



id: SI_008

model: deepseek/deepseek-chat-v3

seeds:

04_risiko: usikkerhet

03_relasjon: tillit

05_handling: vent

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_008

Seeds: strategisk | kortsiktig | tillit | usikkerhet | vent

Din situasjon sett gjennom SI_008-linsen:

Du balanserer mellom **strategisk** dybde (plattformpotensialet) og **kortsiktig** overlevelse (cashflow fra nisjen). Tillit er din valuta – både til deg selv (usikkerhet på kapasitet) og fra markedet (uviss kjøpsatferd).

Antakelser som sannsynligvis er feil:

1. **“Smalt marked = raskere salg”**: ERP-leverandører er konservative kjøpere. De vil kreke metodikken din før de betaler.
2. **“Bredt marked vil forstå verdien”**: Strategidirektører har diffuse budsjetter og langsomme beslutningsprosesser. Din AI-automatisering kan bli sett som “for smart til å være relevant”.
3. **“Valget er binært”**: Du kan teste bredden gjennom smale kasus – f.eks. bruke ERP-prosjekter som inngangsport til fusjonsdue diligence.

Risikoer:

- **Alternativ A**: At ERP-verdenen blir disruptet av Microsoft/OpenAI før du når å skalere.
- **Alternativ B**: At du blir en “flink håndverker” uten differensierende posisjon.



En tredje vei?

“Smal innfallsvinkel, bred eksfiltrering”:

1. Start med ERP-implementeringer (konkret, dokumenterbar ROI).
2. Design hvert engasjement slik at output-dataen også er relevant for strategidirektøren (f.eks. “her er organisasjonens uoppdagede regulatoriske risiko”).
3. Bruk dette som trojaner for å nå C-suiten.

Neste steg:

1. Lag en MVP-case med én ERP-leverandør der du eksplisitt kobler fase 0-data til strategiske gaps (f.eks. “Dere bruker 37% av tiden på manuelle arbeidsflyter som ikke er GDPR-dokumentert”).
2. Test en hybridprismodell: Betaling for fase 0 + royalty hvis dataen brukes i strategiprogram.

Soloprenør-felle å unngå:

Å undervurdere hvor mye tid det tar å endre kjøpsvaner – selv med en genial løsning. Din største fiende er ikke konkurrentene, men inertien i beslutningsprosesser.

SI_008s siste ord:

“Vent” er også en strategi. Start smalt, men design hver kundeinteraksjon som om du allerede er i det brede markedet.