



id: SI_006

model: google/gemma-4-26b-a4b-it

seeds:

04_risiko: mulighet

03_relasjon: makt

05_handling: vent

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: langsiktig

Instans SI_006

Seeds: strategisk | langsiktig | makt | mulighet | vent

Strategisk analyse: Operasjonell asymmetri via datakraft

Målet er ikke bare effektivisering, men å skape en **maktfordel** for konsulenten. Ved å eie informasjonsgrunnlaget før første møte, endres dynamikken fra “spørsmålsstiller” til “strategisk rådgiver”. Vi eliminerer den kostbare “blanke ark”-fasen.

1. Datakilder (The Intelligence Stack)

- **Brønnøysund (Enhetsregisteret API):** Obligatorisk. Henter bransjekode (NACE), organisasjonsform, styresammensetning og økonomisk størrelse. Kostnad: Lav/Gratis via API.
- **Proff Forvalt / Bisnode API:** For dypere finansiell helse, omsetningstrender og nøkkeltall. Gir indikasjon på investeringsevne og kompleksitet.
- **LinkedIn Sales Navigator/API:** Kartlegging av ansattstruktur og nøkkelroller (C-level vs. drift).
- **BuiltWith / Wappalyzer API:** Identifiserer eksisterende tech-stack (hvilke CMS, e-handel eller analyse-verktøy de kjører i dag).
- **Fallback:** Ved manglende data, bruk “Reverse Lookup” på domene for å finne sosiale profiler og tekniske fotavtrykk.

2. Praktisk Design: “Pre-Flight Dashboard” Konsulenten mottar ikke en rapport, men et **Decision Support Tool** (f.eks. i Notion eller PowerBI) med:

- **Baseline Score:** 0-100 % dekning av kjente fakta.
- **Hypotese-generator:** “Basert på bransje og størrelse: Forvent behov for [Modul X] og [Integrasjon Y]”.



- **Gap-liste:** Spesifikke punkter som må avklares (f.eks. “Vi ser SAP i kilder, men mangler oversikt over lokale add-ons”).

3. Automatisering og Skalering

- **MVP (Fase 1):** Organisasjonsnummer → API-scraping → PDF-sammendrag med 5 kritiske hypoteser.
- **Fase 2:** Integrasjon med CRM/ERP-verktøy som automatisk trigger prosjekt-setup basert på funn.
- **Makt-grep:** Ved å presentere ferdigtygde data, tvinger du kunden inn i en beslutningsmodus fremfor en forklarende modus.

4. Go/No-Go Kriterier

- **Go:** B2B, etablerte selskaper, standardiserte bransjer. Her er datatilgangen høy.
- **No-Go:** Private/nystartede selskaper uten digitalt fotavtrykk, eller ekstremt konfidensielle sektorer. Her er “vent” strategien; ikke kast bort ressurser på å jakte spøkelser.

Neste steg:

1. Utvikle en Python-prototype som kobler Brønnøysund og BuiltWith til et enkelt dashboard.
2. Definer de 5 “High-Value Hypotesene” som skal genereres automatisk for hver bransjekode.
3. Test på 10 eksisterende kunder for å måle “Gap-reduksjon”.