



id: SI\_009

model: google/gemini-2.5-flash

seeds:

04\_risiko: mulighet

03\_relasjon: konkurranse

05\_handling: implementer

01\_perspektiv: operasjonell

02\_tidhorisont: historisk

## Instans SI\_009

**Seeds:** operasjonell | historisk | konkurranse | mulighet | implementer

Dette er en klassisk utfordring for en solo-konsulent som har **implementert** en smart løsning. Din “organisatoriske beredskapsplattform” er et kraftfullt verktøy som griper fatt i et fundamentalt historisk problem med system **implementeringer**.

**Historisk sett** har IT-prosjekter hatt en høy feilrate, ofte tilskrevet manglende forankring og uklarhet rundt organisasjonens faktiske **operasjonelle** behov. Din metodikk adresserer dette direkte ved å tvinge frem en “Fase 0” – en kritisk, men ofte oversett del av prosessen.

### Antagelser under lupen:

1. **“Betalingsvilligheten er dokumenterbar – alle vet at dårlige forprosjekter koster millioner.”** Ja, men for dem som allerede har brent seg. For nye prosjekter kan dette fortsatt være en salgsutfordring. Den **operasjonelle** kostnaden ved å ikke gjøre Fase 0 føles først når prosjektet er i trøbbel.
2. **“Markedet er avgrenset men jeg kjenner det godt.”** Det er en styrke, men den **konkurransen** du møter der, er også vel etablert. Store konsulenthus tilbyr “forstudier” og “strategi-faser”, selv om de sjelden leverer din unike dybde og datadrevet tilnærming.

### Risiko ved valg A (Smal nisje):

Den største risikoen er at du låses til en prismodell diktert av systemleverandørene – de vil se på Fase 0 som en “kostnad de må ta”, ikke nødvendigvis en **mulighet** de aktivt ønsker å investere i. Din verdi skapes ved å hindre kostnader, ikke ved å generere inntekter for dem. Din metodikk kan bli en “hygiene-faktor” de må kjøpe, ikke en differensiator. I et marked der KI akselererer automatisering, kan denne nisjen bli



homogenisert raskere enn du aner. Din AI-modenhetsscore er dog en sterk differensiator her.

### **Risiko ved valg B (Bred plattform):**

Hovedrisikoen er spredt fokus og manglende salgseffektivitet. Å **implementere** en bred B2B-strategi som solo-aktør er ekstremt ressurskrevende. Hvem eier budsjettet for “organisasjonstransformasjon” i en bred forstand? Ofte toppledelsen, som er vanskelig å nå uten etablerte relasjoner eller en sterk merkevare. Din AI-automatisering er en **mulighet** her, men verdien må kommuniseres på et strategisk nivå.

### **En tredje vei? Hybrid “Nisje-til-Plattform”:**

Start smalt, med en tydelig definert nisje hvor smerten er mest akutt og betalingsvilligheten kan valideres raskest. Dette gir deg de første referansekundene og inntektene. Bruk **erfaringen og dataene** fra disse implementeringene til å bevise verdien din.

Deretter, når du har en håndfull ERP/CRM-kunder og solid dokumentasjon på reduserte prosjektkostnader og kortere **implementeringstid**, kan du gradvis ut