



id: SI\_005

model: anthropic/claude-opus-4.6

seeds:

04\_risiko: blindsone

03\_relasjon: konkurranse

05\_handling: implementer

01\_perspektiv: operasjonell

02\_tidhorisont: kortsiktig

## Instans SI\_005

**Seeds:** operasjonell | kortsiktig | konkurranse | blindsone | implementer

### Analyse: Komplett prisdata — en operasjonell illusjon, en konkurransemessig gullgruve

La meg være direkte: **“alle varer i verden” er feil mål.** Det er en blindsone å jage komplettheten. Det finnes anslagsvis 1-10 milliarder unike SKU-er globalt. Å samle alt er operasjonelt umulig og strategisk unødvendig. Det som derimot gir konkurransefortrinn er å samle **de riktige prisdataene raskere enn alle andre.**

#### Blindsonen alle overser

Mainstream-tilnærmingen handler om datasett, API-er og partnerskap. Men den kritiske blindsonen er: **priser er ikke statiske datapunkter — de er hendelser.** En pris eksisterer i et øyeblikk, i en kontekst, for en bestemt kjøper. Amazons priser endres 2,5 millioner ganger daglig. Å “samle” dette er som å fotografere en elv og kalle det komplett.

#### Kortsiktig konkurransestrategi: Implementer nå

Glem 100%-dekning. Implementer en **80/20-arkitektur** på 90 dager:

##### Lag 1 (Uke 1-4): Scraping + API-aggregering

- Koble til eksisterende kilder: PriceAPI, Keepa, Google Shopping API, Prisguiden, idealo
- Automatisert scraping av de 50 største e-handelsplattformene (dekker ~60% av online-handel)



- Kostnad: ~\$15K/mnd for infrastruktur

## Lag 2 (Uke 5-8): Crowdsourced gap-filling

- Implementer en app à la “Mattilsynets Priskontroll” men bredere — brukere scanner strekkoder, får verdi tilbake
- Partnerskap med 2-3 kassasystem-leverandører (Zettle, Lightspeed) for offline-priser
- Dette er blindsonedata konkurrentene mangler: **fysiske butikkpriser**

## Lag 3 (Uke 9-12): Konkurransenvåpen

- ML-modell som **predikerer** priser der data mangler, basert på kategori, region, sesong
- Konfidensintervaller på hvert datapunkt — ærlighet om dekning slår falsk kompletthetsløfte

## Hvorfor dette slår “komplett”-tilnærmingen

Selskaper som Competera og Prisync dominerer nisjer nettopp fordi de ikke prøver å dekke alt. De som har prøvd totaldekning (f.eks. IRI/Nielsen for dagligvare) brukte **tiår og milliarder** og dekker fortsatt bare én sektor.

## Konkrete neste steg

1. **Denne uken:** Kartlegg de 20 API-ene som allerede finnes og beregn faktisk dekningsgrad per kategori — du vil oppdage at 40-50% allerede er tilgjengelig
2. **Innen 30 dager:** Lanser MVP med scraping av 10 plattformer + prediksjon for gap-filling, mål dekningsgrad ærlig
3. **Innen 60 dager:** Signer én kassasystem-partner for offline-prisdata — dette er den reelle konkurransefordelen ingen andre har operasjonalisert