



id: SI_002

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: tillit

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_002

Seeds: strategisk | kortsiktig | tillit | sårbarhet | implementer

Den ubehagelige sannheten om tillit

Spørsmålene fra kundene stakk fordi de avslørte en **sårbarhet** dere ikke visste dere hadde: premiumprisen har alltid delvis vært basert på en implisitt løgn — at tid er kvalitet. Det er den ikke. Aldri har vært.

Men her er den **strategiske** feiltolkningen dere er i ferd med å gjøre: dere behandler dette som et verktøyspørsmål. Det er et **tillitsspørsmål**.

Kunden som spurte om “AI-priser” kjøper ikke prompting. Han kjøper risikoreduksjon — noen andre tar ansvaret hvis det går galt. Det er det premium egentlig betaler for. Seniorsdesigneren din forstår dette intuitivt. Juniorene gjør det ikke ennå — og det er ikke en feil ved dem, det er en gap du som leder ikke har fylt.

Alternativ C er riktig, men du implementerer det feil

Hybrid-modellen er åpenbart riktig. Men de fleste byråer **implementerer** den **kortsiktig** — de setter bare et “AI-assisted”-merke på fakturaen og kaller det transparens.

Det holder ikke. Kundene dine kjøper ikke transparens. De kjøper at noen med 20 års erfaring har satt sitt navn og omdømme på leveransen.



Seniordesigneren din er ikke i fare for å bli overflødig. Hun er produktet. AI er fabrikken. Forskjellen er at du ikke har fortalt henne det — og det skaper den ubehagelige stillheten i møterommet.

Tre konkrete neste steg

1. Ha en ærlig samtale med seniordesigneren denne uken. Ikke et møte. En samtale. Fortell henne eksplisitt: “Du er kvalitetsstempelet som gjør at AI-output blir vår leveranse, ikke en annens. Uten deg er vi bare et billigbyrå.” Gi henne formell rolle som Creative Director of Accountability — og juster lønn deretter.

2. Lag en intern AI-policy innen 14 dager — ikke for å forby, men for å eie. Definer hva som krever seniorgodkjenning (alt kundevendt), hva som er fritt (intern ideation). Publiser den internt. Det reduserer sårbarhet og stopper den stille splittelsen.

3. Ring den gamle kunden tilbake og vær ærlig. Si: “Ja, vi bruker AI som verktøy. Nei, det er ikke det du kjøper. Her er hva du faktisk kjøper.” De fleste kunder respekterer ærlighet mer enn mystikk. De som ikke gjør det — de ville forlatt dere uansett.