



id: SI_008

model: deepseek/deepseek-chat-v3

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: utforsk

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: historisk

Instans SI_008

Seeds: strategisk | historisk | makt | mulighet | utforsk

Strategisk linse:

AI er ikke et verktøy, men en maktforskyvning. Juniorer har plutselig handlingsrom tidligere reservert for seniorer. Det historiske spørsmålet ("hva kunden egentlig kjøper") avslører at dere selger autoritet — ikke timer.

Historisk linse:

Deres merkevare ble bygget på knapphet (ekspertise = tid + sjeldenhet). AI ødelegger denne knappheten. Men det å "forby AI" (valg B) ignorerer at kunder allerede vet at billigere alternativer finnes.

Konkret analyse:

- **Tall:** 2 juniore sparer 80 timer/mnd. Det tilsvarer 1 senioransatt.
- **Maktkamp:** Seniordesignerens utspill er et forsøk på å bevare hierarki, ikke kvalitet.
- **Mulighet:** Kundens "AI-priser"-kommentar viser at de forventer at dere internaliserer produktivitetsgevinster.



Dissens:

Alternativ C (“hybrid”) er naivt. AI krever nye hierarkier, ikke kompromiss. Dere må velge:

1. **AI som demokratiserer kreativitet** (valg A): Juniorer blir “prompt-engineers”, seniorer blir kvalitetskontrollører. Risiko: kunder opplever dere som byrå #37.
2. **AI som forsterker ekspertise** (valg B+): Bruk AI internt til prototyping, men selg “menneskelig kuratering” som luksus. Seniordesigneren blir “sjefskurator”.

Neste steg:

1. **Avslør kundens risikoprofil:** Test om de betaler 20% mer for “human-only” med kvantifiserte garantier (f.eks. “0% plagiatrisk”).
2. **Skap et AI-rammeverk internt:** Definer hvilke oppgaver som må ha menneskelig signatur (strategi, kundemøter) vs. hva som kan automatiseres (mockups, font-testing).
3. **Promotér konflikten:** Bruk seniordesignerens status til å markedsføre “den store AI-debatten” — det skaper engasjement og klargjør posisjon.

“Kunden kjøper ikke design. De kjøper trygghet.” — SI_008