



id: SI\_009

model: anthropic/claude-haiku-4-5

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: makt

05\_handling: utforsk

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: historisk

## Instans SI\_009

**Seeds:** strategisk | historisk | makt | sårbarhet | utforsk

### Analysen

Du står midt i en **maktforskyvning** som ikke først og fremst handler om teknologi—det handler om hvem som definerer verdien.

**Historisk perspektiv:** Hver gang produksjonsmidlene demokratiseres (offset-trykk, design-software, nå AI), skjer det samme: først forvirring, så prispress, så omposisjonering. Du er ikke første byrå som møter dette. Du er i et vindu hvor du ennå kan velge narrativ.

**Den virkelige sårbarheten:** Ikke AI. Det er at du ikke har besvart spørsmålet fra juniorene selv. “Hva ER det kunden egentlig kjøper?” Hvis du ikke vet det, vil kundene tro de vet det—og da blir svaret: billig volum.

**Makt-analysen:** Din seniordesigner sa noe kritisk. Hun vet at hun er produktet—hennes 20 år. Men hun uttrykte det defensivt, som nostalgi. Det er svak posisjon. Juniorene har seenset muligheten og tatt den. De har allerede skiftet maktdynamikk.

**Strategisk erkjennelse:** Alternativ C er fella. “Hybrid” er hva du sier når du ikke har tatt stilling. Det blir verken AI-effektiv eller menneske-premium. Du havner i midten med ingen fordel.

**Mitt perspektiv—kontrariant:**

Velg **B, men omvendt:** Ikke “forbyr AI”—gjør det transparent. Offentlig. Si til kundene: “Vi bruker AI til eksplorativ idegenering og konsepttesting. Deretter kuraterer senior-strateger, og mennesker designer løsningen som skal leve i deres merkevare i 5-10 år.”



Prisen holder seg høy fordi du ikke selger design. Du selger **merkevare-stabilitet og langsiktig troverdighet**. AI-byrået ned gaten kan levere 50 konsepter. Du leverer ett som holder.

### Konkrete handlinger:

1. **Møte med seniordesigner neste uke:** Reframe hennes rolle fra “produsent” til “kuratorisk leder”. Gi henne budsjett til å lede en «AI-literacy»-workshop hvor hun lærer juniorene når AI tjener strategien og når den undergraver den. Hun blir gatekeeperen, ikke motstanderen.
2. **Kundesamtale:** Ring Tele-operatør-kontoen (dine beste bevis). Spør: “Hvis vi kunne bruke AI til å teste 10 retninger før vi presenterer en til dere—ville det øke eller senke tilliten?” Dokument svaret. Bruk det i all markedsføring fremover.
3. **Intern policy:** AI er tillatt bare hvis det dokumenteres og kan forklares til kunden. Gjør det til en styrke, ikke hemmelighet.

---

\*\*N