



id: SI_004

model: anthropic/claude-sonnet-4

seeds:

04_risiko: resiliens

03_relasjon: makt

05_handling: utforsk

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: historisk

Instans SI_004

Seeds: strategisk | historisk | makt | resiliens | utforsk

Analyse fra makt- og resiliensperspektiv

Historisk mønster: De mest robuste konsulentposisjonene bygges på defensible nisjekompetanse som senere utvides. McKinsey startet med industriell reorganisering, ikke generell strategi. Din ERP-erfaring er din **maktbase** – ikke en begrensning.

Kritisk antakelse som trolig er feil: At bred posisjonering gir større markedspotensial. Historisk sett skaper dype nisjer mer verdi enn brede tilnærminger, fordi kjøpere betaler premium for spesialistkompetanse når smerten er akutt.

Den tredje veien du ikke ser: Hybrid lanseringsmodell. Start smalt (Alternativ A) med 6-månders sprint mot ERP-markedet, men bygg plattformen teknisk for bredere anvendelse. Bruk ERP-casetudier som proof-of-concept for strategidirektører senere.

Største risiko ved A: Du undervurderer timing-muligheten. ERP-markedet konsoliderer raskt, og store aktører kan internalisere din metodikk.

Største risiko ved B: Maktstruktur-misforståelse. I brede transformasjoner eier ingen problemet ditt eksplisitt. Du blir “nice-to-have” uten budsjettansvarlig.

KI-resiliens: Din kombinasjon av offentlige data + organisasjonspsykologi er mer defensibel enn ren teknisk automatisering. Men nisjeposisjonering gjør deg mindre sårbar for “feature-fikring” fra Microsoft/Salesforce.

Soloprenør-blindsoner: Du tenker produktlogikk, ikke kundereise-logikk. ERP-kjøpere har etablerte innkjøpsprosesser og budsjetter. Strategikjøpere har ikke det.



Konkrete neste steg:

1. **Validering først:** Identifiser 3 konkrete ERP-implementeringer som starter Q1 2024. Tilby gratis Fase 0 mot casestudie-rettigheter.
2. **Maktbase-utvidelse:** Bruk ERP-suksessene til å skrive konkret whitepaper: "Hvorfor 67% av fusjoner mislykkes av samme grunn som ERP-implementeringer." Dette bygger bro til bredere marked senere.
3. **Resiliens-strategi:** Pris Fase 0 til 150.000 kr, ikke under 100.000 kr. Lave priser signaliserer lav verdi i enterprise-salg.