



id: SI_007

model: anthropic/claude-sonnet-4

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_007

Seeds: strategisk | langsiktig | makt | sårbarhet | implementer

Maktanalyse av posisjonering

Sårbarhet ved smal nisje (A): Du gir fra deg **strategisk kontroll**. ERP-leverandører vil etter hvert internalisere din metodikk eller få konkurrenter til å kopiere den. Du blir en "feature" i deres salgsapparat, ikke en **langsiktig** maktfaktor.

Implementer-perspektivet: Alternativ B er faktisk mer robust fordi organisatorisk beredskap er et **strategisk** problem, ikke et teknisk. CEOer og styrever har budsjettmakt over transformasjoner - ERP-direktører har ikke.

Den tredje veien du ikke ser

Vertikal dominans: Start smalt (A), men eie hele verdikjeden. Ikke selg til ERP-leverandører - konkurrér med dem. Posisjon deg som "den som må godkjenne systemvalget" før implementering starter. Dette gir deg **makt** over hele prosessen, ikke bare Fase 0.

Konkret: Selg til CFOer og CEOer med budskapet "Før dere signerer ERP-kontrakten på 3-8 millioner, investér 100.000 i å vite om dere er klare."

Største risiko ved A vs B

A-risiko: Du blir en underleverandør uten **langsiktig** verdi **B-risiko:** Du drukner i et hav av generiske "digitalisering-konsulenter"



KI-robusthet

Hvis KI automatiserer forprosjekter om 18 måneder, overlever bare de som eier **strategisk** posisjon. Alternativ B + vertikal dominans er mer KI-robust fordi du løser maktkamper mellom mennesker, ikke tekniske problemer.

Soloprenør-blindsoner

Du tenker **implementering** før **makt**. Spørsmålet er ikke “hvem vil kjøpe dette?” men “hvem taper penger når implementeringer feiler?” Det er CEOer og styre, ikke ERP-direktører.

Konkrete neste steg

1. **Test maktposisjon:** Ring 5 CEOer i bedrifter som nettopp feilet en ERP-implementering. Spør hva de ville betalt for å unngå det.
2. **Bygg allianse:** Finn én erfaren implementeringspartner som vil teste din Fase 0 på deres neste prosjekt - med deg som premissleverandør, ikke underleverandør.
3. **Dokumenter kostnad:** Lag konkrete case på hva dårlige forprosjekter koster i kroner - det blir din **strategiske** inngangsreplik til toppledelsen.