

IMAI – Jarduera nagusiak

8. dokumentua · Canvas negozio-eredua

1. Jarduera nagusien garrantzia IMAIren ereduan

IMAIren negozio-ereduak jarduera nagusi oso zehatzetan du oinarria. Jarduera horiek dira balio-proposamena errealitate bihurtzen dutenak: jantzi zaharrei bizitza berria ematea, luxu kontzientean oinarritutako esperientzia paregabe baten bidez.

IMAIren kasuan, **ez jarduera guztiak dira berdinak**:

batzuk ezin dira kanpora atera, markaren funtsa eta know-how-a direlako; beste batzuk, aldiz, **externalizagarriak** dira, balio erantsia ez dutelako zuzenean sortzen.

Bereizketa hori funtsezkoa da:

- Kalitatea babesteko
- Kostuak kontrolatzeko
- Koherentzia estrategikoa mantentzeko

2. IMAIren jarduera nagusi motak

IMAIren jarduera nagusiak hiru multzo handitan bana daitezke, Canvas ereduak proposatzen duen bezala.

2.1 Ekoizpenarekin lotutako jarduerak (produkzioa)

Hauek dira IMAIren jarduera nagusi eta zentraletako batzuk:

- Jantzien berrinterpretazioa eta upcycling diseinua.
- Pieza bakarren edo edizio mugatuen sorkuntza.
- Artisau-prozesuen gainbegiratzea (jantzigintza, akaberak).
- Materialen hautaketa eta berrerabilpena.
- Kalitate-kontrol zorrotza.

Jarduera ez externalizagarriak:

- Diseinuaren kontzeptualizazioa.
- Piezen identitate estetiko eta narratiboa definitzea.
- Proiektu bakoitzaren sormen-norabidea.

Jarduera horiek **IMAIren know-how-a** dira, eta ezin dira kanpora atera, markaren balio diferentziala bertan baitago.

Jarduera partzialki externalizagarriak:

- Jantzigintza edo eraldaketa fisikoaren zati batzuk, betiere artisau edo gizarte-tailerren bidez eta IMAlren kontrolpean.

2.2 Arazoak konpontzeko jarduerak (problem solving)

IMAlk ez du produktu estandar bat soilik eskaintzen; bezeroaren beharrari erantzuten dio.

Jarduera nagusiak:

- Bezeroaren jantziaren azterketa (Reborn zerbitzua).
- Bezeroarekin batera diseinu-irtenbideak bilatzea.
- Muga tekniko, estetiko edo emozionalei erantzutea.
- Prozesuaren zehar erabaki sortzaileak hartzea.

Jarduera hauek:

- Oso pertsonalizatuak dira.
- Esperientzian eta sentsibiltatean oinarritzen dira.
- Ezin dira automatizatu edo estandarizatu.

Beraz, **erabat ez externalizagarriak** dira, eta IMAlren balioaren muina osatzen dute.

2.3 Plataforma eta sare jarduerak (kudeaketa eta harremanak)

IMAlk ez du plataforma teknologiko konplexu bat, baina bai **harreman- eta sare-jarduera garrantzitsuak**.

Jarduera nagusiak:

- Marka-komunikazioa eta posizionamendua.
- Sare sozialen eta edukien kudeaketa.
- Bezeroarekiko harreman pertsonalizatua.
- Bazkide eta hornitzaile estrategikoen koordinazioa.
- Dirulaguntzen eta laguntza-programen kudeaketa.

Externalizagarriak:

- Argazkilaritza edo ikus-entzunezko edukiak.
- Diseinu grafikoaren zati batzuk.
- Komunikazio-euskarri teknikoak.

Ez externalizagarriak:

- Markaren diskurtsoa.

- Mezuaren tonua eta balioak.
- Bezeroarekiko harreman zuzena.

3. Jarduera externalizagarriak vs. ez externalizagarriak

Ez externalizagarriak (babestu beharrekoak):

- Diseinu kontzeptuala.
- Upcycling metodologiaren know-how-a.
- Marka-identitatea eta narratiba.
- Bezeroarekin sormen-prozesuan sortzen den harremana.
- Kalitate-irizpideak.

Externalizagarriak (kontrolpean):

- Ekoizpenaren zati tekniko batzuk.
- Logistika.
- Packagingaren ekoizpena.
- Laguntza teknikoa edo administratiboa.

Bereizketa horri esker:

- IMAlk bere funtsa babesten du.
- Kostuak optimizatzen ditu.
- Egitura arin eta jasangarria mantentzen du.

4. Ondorioa

IMAlren jarduera nagusiak ez dira kantitatean handiak, baina **balioan oso sakonak** dira.

Markak ez du egiten:

- Produkzio masiboa.
- Prozesu automatizatuak.
- Sormenaren deslokalizazioa.

IMAlk egiten du:

- Diseinua zaindu.
- Prozesua kontrolatu.
- Esperientzia sortu.
- Esanahia eraiki.

IMAlren jarduera nagusiak ez dira soilik lanak.

Markaren izaera bera dira.

