



id: SI_004

model: google/gemini-2.5-flash

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: samarbeid

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_004

Seeds: strategisk | langsiktig | samarbeid | mulighet | implementer

Dine antakelser er ikke feil, men de kan være begrensende. Du undervurderer den strategiske verdien av din metodikk, særlig dens evne til å forbedre datakvalitet og beslutningsgrunnlag langsiktig. At du er én person er en kapasitetsbegrensning, men også en mulighet for smidig tilpasning.

Feilaktige antakelser / Blinde flekker:

1. **Antakelse:** "Smal nisje gir raskere salg."

- **Dissens:** Ikke nødvendigvis. ERP/CRM-bransjen er konservativ. Å selge til systemleverandører krever strategisk samarbeid som tar tid å etablere. En «Fase 0» som avdekker leverandørens mangler kan oppleves som en trussel, ikke en mulighet. Dessuten, hvis din metodikk er så god, hvorfor har ikke de utviklet den? Dette indikerer en potensiell salgsfriksjon.

2. **Antakelse:** "Bred plattform... jeg vet ikke hvem som eier budsjettansvaret."

- **Dissens:** Dette er en mulighet til å definere et nytt budsjettområde. Den strategiske forankringen av "organisatorisk beredskap" ligger hos toppledelsen (CEO, CFO, eventuelt Chief Transformation Officer/CDO). De er vant til å budsjettere for usikkerhet og risikoreduksjon, spesielt i sammenheng med større langsiktige initiativer som fusjoner eller compliance. Din AI-modenhetscore resonerer sterkt med styrenivået.

Tredje Vei - "Strategisk Partnerskap for Datadrevet Transformasjon":



Dette er ikke en A eller B, men en hybrid som maksimerer mulighetene for langsiktig vekst gjennom strategisk samarbeid.

- **Fase 1: Eksplisitt partnerskap med pilotkunder i bredt segment (f.eks., et mellomstort industrikonsern, en kommune, en finansiell aktør).**

- Ikke selg "Fase 0", men "Datadrevet beslutningsstøtte for strategisk transformasjon". Målrett mot CEO/CFO.
- Tilby 2-3 pilotprosjekter med kraftig redusert pris (f.eks., 50.000 kr) mot rett til å bruke casen aktivt og et styremedlem i kunden som referanse. Dette skaper de første betalende kundene med høy verdi, løser valideringsproblemet, og bygger troverdighet raskere enn hundre "små salg" til ERP-leverandører.
- Dette gir deg en mulighet til å implementere og validere metodikken din i en bredere kontekst og forstå kjøpsatferden.

- **Fase 2: Bruk de validerte casene til selektivt salg mot ERP/CRM-bransjen.**

- Vis hvordan din metodikk reduserer risiko og øker suksessraten for deres kunder. Det er en strategisk forbedring av deres kjerneleveranse.