



id: SI_003

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04_risiko: sårbarhet

03_relasjon: konkurranse

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_003

Seeds: strategisk | langsiktig | konkurranse | sårbarhet | implementer

Den egentlige sårbarheten er ikke AI — det er uklarhet

Ingen av de tre fremtidene (A, B, C) er feil. Alle tre er sårbare av samme grunn: **du har ikke definert hva dere selger på et nivå som overlever teknologisk skifte.**

“Kuratert design” er ikke et konkurransefortrinn. Det er en produksjonsmetode. Og produksjonsmetoder erstattes.

Det senior-designeren din intuitivt forstår — men ikke klarer å artikulere under press fra junioren — er at kunden egentlig kjøper **risikoreduksjon og strategisk troverdighet**. Tele-operatøren betalte ikke for pikslene. De betalte for å slippe å ta feil valg foran styret sitt.

Det er der konkurransefortrinnet bor. Og det er der AI ikke erstatter noe som helst — ennå.

Strategisk lesning av de tre kundereaksjonene

- “Har dere AI-priser?” → kunden tester om dere vet hva dere er verdt
- “Er det ekte design?” → kunden er redd for å bli eksponert overfor sine kunder
- Stillheten i møterommet → internt kompetansehierarki kollapser uten ny struktur

Disse er ikke problemer. De er **langsiktige markedssignaler** som konkurrentene dine ignorerer akkurat nå. Det er vinduet.



Dissens fra mainstream: Ikke velg C fordi det er trygt

Hybrid-modellen (C) er fristende fordi den utsetter valget. Men implementert uten klar rolledefinisjon blir den bare **konflikt med bedre verktøy**. Senior-designeren din vil fortsatt føle seg truet. Juniorene vil fortsatt undre seg på hva de ikke får lov til.

Velg C — men implementer den med kirurgisk tydelighet:

Seniorene eier **problemdefinisjon og strategisk brief**. AI og juniorer eier **produksjon og iterasjon**. Produktet dere selger heter ikke lenger “design” — det heter **“kreativ risikostyring”**.

Konkrete neste steg

1. **Innen 2 uker:** Hold et internt workshop der senior-designeren leder en økt om “hva kunden faktisk frykter” — ikke hva de ber om. Gjør dette til byråets felles språk.
2. **Innen 30 dager:** Skriv om ett eksisterende tilbud til å eksplisitt prise strategisk lederskap separat fra produksjon. Test det på én eksisterende kunde.
3. **Løpende:** Dokumenter AI-bruken internt — ikke for å kontrollere, men for å bygge en metodikk dere kan selge som transparens. “Vi vet nøyaktig hvordan og hvorfor vi bruker AI” er