



id: SI_003

model: anthropic/claude-sonnet-4

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: utforsk

01_perspektiv: operasjonell

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_003

Seeds: operasjonell | kortsiktig | makt | mulighet | utforsk

Fra et **operasjonelt** perspektiv ser jeg at mediehuset bruker ressurser feil. I stedet for å jage universell merkevare, bør de **utforske** tillit som konkurransefortrinn gjennom målrettet segmentering.

Kortsiktig kan de teste konkrete tillitssignaler per marked innen 3-6 måneder:

USA (lav-kontekst): Eksplisitte kvalifikasjoner i intro (15-30 sek), direktesitat fra kilder, kvantifiserte påstander ("undersøkelse av 2,847 respondenter"). Spotify-algoritmen favoriserer høy engagement - amerikanske lyttere stoler på data over personlighet.

Sør-Europa (høy-kontekst): Lengre personlige anekdoter, referanser til felleskap/familie, varme stemmetoner. YouTube fungerer bedre her - visuell kontekst bygger relasjon før lyd.

Norden: Balansert skepsis, selvironi, transparens om begrensninger. Apple Podcasts' kurerte lister gir kulturell validering.

Makt-dimensjonen er avgjørende: nordisk "jantelov" krever at ekspertise framstilles ydmykt, mens amerikanske lyttere forventer autoritet. Dette er ikke designproblem - det er **mulighet** for markedsdifferensiering.

Konkret dissens: Ett format kan IKKE bygge tillit på tvers. Mediehuset bør droppe konsistensmyten og lage 3 versjoner per episode - samme kjerneinnhold, men kulturelt tilpasset intro, overganger og konklusjoner (15-20% av totalt innhold).

Plattformkontekst er undervurdert: Spotifys algoritmiske anbefalinger skaper andre tillitsforventninger enn YouTube's sosiale signaler eller Apple Podcasts' redaksjonelle kurasjon.



Neste steg:

1. **6-ukers A/B-test:** Produser samme episode i 3 kulturelle varianter, mål completion rates og kommentarsentiment per marked
2. **Plattformoptimalisering:** Test samme innhold på ulike plattformer per marked - mål discovery-til-subscriber-konvertering
3. **Tillitssignal-audit:** Kartlegg konkrete verbal/strukturelle elementer i topp-5 podcaster per målmarked, implementer innen 8 uker