gutxienez saltzen dena ikus dezan.

Baina saltokia desagertu ordez produktua bada desagertzen dena? Honen adibidetzat Donostiako Pantori saltokia dugu, 15 egunero aldatu egiten da produktu, kontzeptu edo eskualde baten alde apustu eginez. Hasteko laranja aukeratu zituzten, ondoren vermut-a, gero Segoviako txorizoak etorri ziren, ondoren patata frijituak, piper berdeak edo onddoak. Modu honetan aldakorra eta tematikoa den elikadurako lehenengo saltokia bihurtu da.

Bartzelonako Oriol Balaguer-en gozotegiak premisa berdina jarraitzen du. Hilabetero tarta berri bat “asmazen” dute eta hilabete horretan baino ez dago erosterik.

Bigarren estrategia saltokia oinarri izanik komunitateak sortzearen inguruan garatzen da. Saltokia topaketa puntu bihurtzen da, komunitatearen partaide direnek erosketa esperientzia desberdinak bizitzea ahalbideratuz.

Joera honen adibidetzat Zarautz eta Donostiako Garoa liburudenda dugu, “paperezko kontzertuak” izena hartzen duten kontzertuak antolatzen ditu, irakurketa klubak, literatura zine-kluba... honek, saltokiaren inguruan komunitateak sortzen laguntzen du. Bilbon kokatuta dagoen Coolkies gozotegia beste adibide bat da, pastelak saltzeaz gainera, gozogintzarako osagaiak eta tresnak saldu eta bere bezeroentzako gozogintza ikastaroak antolatzen ditu.

Bukatzeko, joera biak batzen dituen adibidetzat Tokion kokatuta dagoen Morioka liburudenda aipatu beharrekoa da. Saltoki honek, liburu bakarra saltzen du, astero liburu hau aldatu egiten da, gainera, liburu honen inguruko erakusketak, eztabaidak, solasaldiak edo autorearekin berriketak antolatzen dituzte. Laburtuz, esperientzien sorrera.