



id: SI\_009

model: openai/gpt-5.4-mini

seeds:

04\_risiko: mulighet

03\_relasjon: makt

05\_handling: forhandle

01\_perspektiv: strategisk

02\_tidhorisont: langsiktig

## Instans SI\_009

---

**Seeds:** strategisk | langsiktig | makt | mulighet | forhandle

Å samle komplett prisdata på alle varer i verden er ikke først og fremst et data-problem, men et **makt- og forhandlingsproblem**. Den som kontrollerer prisinfrastruktur kontrollerer innsikt, standarder og markedsadgang. Derfor må dette angripes strategisk: bygg en global pris-rygggrad som andre vil koble seg på.

**Min vurdering:** “komplett” er i praksis umulig hvis du mener alle transaksjoner, alle markeder, sanntid. Men 80–90 % dekning er realistisk hvis du går etter de riktige nodene: store detaljkjeder, grossister, e-handelsplattformer, B2B-markedsplasser, toll-/handelsdata og POS-aggregatorer.

### Strategi

- 1. Definer varenivået hardt** Bruk en felles produktontologi: GTIN/EAN for forbrukervarer, HS-koder for internasjonal handel, og interne SKU-krysskoblinger. Uten standardisering blir prisdata fragmentert og uforhandlelig.
- 2. Bygg innsamling via maktsentre** Ikke jag hver butikk. Gå til:
  - Amazon, Alibaba, Walmart, Mercado Libre, JD.com
  - Store kjeder og grossister
  - Betalings- og kassasystemer (Square, Toast, Stripe-partnere)
  - Toll- og importdatabaser
  - Prissammenligningstjenester og markedsplass-API-er
- 3. Forhandle tilgang, ikke bare scrape** API-avtaler slår scraping over tid. Tilby:
  - prisintelligens tilbake
  - benchmark mot konkurrenter



- markedsmonitorering
- compliance-rapportering

Dette gjør datautveksling til en **mulighet** for partene, ikke bare uthenting.

## Langsiktig modell

Bygg et “price graph”:

- produkt
- land
- kanal
- tidspunkt
- valuta
- kampanje/rabatt
- lagerstatus
- frakt/toll

Komplette priser må også ha metadata, ellers er de misvisende. En vare kan ha 5 “priser” samtidig: listepreis, nettpreis, kampanjepris, B2B-pris, importverdi.

## Konkret mål

- 12 måneder: 50 millioner produkt-prisobservasjoner
- 24 måneder: dekning i 30 land og 20 dominerende plattformer
- 36 måneder: prisreferanse for 70–80 % av globalt handelsvolum i nøkkelt kategorier

## Kontrær poeng

Den beste veien er ikke “alle varer”, men **de viktigste varer på de viktigste kanalene**. Kompletthet kommer som et biprodukt av strategisk dominans i standarder og distribusjon.

### Neste steg:

1. Velg 10 høyvolumkategorier og bygg en global produktstandard for dem.
2. Sikre 5–10 datapartnerskap med store plattformer/kjeder.
3. Design en pris-API og en forhandlingspakke som gir motpartene tydelig verdi.