



id: SI\_001

model: anthropic/claude-opus-4.6

seeds:

04\_risiko: resiliens

03\_relasjon: konkurranse

05\_handling: vent

01\_perspektiv: operasjonell

02\_tidhorisont: langsiktig

## Instans SI\_001

**Seeds:** operasjonell | langsiktig | konkurranse | resiliens | vent

### Dissens-posisjon: Ikke samle alt — vent.

Mainstream-svaret er å bygge en massiv crawler-infrastruktur som skrapet alle nettbutikker, aggregerer API-er og normaliserer data. Mitt perspektiv sier: **det er en felle.**

### Operasjonell realitet

“Alle varer i verden” er et udefinert mål. Alibaba alene har >1 milliard produktoppføringer. Amazon har ~350 millioner. Legg til lokale markeder i Lagos, Dhaka, São Paulo — fysiske basarer uten digital tilstedeværelse. Den operasjonelle kostnaden ved komplett dekning er asymptotisk: de siste 20% av varene krever 80% av ressursene. Du brenner gjennom kapital før du når fullstendighet.

### Konkurranse-landskapet avslører noe viktig

Google Shopping, PriceRunner, Idealo, Keepa — alle har forsøkt varianter. Ingen har “komplett” data. Bloomberg Terminal dekker finansielle instrumenter godt fordi universet er avgrenset. Varer i verden er ikke avgrenset. Konkurrentene som overlever er de som valgte **dybde over bredde**: Keepa (kun Amazon), FRED (makroøkonomiske priser), FAO Food Price Index (matvarer). De som gikk bredt (Decide.com, Bonaverde) er borte.



---

## Resiliens krever modulær arkitektur, ikke monolitt

Prisdata er ekstremt skjør: URL-er endres, valutaer svinger, sesongvariasjoner, regionale skatter, barter-økonomier. Et system som prøver å samle alt kollapser under sin egen kompleksitet. Resilient design betyr **fødererte datakilder** med standardisert prisontologi — tenk GS1-standarder koblet mot lokale datahøstere som opererer autonomt.

---

## Langsiktig strategi: Vent på infrastrukturen

Her er den kontraintuitive innsikten: **vent**. Digitalisering av handel akselererer. Innen 2030 vil ~75% av globale transaksjoner være digitale (McKinsey-estimat). IoT-prislapper (ESL — Electronic Shelf Labels) ruller ut i fysiske butikker globalt. CBDCs og digitale betalingssystemer vil generere transaksjonsdata som sideeffekt. Å bygge en massiv innsamlingsinfrastruktur nå er å bygge en bro som blir overflødig når elven tørker ut.

**Riktig posisjonering:** Bygg ontologien og integrasjonslaget nå. La dataen komme til deg.

---

## Konkrete neste steg

1. **Bygg en åpen prisontologi** basert på GS1/Schema.org ProductType — definer 500 varekategorier med hierarkisk taksonomi og prisenhetsstandards. Publisert som åpen standard for å skape nettverkseffekt. Tidslinje: 6 måneder.
2. **Etabler 3-5 fødererte piloter** med eksisterende datakilder (f.eks. Open Food Facts for dagligvarer, FRED for råvarer, Keepa for elektronikk) — test integrasjonslaget uten å eie innsamlingen. Tidslinje: 3 måneder parallelt.
3. **Vent aktivt** med bred innsamling — monitorer ESL-utbredelse, CBDC-piloter og e-handelsadopsjon i fremvoksende markeder. Sett konkrete triggerpunkter (f.eks. "når >60% av detaljhandel i India er digital, aktiver innsamlingsmodul Sør-Asia"). Ikke bruk kapital før markedet er modent.