



id: SI_001

model: anthropic/claude-sonnet-4.6

seeds:

04_risiko: usikkerhet

03_relasjon: makt

05_handling: implementer

01_perspektiv: strategisk

02_tidhorisont: kortsiktig

Instans SI_001

Seeds: strategisk | kortsiktig | makt | usikkerhet | implementer

Realitetssjekk: “Komplett prisdata” er en maktillusjon

La meg være direkte: **komplett** prisdata på alle varer i verden er ikke et teknisk problem — det er et maktproblem. Hvem kontrollerer dataene, kontrollerer markedet.

Strategisk kartlegging av hindringer

Estimater antyder ~**10 milliarder unike SKU-er** globalt (GS1 registrerte alene 2+ milliarder barcodes). Prisene endres i sanntid — Amazon justerer priser **2,5 millioner ganger per dag**. Fullstendighet er ikke et mål, det er en bevegelig maktposisjon.

De som sitter på dataene nå:

- Nielsen/NielsenIQ — FMCG-dominans
- Bloomberg/Refinitiv — finansielle varer
- Alibaba/Amazon — e-handelspriser
- Statlige tolldatabaser (HS-koder) — importpriser

Ingen av disse vil gi deg tilgang gratis. Det er strategisk makt de ikke deler.



Kortsiktig implementeringsstrategi (0-6 måneder)

Ikke prøv å løse alt. **Prioriter aggressivt:**

1. **Definer “vare” smalt** — velg én kategori (f.eks. elektronikk, matvarer) og én geografi
2. **Web scraping infrastruktur** — Scrapy + Playwright mot topp 50 e-handelsplattformer. Kostnad: ~50 000 kr/mnd i compute
3. **API-kjøp** — SerpApi (~\$150/mnd), Keepa for Amazon-historikk (~€180/mnd), PriceAPI.com
4. **Crowdsourcing** — Open Food Facts-modellen: brukerinnsendte data. Fungerer faktisk for dagligvarer

Usikkerhetsmoment ingen snakker om

Prisdata råtner raskt. En database med “all” prisdata fra i går er allerede feil i dag.

Problemet er ikke innsamling — det er ferskhets. Du trenger kontinuerlig pipeline, ikke et engangprosjekt.

Juridisk usikkerhet: EU-domstoler har slått ned på scraping av prisdata (Ryanair v. PR Aviation). Risikoen er reell.

Konkrete neste steg

1. **Denne uken:** Avgrens scope til én varegruppe + 3 land — bygg MVP-scrapers mot Zalando, Amazon.de og Elkjøp
2. **Innen 30 dager:** Inngå dataavtale med én etablert leverandør (GfK eller PriceShape) for basisdata, supplement med egne scrapers
3. **Innen 90 dager:** Evaluer om open-source bidragsmodell (à la Wikidata) kan skalere innsamlingen uten at kostnadene eksploderer

Bottomline: Komplette er fienden av nyttig. Implementer smalt, raskt, og ta maktkampen om data én kategori av gangen.