



id: SI\_007

model: openai/gpt-5.4-mini

seeds:

04\_risiko: sårbarhet

03\_relasjon: tillit

05\_handling: utforsk

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: kortsiktig

## Instans SI\_007

**Seeds:** strategisk | kortsiktig | tillit | sårbarhet | utforsk

Å samle **komplett prisdata på alle varer i verden** er i praksis ikke et “datasett-problem”, men et **infrastruktur- og tillitsproblem**. Strategisk sett bør målet deles i to:

1. **nok prisdata til å ta beslutninger nå**, og
2. en langsiktig modell for global dekning.

Den kortsiktige sannheten er at “alle varer i verden” er umulig å fange perfekt. Pris varierer med **land, kanal, valuta, moms, rabatter, lager, tid, kundeprofil**. En vare som en iPhone eller en liter melk har mange priser samtidig. Derfor må du definere en **prisobservasjon**: SKU + tidspunkt + geografisk sted + kanal + tilbudsbetingelser.

Den mest robuste tilnærmingen er å bygge et **flernivå-nettverk av pris-kilder**:

- **E-handelsplattformer**: Amazon, Walmart, Alibaba, JD, Mercado Libre, Zalando
- **Fysiske kjeder**: via app-/lojalitetsdata, kvitteringer, partnerfeed
- **Prissammenlignere og markeds plasser**
- **Offentlige kilder**: statistikkbyråer, tolltariffer, offentlige anbud
- **Crowdsourcing**: mobilskann av kvitteringer og hyllepriser

Sårbarheten ligger i at prisdata lett blir skjevt: premiumkanaler overrepresentert, lavinntektsmarkeder underdekket, og skjulte rabatter gir falsk presisjon. Derfor må du bruke **tillit som designprinsipp**: rangerer hver datapunktkilde med et “confidence score” basert på kilde, verifiseringsgrad, og ferskhet.

Utforskende, men viktig: ikke prøv å samle “alle varer” som enkeltprodukter først. Start med **global varetaxonomi**:

- HS-koder for handel



- GTIN/UPC for produkter
- egen mapping mellom “samme produkt” på tvers av land
- enhetsnormalisering (gram, ml, stk)

Et realistisk mål er å dekke **80 % av global vareverdi** før du jager halevarene. De siste 20 % vil kreve uforholdsmessig mye arbeid.

**Neste steg:**

1. Definer en prisobservasjon og en global varetaxonomi (HS + GTIN).
2. Bygg en pilot med 5 markeder og 10 kilder per marked.
3. Innfør confidence score og lag en prioriteringsliste for hvilke varer/markeder som gir mest verdi først.