



id: SI_006

model: google/gemini-2.5-flash

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: tillit

05_handling: vent

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_006

Seeds: strategisk | kortsiktig | tillit | mulighet | vent

Ditt dilemma er klassisk, og jeg ser det gjennom linsen av strategisk posisjonering versus kortsiktig gevinst, der tillit og mulighet konkurrerer, og evnen til å vente kan være avgjørende.

Dine antakelser som mest sannsynlig er feil: Din antakelse om at “Smal nisje gir raskere salg og troverdighet” er en felle ut fra et strategisk perspektiv. Ja, det gir kortsiktig salg, men troverdighet er en funksjon av løst problem. Hvis ditt problem er fundamentalt dypere enn systembytte, vil smalt fokus begrense opplevd troverdighet på sikt. Du undervurderer hvor mye “ERP-direktøren” også egentlig er bekymret for “strategidirektørens” bekymringer – de vet at system implikasjonene går langt dypere.

En tredje vei du ikke ser (en hybridstrategi): Vent med å låse deg til en av de to. Din metodikk, spesielt med AI-komponenten, er en mulighet som overskrider tradisjonell rådgivning. Den tredje veien er å posisjonere deg som en datadrevet organisatorisk diagnostiker. Dette betyr:

- 1. Start smalt, kommuniser bredt:** Angrip ERP/CRM-markedet (Alternativ A), men kommuniser verdien av “organisatorisk beredskap” som en generell suksessfaktor for enhver transformasjon. Ikke si “dette gjør din ERP bedre”, si “dårlig organisatorisk beredskap ødelegger alle store initiativer, inkludert din ERP”. Bygg tillit i det kjente miljøet, men så den større muligheten.
- 2. Produktifisering av Fase 0:** Du er en person. Strategisk sett må du automatisere mer. Din AI-modenhetsscore er et eksempel. Kan du lage en “light” versjon av Fase 0 som kunder kan kjøpe for en lavere pris, nærmest som en pre-audit? Dette genererer data og validering uten at du bruker all din tid.

Største risiko ved A (Smal nisje): Du fremstår som enda en ERP-konsulent. Du mister den unike muligheten til å posisjonere deg som en strategisk partner med en ny type



innsikt. Du blir en kostnadspost i et ERP-budsjett i stedet for en investering i organisatorisk helse. Du bygger **tillit** i en silo, som blir vanskelig å bryte ut av.

Største risiko ved B (Bred plattform): Du drukner. Uten en tydelig inngangsport forsvinner du i et hav av konsulenter som tilbyr “transformasjon”. **Kortsiktig** blir salgssyklusen uendelig lang fordi du må utdanne markedet om et problem de ikke vet de har, og du mangler den spesifikke **tilliten** som kommer fra å løse et kjent og smertefullt problem (mislykkede ERP-prosjekter).

Robusthet ved markedsendringer (KI): Din metodikk er robust fordi den er forankret i data og organisatorisk innsikt