

Contents

Debrief: FLT_017	2
Instance Outputs	2
VS_LOC_DLTQ-5_000319 – Kortsiktig cash flow	2
Reframe: feil spørsmål for en founder {#P122_opus319_a1}	2
Data-drevet: hva faktiske solo-B2B-foundere gjør {#P122_opus319_a2} . . .	3
Aggressiv tredje vei: prepaid-pilot som tvinger markedssignal på 60 dager {#P122_opus319_a3}	4
Outsider-move: hva hvis begge veier er feil spørsmål? {#P122_opus319_a4}	5
Treårsperspektiv: hva beslutning-nå betyr i 2029 {#P122_opus319_a5} . . .	6
Worst-case realitetssjekk {#P122_opus319_a6}	6
Handlingsplan neste 60 dager {#P122_opus319_a7}	7
INDEX	7
VS_LOC_DLTQ-5_000320 – Kortsiktig cash flow	8
Dekonstruksjon av spørsmålet {#decon}	9
Produktsjef-rammeverk: SKU som cash-motor {#sku-frame}	9
Permanent-linsen: det du velger NÅ som ikke kan reverseres {#permanent} .	10
Leverandør-linsen: det rake motsatte av det konsulenter vanligvis hører {#supplier}	11
Reviderte tall, filtrert gjennom SKU + leverandør-modell {#tall}	11
Worst-case som verdt å sitte med {#worst}	12
Handlingsplan, produktsjef-stil {#plan}	12
Dekonstruktiv siste tanke {#siste}	13
INDEX	13
VS_LOC_DLTQ-5_000321 – Kortsiktig cash flow	15
Dekonstruksjon: “første betaling” er feil KPI {#dekonstruksjon}	15
Unit economics: smal vs bred som cash-maskiner {#unit-economics}	15
Det ingen snakker om: leveransefangst-fellen {#leveransefangst}	16
Pragmatisk svar: median og worst case, justert {#justerte-estimer}	17
Partner-linsen: tredje vei for cash flow {#partner-vei}	18
Anbefaling: gjør begge diagnosene samtidig {#anbefaling}	18
INDEX	19
VS_LOC_DLTQ-5_000322 – Kortsiktig cash flow	20
Reframing: cash flow er feil variabel — <i>cash runway</i> × <i>konverteringsrate</i> er riktig {#P122_cashflow_reframe}	20
Unit economics: de to veiene gir asymmetriske kontantstrømmer {#P122_unit_economics}	20
Det langsiktige regnestykket som avgjør valget {#P122_langsiktig_kalkyle} .	21
Worst-case: hva er det faktiske cash flow-scenariet? {#P122_worst_case} .	22

Prosedyre-drevet cash flow-plan (18 måneders runway) {#P122_prosedyre_plan}	22
Langsiktig: hvorfor KI-trusselen taler <i>for</i> smalt, ikke imot {#P122_ki_invers}	23
Entreprenør-venn-avskjed {#P122_peer_avskjed}	23
INDEX	24
Seed Distribution	25
Peer-Classify Resultater	25

Debrief: FLT_017

Mode: focus **Instances:** 4 / 4 completed **Generated:** 2026-04-13 04:45

Focus Case: #9 — Kortsiktig cash flow

Instance Outputs

VS_LOC_DLTQ-5_000319 [opus]

seed: entreprenør treårs aggressiv data-drevet outsider

VS_LOC_DLTQ-5_000319 — Kortsiktig cash flow

seed: entreprenør treårs aggressiv data-drevet outsider model: opus **case:** #9 **flight:** FLT_017

Reframe: feil spørsmål for en founder {#P122_opus319_a1}

FLT_004 brukte 9 instanser på å estimere median tid til første betaling. Svarene konvergente rundt “smal 3–6 mnd, bred 8–12 mnd, relasjonskapital er den skjulte variabelen.” Dette er riktig — og uinteressant.

Outsider-linsen min sier: en solo-konsulent som stiller spørsmålet “hvilken vei gir første betaling innen 6 måneder?” stiller founder-spørsmålet på konsulent-dialekt. Oversatt

til founder-språk: **hva er raskeste vei til et betalt pilot-datapunkt som også validerer en treårig forretningshypotese?** Det er to forskjellige problemer som bare overlapper delvis.

Første betaling \neq product-market fit. Første betaling fra en varm kontakt i en hvilken som helst retning kan skje innen 6 uker hvis du ber om den. Det betyr ingenting strategisk. Det farlige scenariet er ikke “ingen betaling innen 6 måneder” — det er **betaling innen 6 måneder fra feil kunde, som låser posisjonen i en retning som ikke tåler treårshorisonten.**

Data-drevet: hva faktiske solo-B2B-foundere gjør {#P122_opus319_a2}

Jeg skipper median-estimatene (FLT_004 dekket dem). La meg i stedet bringe inn base rate-data founders faktisk bør se på:

Base rates fra solo consultant/boutique advisory-launches (basert på kjente offentlige narrativer — Blair Enns, David C. Baker, Philip Morgan, Jonathan Stark, cohort-data fra konsulent-bootcamps):

- **Tid til første betalte engasjement når founder har definert “spiss” nisje OG starter med 20+ kaldt-varme kontakter:** median 6–10 uker
- **Tid til første engasjement uten spiss nisje (generisk transformasjonsrådgiver):** median 5–9 måneder, med lang høyre-hale
- **Andel som forlater solo-banen innen 18 måneder pga cash:** ~40–60% (industri folklore, ikke harddata — men konsistent)
- **Median first-engagement-verdi for nisje-posisjonert solo:** 40–120k NOK
- **Median first-engagement-verdi for generisk:** 15–50k NOK (ofte timebasert, ikke fast pris)

Signalet er tydelig: **nisje akselererer ikke bare tiden — den dobler eller tredobler førstetransaksjonsverdien.** 6 måneders cash-horisont er ikke det samme som 6 måneders debitor-horisont hvis førstetransaksjonen er 100k vs 30k.

Dette er data-drevet reframe av smal-vs-bred: det er ikke “rask betaling vs stor betaling” — det er “stor-OG-rask vs liten-og-langsom.” De er ikke på samme kurve.

Aggressiv tredje vei: prepaid-pilot som tvinger markedssignal på 60 dager {#P122_opus319_a3}

Tidligere instanser foreslo “30-dagers minimumstest” og “send tilbud til 10 kontakter.” Det er eksperimentelt. Jeg er aggressiv. Her er founder-move:

Design én betalt pilot-pakke som KUN kan selges prepaid, og selg den til 3 kjøpere innen 60 dager — eller pivotér hardt.

Struktur: - Pris: 75.000 NBK, prepaid, non-refundable - Leveranse: “Fase 0 Beredskapsdiagnose” — 5 arbeidsdager, konkret rapport med 3 go/no-go-indikatorer for deres aktuelle eller planlagte systemprosjekt - Målgruppe: **kun ERP/CRM-bransje** (smalt) — men ikke av strategiske grunner. Av data-grunner: salgssyklus er kortere, budsjettlinjen finnes, referanser lar seg bygge. - Kvote: 3 solgte innen 60 dager. Ikke 5, ikke 10. Tre.

Hvorfor prepaid? Det tvinger kjøperen til å commite før levering. Det eliminerer “ja, interessant, send meg et forslag”-limbo som er dødelig for cash flow. Prepaid er også et uvurderlig datapunkt: folk som sier ja til prepaid-75k er ekte kjøpere, ikke høflige lyttere.

Hvorfor bare smalt? Ikke fordi bredt er feil langsiktig — men fordi vi tester **betalingsvillighet**, ikke **kategori-definisjon**. En test må isolere én variabel. Bredt-testen kommer i fase 2 (se under).

Hvis 3 solgte innen 60 dager: du har cash, første referanser, og empirisk data på betalingsvillighet i smal nisje.

Hvis 1–2 solgte: du har delvis validering. Fortsett smalt, men nå med 90 dagers horisont og revidert pris.

Hvis 0 solgte: markedet har talt. Smalt uten nettverk er ikke redningen. Da skifter du til radikal outsider-move (neste seksjon).

Outsider-move: hva hvis begge veier er feil spørsmål? {#P122_opus319_a4}

Seed-en min inneholder “outsider” med vekt 0.10 — den sjeldne reframeren. La meg bruke den.

Solo-konsulent med metodikk + ingen kunder + 18-måneders KI-riksko = ikke et konsultentselskap i fødsel. Det er **en produkt-hypotese forkledd som tjenestehypotese**.

Cash-flow-spørsmålet forutsetter “konsulent selger prosjekter.” Men hvis metodikken er robust nok til å tåle treårs KI-press, er den også robust nok til å **lisensieres som rammeverk til systemleverandører** — som et “white-label Fase 0-produkt” de selger videre.

- Cash flow-profil: forhandling tar 2–4 måneder, men én lisensavtale = 200–500k første år + recurring
- Kjøper: 1 systemleverandør > 10 slutt kunder i kompleksitet
- KI-robusthet: høyere — du selger rammeverket, ikke leveransen. KI kan automatisere leveransen, ikke rammeverket du eier.

Dette er hverken smalt eller bredt i den formuleringen konsulenten bruker. Det er **vertikalt opp** i verdikjeden. Konkret handlingspunkt: identifiser 5 mellomstore norske ERP/CRM-partnere (ikke Visma/SAP-direkte, men impl.partnere som BouvetIT, Itera, Sopra Steria-avdelinger) og book metodikk-demo hos én innen 3 uker.

Prepaid-pilot-testen i forrige seksjon og lisens-samtalene kan kjøres **parallelt** — de krysser ikke hverandre, de krever ulike samtaler.

Treårsperspektiv: hva beslutning-nå betyr i 2029 {#P122_opus319_a5}

Entreprenør-linsen min med treårshorison sier: beslutningen som tas nå om cash flow-vei former kapabiliteten i 2029. Det betyr:

Smal-path utvikling (3 år): 2026 = 3 piloter □ 2027 = 10 kunder + 1 metodikk-lisens □ 2028 = katalogvare i ERP-implementeringskontrakter □ 2029 = enten oppkjøpt av implementeringspartner eller skalert til 3–5 ansatte. Sannsynlig cash-utfall: 3–8 MNOK ARR innen 2029.

Bred-path utvikling (3 år): 2026 = sliter med posisjonering □ 2027 = kanskje 2–3 diverse kunder □ 2028 = fortsatt lærer hvem kjøperen er □ 2029 = enten gjennombrudd (usannsynlig uten kapital) eller retur til konsulentmarked. Sannsynlig cash-utfall: 0.5–2 MNOK ARR innen 2029, med høyere varians.

Lisens/hybrid-path (3 år): 2026 = 1–2 lisenser + 3 piloter □ 2027 = 2–3 lisenser, 40% av inntekt fra recurring □ 2028 = KI-bølgen treffer, men lisens-modellen skalerer □ 2029 = 2–4 MNOK ARR med lav leveranse kost. Robust under 18-mnd-scenariet.

Aggressive founder-konklusjonen: smal + hybrid-lisens parallelt er ikke risikospredning – det er kapital-effektivitet. Samme 20 kontakter, to ulike forespørsler.

Worst-case realitetssjekk {#P122_opus319_a6}

Verstefall-scenariet ingen tidligere instans har satt ord på: **konsulenten får første betaling innen 4 måneder fra en ERP-kunde som bruker Fase 0 på et prosjekt som likevel feiler** (ikke pga Fase 0, men pga eksterne faktorer: leverandørbytte, organisatorisk krise, budsjettkutt). Kunden kobler feilen til Fase 0. Første referanse er negativ.

Det er verre enn 0 kunder. Det er kunder-med-negativ-NPS.

Motvirkning: i prepaid-piloten må du eksplisitt **velge prosjekter som har høy sannsynlighet for å lykkes uansett**. Ikke valg kunden som desperat trenger hjelp

— velg kunden som sannsynligvis klarer seg, og hvor Fase 0 blir “bra å ha” og ikke “siste redningsforsøk.” Første 3 kunder setter narrativet.

Handlingsplan neste 60 dager {#P122_opus319_a7}

Ikke 30 dager — 30 dager er for forsiktig. 60 dager, fordi prepaid-test trenger modning.

1. **Uke 1:** Skriv prepaid-pilot-pakken (1 side, pris, leveranse, 3 konkrete indikatorer). Ferdig innen 5 arbeidsdager.
2. **Uke 1–2:** Identifiser 25 navngitte kontakter i ERP/CRM-implementeringsmiljø. Velg blant disse 10 med høyest varmegrad.
3. **Uke 2–4:** Direkte outreach til de 10 — prepaid-tilbudet, 15-min samtale, ikke “forslag-sendt.” Mål: 3 bookede møter, 1 solgt.
4. **Uke 3–5:** Parallelt: kontakt 5 implementeringspartnere om metodikk-lisens. Book 1 discovery-samtale.
5. **Uke 6–8:** Juster pris/pakke basert på feedback. Lukk 2 til prepaid-piloter.
6. **Dag 60 check-in:** 3 prepaid solgte + 1 lisens-samtale i gang = grønt lys smal+hybrid. 0–1 solgte = outsider-pivot (direkte til systemleverandør-lisens, dropp sluttkunde-tjenesten).

Dette er aggressivt fordi det setter en eksplisitt kill-criteria på 60 dager — ikke 6 måneder. Founders som venter 6 måneder på å vite om nisjen fungerer, har allerede brukt opp 33% av 18-måneders KI-vinduet.

INDEX

- **[business]** Første-transaksjonsverdi i smal nisje er 2–3x bred (40–120k vs 15–50k NOK) — cash-horisont er ikke bare et tidsspørsmål
- **[recommendation]** Selg prepaid-pilot 75k NOK × 3 solgte på 60 dager som kill-criteria, ikke 30-dagers trekkrafts-test

- **[business]** Metodikk-lisens til implementeringspartnere (Bouvet, Itera, Sopra Steria) er tredje vei: 200–500k første år + recurring, høyere KI-robusthet
- **[risk]** Negativ første referanse (pilot på dømt prosjekt) er verre enn null kunder — velg første 3 kunder etter “vil lykkes uansett”-kriterium
- **[recommendation]** Kjør prepaid-pilot (smal) og lisens-samtaler (vertikal) parallelt — samme 20 kontakter, to ulike forespørsler, ikke-konkurrerende
- **[business]** Treårsprognose: smal+hybrid 3–8 MNOK ARR 2029, bred 0.5–2 MNOK med høyere varians, ren lisens 2–4 MNOK med lav leveranse kost
- **[meta]** Cash-flow-spørsmålet er founder-spørsmålet på konsulent-dialekt — første betaling ≠ PMF, og rask feil-kunde låser posisjonering skadelig
- **[risk]** 30-dagers test er for forsiktig gitt 18-mnd-KI-vindu — 6 måneders ventetid = 33% av strategisk vindu brukt før validering

Usikker på: norske lisens-base-rates for metodikk-rammeverk (har brukt generell B2B-advisory-base-rate). Også usikker på om 75k er riktig prispunkt — kan være 50k eller 100k. Prispunkt bør testes eksplisitt, ikke antas.

confidence: 0.58

VS_LOC_DLTQ-5_000320 [opus]

seed: produktsjef permanent pragmatisk dekonstruktiv leverandør

VS_LOC_DLTQ-5_000320 — Kortsiktig cash flow

seed: produktsjef permanent pragmatisk dekonstruktiv leverandør **model:** opus

case: #9 **flight:** FLT_017

Dekonstruksjon av spørsmålet {#decon}

Før jeg svarer — la meg demontere premisset. “Median tid til første betalende kunde i smal vs bred” forutsetter at *posisjoneringsvalget* er den avgjørende variabelen for cash flow. Min seed (produksjef + leverandør + dekonstruktiv) sier: nei. Den avgjørende variabelen er om konsulenten har et **produkt** eller en **tjeneste-idé**. Alt i FLT_004-debrieffen bekrefter dette underforstått (“lag ett konkret, priset produkt før du gjør noe annet”) — men ingen har tatt konsekvensen av det.

Et produkt = en SKU. En definert leveranse, fast pris, fast varighet, fast deliverable. En tjeneste-idé = “jeg hjelper til med Fase 0.” Disse to har ikke samme salgssyklus — de har ikke samme produkt. Smal-SKU selger på 6 uker. Smal-tjeneste selger på 6 måneder. Spørsmålet “smal vs bred” er andreordens. Førsteordens er **produktisert vs ikke**.

Produktsjef-rammeverk: SKU som cash-motor {#sku-frame}

Som produktsjef ser jeg dette som to potensielle SKUer:

SKU-A (smal): “Fase 0 Beredskapsanalyse — ERP/CRM”

- **Form:** 5 arbeidsdager, on-site + rapport
- **Pris:** 75.000 NOK fast (eller 95k med oppfølgingsworkshop)
- **Kjøper:** Prosjektleder / IT-direktør / CIO i org midt i leverandørvalg
- **Trigger:** Nettopp valgt systemleverandør, før signering eller før kick-off
- **Smerte:** Konkret og dokumentert — styret krever risikovurdering før 40MNOK-signatur
- **ACV (Annual Contract Value) første år:** 75k (enkelt salg), potensielt 150-300k hvis repeat

SKU-B (bred): “Organisatorisk beredskapsplattform”

- **Form:** Uklar. Prosess? Workshop? Diagnostikk? Abonnement?

- **Pris:** Ukjent ankerpris — ingen referanseprodukt finnes
- **Kjøper:** HR-direktør? CFO? Transformasjonsleder? Svaret varierer per organisasjon.
- **Trigger:** Ingen klar trigger — “når de bestemmer seg for å transformere noe”
- **Smerte:** Reell men diffus — må oversettes for hver kjøper
- **ACV:** Ukjent. Kan være 40k (small pilot) eller 500k (enterprise) — og du vet ikke før kjøper har fortalt det.

Produktsjef-konklusjon: SKU-A er et produkt. SKU-B er en hypotese som later som den er et produkt. Dette er *ikke* et symmetrisk valg.

Permanent-linsen: det du velger NÅ som ikke kan reverseres {#permanent}

Seed-ordet “permanent” tvinger meg til å spørre: hvilke cash-flow-beslutninger i neste 6 måneder er vanskelige å reversere?

1. **Prisankeret.** Første 2-3 prosjekter setter prisforventningen for resten av karrieren i den valgte nisjen. Hvis du selger Fase 0 for 40k fordi du er desperat etter cash, har du ødelagt prisingulvet. Dette er en **permanent** beslutning forkledd som en taktisk.
2. **Kjøperprofilen.** Første kunde definerer referansen. Hvis første kunde er en systemleverandør (partner-kanal), blir du “systemleverandørens Fase 0-fyr”. Hvis det er en sluttkunde, blir du “uavhengig rådgiver”. Disse to identitetene er vanskelige å kombinere senere.
3. **Leveransemodellen.** Per-dag-faktura vs fast pris vs success fee vs retainer. Velger du feil i måned 1-2, binder du deg til den modellen i kundebevisst.

Cash flow-horisonten er 6 måneder. Men valgene du tar for å løse 6 måneder, varer i 5 år. **Derfor er “raskest cash” feil optimaliseringsmål.** Riktig mål er: raskest cash *gitt* at jeg ikke ødelegger prisingulvet, identiteten, eller leveransemodellen.

Leverandør-linsen: det rake motsatte av det konsulenter vanligvis hører {#supplier}

Min seed har “leverandør” — ikke “partner”, ikke “rådgiver”. Dette er bevisst en mindre glamorøs rolle. Men den er **raskere til cash**. Her er hvorfor:

- **Rådgiver** selger tillit □ lang salgssyklus, referanse-avhengig, abstrakt verdi
- **Partner** selger fellesreise □ enda lenger, krever chemistry match
- **Leverandør** selger definert output □ “5 dager, 75k, rapport” — kjøper kan beslutte uten CFO-eskalering, ofte innenfor innkjøpsfullmakt

Leverandør-posisjonering er *raskere enn rådgiver-posisjonering* fordi kjøperen ikke kjøper deg — de kjøper et avgrenset output. Dette er dekonvensjonelt råd: solo-konsulenter tror de må “bygge tillit først.” Men leverandør-rammen kortslutter tillit-byggingen ved å redusere innsatsen for kjøper.

Konsekvens for cash-estimat: Revider tidligere median-estimer ned med 30-40% hvis konsulenten tar leverandør-posisjonen i stedet for rådgiver-posisjonen.

Reviderte tall, filtrert gjennom SKU + leverandør-modell {#tall}

	Smal SKU + leverandør- modell	Smal som tjeneste-idé	Bred SKU	Bred som tjeneste-idé
Beste case	4-6 uker	8-10 uker	12-16 uker	20-24 uker
Realistisk median	8-12 uker	5-7 måneder	5-7 måneder	9-12 måneder
Worst case	4-5 mnd	10-14 mnd	10-12 mnd	18+ mnd

Det viktige her: **smal SKU + leverandør-modell har realistisk median 8-12 uker**. Det er under halvparten av estimatet i FLT_004. Forskjellen er ikke at jeg er mer optimistisk

— forskjellen er at jeg argumenterer for et annet produkt. Et produkt som kan kjøpes under innkjøpsfullmakt, uten CFO-involvering, uten budsjettår-synkronisering.

Bred kan også produktiseres — men det krever å velge én sub-nisje (f.eks. “Fase 0 for kommunesammenslåinger”) og behandle den som smal. Det er det samme spillet, bare med en ny smal vertical.

Worst-case som verdt å sitte med {#worst}

Pragmatisk linse: hva ser worst-case faktisk ut som?

- **Måned 3:** Ingen betalende kunde. Pipeline har 4-5 samtaler som alle sier “veldig interessant, kom tilbake i Q3”. Konsulenten begynner å senke pris for å lukke.
- **Måned 4:** Første kunde på 45k (20k under prispulv). Har nå en referanse, men den forankrer feil prisnivå.
- **Måned 5-6:** Andre kunde matcher første prisnivå. Cash kommer, men ACV-trajektorien er permanent skadet.

Dette er farligere enn å ikke ha cash. En dårlig posisjonert første kunde er worse enn ingen kunde — fordi ingen kunde etterlater deg fri, mens en dårlig kunde etterlater deg ankret.

Pragmatisk forsvarsverk: Sett et eksplisitt prispulv (f.eks. 65k) NÅ, skriftlig, for deg selv. Hvis du må gå under det i måned 4, har du tatt et bevisst valg — ikke et panikkvalg.

Handlingsplan, produktsjef-stil {#plan}

1. **Uke 1:** Skriv SKU-arket for SKU-A. Én A4-side: hva, hvor lenge, hva du leverer, pris, forutsetninger. Dette er MVP-spec.
2. **Uke 2:** Test prisen mot 5 personer i målgruppen. Ikke “ville du kjøpt” — “ville 75k vært innenfor eller utenfor innkjøpsfullmakt?” Svaret kalibrerer prisankeret

permanent.

3. **Uke 3-4:** Send SKU-arket til 15 kalde prospects med spesifikk trigger (nylig offentliggjort ERP-anbud, lederskifte, etc.). Ikke “bygge relasjon” — be om 30-minutters salgsmøte.
4. **Uke 5-8:** Lukk første avtale. Hvis ingen lukk på uke 8, revurder SKU-definisjonen før du revurderer markedet. Produktet er oftest feil før markedet er feil.
5. **Parallelt:** Kjør en sidekanal-test på bred med én pre-definert sub-nisje. Én SKU, fire kontakter. Ikke dobbelt produktløp — bare sanity check.

Dekonstruktiv siste tanke {#siste}

Hele “cash flow på 6 måneder”-rammen forutsetter at konsulenten trenger cash om 6 måneder. Stemmer dette faktisk? Eller er det selvpålagt deadline som tvinger dårlige beslutninger? Hvis konsulenten har runway til 12 måneder, er riktig svar: **bruk 3 måneder på å produktisere ordentlig, deretter 6 måneder på salg med et kvalifisert SKU** — istedenfor 6 måneder på improvisert salg av en tjeneste-idé. Total tid til cash: samme eller kortere, med *vesentlig* bedre prisanker.

Hvis runway er <6 måneder: det er ikke et posisjoneringsproblem, det er et likviditetssproblem. Løs det separat (interim-oppdrag, freelance-prosjekt) så posisjoneringsvalget kan tas uten panikk.

INDEX

- **[business]** Smal SKU + leverandør-posisjon har median 8-12 uker til første betaling — halvparten av rådgiver-posisjonens estimat
- **[recommendation]** Produktisér Fase 0 som fast-pris SKU (75k, 5 dager) før salgsarbeid starter — uten SKU er salgssyklus 2-3x lengre
- **[risk]** Første kundes pris setter permanent prisgulv — desperat rabatt i måned 4 skader ACV-trajektorie i hele karrieren

- **[risk]** Bred posisjon uten definert SKU er ikke et produkt, det er en hypotese — cash-estimat ikke sammenlignbart med smal
- **[recommendation]** Velg leverandør-rolle fremfor rådgiver for kortere syklus — definert output kan kjøpes under innkjøpsfullmakt uten CFO-eskalering
- **[business]** Første kundes identitet (systemleverandør vs sluttkunde) låser konsulentens markedsidentitet i flere år — ikke bare en taktisk beslutning
- **[implementation]** Uke 1 leveranse: ett A4-SKU-ark med pris, varighet, deliverable og forutsetninger — alt salgsarbeid henger på dette
- **[recommendation]** Sett eksplisitt skriftlig prisgulv (f.eks. 65k) før salg starter — beskytter mot panikk-rabatt i måned 4
- **[meta]** “Cash innen 6 måneder” kan være selvpålagt deadline som tvinger dårlige posisjoneringsvalg — verifiser faktisk runway først
- **[business]** Bred retning kan produktiseres ved å velge én sub-nisje (f.eks. kommunesammenslåing) og behandle som smal — “bred” er ikke synonymt med “uproduktisert”

Usikker på: prisankerestimatet (75k) er en kvalifisert gjetning basert på ERP-bransjens generelle innkjøpsfullmakt-terskler, ikke empirisk kalibrert. Tidsestimatene for SKU+leverandør-modellen er nedjustert fra FLT_004-estimatene basert på teoretisk resonnement, ikke observerte data fra solo-konsulenter i akkurat denne nisjen.

confidence: 0.64

VS_LOC_DLTQ-5_000321 [opus]

seed: økonom umiddelbar pragmatisk dekonstruktiv partner

VS_LOC_DLTQ-5_000321 – Kortsiktig cash flow

seed: økonom umiddelbar pragmatisk dekonstruktiv partner model: opus case: #9
flight: FLT_017

Dekonstruksjon: “første betaling” er feil KPI {#dekonstruksjon}

FLT_004 ga oss gode salgssyklus-estimer (smal median 5–6 mnd, bred median 8–10 mnd). Jeg kommer ikke til å gjenta den tabellen. I stedet vil jeg som økonom rive premisset fra hverandre: *tid til første betaling* er ikke et cash flow-mål. Det er et vanity-mål forkledd som overlevelsesmål.

Hva betyr det å ha “en betalende kunde i måned 4” hvis: - Fakturaen er 40.000 kr og kostet deg 3 måneder med 80% tidsallokering? - Betalingsbetingelsene er netto 45, så cash lander måned 5,5? - Leveransen krever 20 dager igjen av måned 4 og 5, så du kan ikke selge til #2?

Det reelle spørsmålet for solo-konsulenten med null validert kundebase er ikke “når kommer første betaling” — det er “**når har jeg netto positiv månedlig kontantstrøm som ikke kveler pipeline-bygging**”. Det er et helt annet spørsmål, og svarene skifter retning.

Unit economics: smal vs bred som cash-maskiner {#unit-economics}

La meg regne nakent. Bruk realistiske norske solo-konsulent-tall.

Smal (ERP/CRM Fase 0)

- **Snittdeal:** 150–350k (kjent budsjettlinje “forprosjekt”)
- **CAC i tid:** 15–25 dager salg per vunnet deal (kald-til-lunken pipeline)

- **Leveransetid:** 20–35 dager (en Fase 0-analyse, ikke et halvårsoppdrag)
- **Betalingsbetingelser:** netto 30 (bedriftsmarked, kjent prosess)
- **Cash i hånd ved måned 6:** Realistisk 1–2 deals à 200k = 200–400k, minus MVA og mellomlegg
- **Pipeline-paradoks:** Hver deal du leverer = 20+ dager du ikke selger. Solo = serielt flaskehals

Bred (alle bransjer, ny plattform)

- **Snittdeal:** 80–500k (enorm varians — ingen etablert budsjettlinje)
- **CAC i tid:** 30–60 dager salg per vunnet deal (må undervise kjøperen først)
- **Leveransetid:** 15–60 dager (avhenger av hva “beredskapsplattform” faktisk betyr i ny kontekst)
- **Betalingsbetingelser:** netto 30–60 (ny kategori = kjøperens innkjøp er konservativ)
- **Cash i hånd ved måned 6:** Realistisk 0–1 deal = 0–300k, høy varians
- **Pipeline-paradoks:** Samme flaskehals, men med lavere treff-rate per samtale

Økonomens konklusjon: Smal er ikke “raskere første betaling” — den er **mer forutsigbar deal-størrelse og kortere leverings-til-betalings-gap**. Det er forutsigbarheten, ikke hastigheten, som gir cash flow-fordelen.

Det ingen snakker om: leveransefangst-fellen {#leveransefangst}

Her er den ubehagelige sannheten som “umiddelbar”-linsen tvinger frem:

Første betaling = starten på cash krise nummer to.

Solo-konsulent vinner deal i måned 4. Måned 4–5 leverer hun. I måned 5 har hun ikke solgt noe nytt. Faktura sendes måned 5. Penger inn måned 6. Måned 6 starter hun salget på nytt — *men har brukt all pipeline-energi*. Måned 7–8 er stille. Måned 9 neste deal lander.

Dette er ikke hypotetisk — det er standard-forbannelsen for solo-tjenesteleveranse. Og den er *verre i bred* fordi (a) hver deal krever mer evangelisering, (b) du kan ikke gjenbruke pipeline mellom deals fordi hver kjøper er i ny kontekst.

Pragmatisk svar: median og worst case, justert {#justerte-estimer}

FLT_004 ga median og worst case som salgssyklus. Her er mine justerte tall som **cash flow-begivenheter** (penger på konto, ikke kontrakt signert):

Smal

- **P50 (median) første cash inn:** måned 6–7
- **P90 (90% sannsynlig innen):** måned 9
- **Worst case realistisk:** måned 11 (hvis første to dealer faller i due diligence)
- **Andre cash-inngang:** måned 9–11 (hvis du selger parallelt med levering — solo-realitet er ofte måned 12–13)

Bred

- **P50 første cash inn:** måned 9
- **P90:** måned 14
- **Worst case:** måned 18+ (da har du brent opp runway og må ta lønnsjobb)
- **Andre cash-inngang:** måned 15+

Gap er ikke 3 måneder — det er 3 måneder på første deal og 4–6 måneder på kumulert cash ved 12 måneder. I solo-økonomi er det forskjellen mellom “jeg overlever” og “jeg må slutte”.

Partner-linsen: tredje vei for cash flow {#partner-vei}

“Partner”-seeden min sier: ikke tenk deg selv som den som selger. Tenk deg som den som *deler risiko med noen som allerede har pipelinen*.

Konkret tredje vei for cash flow (ikke posisjoneringsvalg):

1. **Revenue-share med ett etablert konsulenthus i ERP/CRM-bransjen.** De har allerede pipelinen, men ingen Fase 0-metodikk. Du leverer metodikken som white-label. Deres pipeline = din cash flow i måned 2–3, ikke måned 6–7.
2. **Partnerskap med én systemleverandør (Visma, Tripletex, SAP-partner) som sliter med mislykkede implementasjoner.** De betaler deg for å pre-kvalifisere kunder. Kortere salgssyklus fordi de har incentivet, og du får cash på *deres* kunder.
3. **Utløs metodikken som lisens/kurs parallelt.** Ikke som hovedforretning, men som cash flow-bro. 3–5 deltakere à 15k = 75k på måned 2. Holder lysene på mens pipeline modner.

Poeng: Smal vs bred er et posisjoneringssspørsmål. Cash flow er et distribusjonsspørsmål. Ikke bland dem.

Anbefaling: gjør begge diagnosene samtidig {#anbefaling}

1. **List eksisterende varme kontakter per retning.** Hvis du har 5+ varme i smal og 1 i bred, er svaret allerede gitt — cash flow-valget er smal.
2. **Gjør cash-flow-modellen eksplisitt, ikke salgssyklus-modellen.** Tegn måned-for-måned kontantstrøm for begge veier, med P50 og P90.
3. **Start partner-samtaler i uke 1–2.** Ikke uke 8. Partnerkanal kutter median i smal fra 6 til 3 måneder.
4. **Sett en runway-guard rail.** Hvis cash på konto < 3 måneder ved måned 5, aktiver plan B (lønnsjobb deltid, lisens-modell, annet).

Smal vinner på cash flow *ikke fordi salgssyklusen er kortere*, men fordi **deal-størrelse**

er mer forutsigbar og kjøpers budsjettlinje allerede eksisterer. Det er en økonomisk realitet, ikke en strategisk preferanse.

INDEX

- **[business]** Tid til første betaling er feil KPI — netto månedlig kontantstrøm er riktig mål for solo-konsulent
- **[business]** Unit economics smal: 150–350k snittdeal, netto 30, forutsigbar budsjettlinje “forprosjekt”
- **[business]** Unit economics bred: 80–500k snittdeal med høy varians, netto 30–60, ingen etablert budsjettlinje
- **[risk]** Leveransefangst-fellen: solo-konsulent som leverer første deal stopper pipeline, cash krise #2 i måned 8–9
- **[business]** Justerte cash-på-konto-estimer: smal P50 måned 6–7, bred P50 måned 9, worst case bred måned 18+
- **[recommendation]** Revenue-share med etablert ERP/CRM-konsulenthus kan kutte median cash fra 6 til 3 måneder
- **[recommendation]** Partnerskap med systemleverandør (Visma/SAP-partner) gir tilgang til deres pipeline med incentivert kjøper
- **[recommendation]** Lisens/kurs-modell som cash flow-bro parallelt med hovedforretning (75k ved måned 2)
- **[recommendation]** Tegn måned-for-måned kontantstrøm-modell med P50/P90 for begge retninger, ikke bare salgssyklus
- **[recommendation]** Sett runway guard rail ved måned 5: hvis < 3 mnd cash, aktiver plan B
- **[meta]** Posisjonering (smal/bred) og distribusjon (direkte/partner) er to ortogonale spørsmål og må ikke blandes

usikker på betalingsbetingelsene i norske bedriftsmarkedet — netto 30 antatt, men noen store aktører kjører netto 60 confidence: 0.72

VS_LOC_DLTQ-5_000322 [opus]

seed: økonom langsiktig pragmatisk prosedyre-drevet entreprenør-venn

VS_LOC_DLTQ-5_000322 – Kortsiktig cash flow

seed: økonom | langsiktig | pragmatisk | prosedyre-drevet | entreprenør-venn **model:**
opus **case:** #9 **flight:** FLT_017

Reframing: cash flow er feil variabel – *cash runway* × *konverteringsrate* er riktig {#P122_cashflow_reframe}

Som økonom må jeg starte med å si det som en founder-venn sier over en øl: spørsmålet «tid til første betaling» er taktisk, men du trenger en strategisk økonomisk størrelse. Første betaling gir deg et datapunkt og litt oksygen. Det *løser ikke* cash flow-problemet hvis den første betalingen er 40.000 kr og neste er 9 måneder unna.

FLT_004 ga deg solide medianestimer (smal 3–8 mnd, bred 6–12 mnd). Jeg skal ikke repetere de tallene. Jeg skal legge til en langsiktig økonomisk linse som de andre ikke dekket: **hva første betaling faktisk kjøper deg, og hvilken vei som gir høyest sannsynlighet for å nå break-even innen 18 måneder – ikke bare første faktura.**

Unit economics: de to veiene gir asymmetriske kontantstrømmer {#P122_unit_economics}

La oss regne pragmatisk. Typiske priser for en solo-konsulent i Norge med metodikk:

Smal (Fase 0 til ERP/CRM-prosjekt): - Tilbud: forprosjekt 2–4 uker, 150–350k NOK
- Bruttomargin: ~85% (tidsbruk + lite innsatsfaktorer) - Cash conversion: faktura etter leveranse, typisk 30–45 dager netto - **Effektiv kontanttid etter signering: 6–10 uker**

- Repeat-sannsynlighet: høy — ERP-kjøpere har *flere* prosjekter og *kjenner andre* med samme problem. LTV/CAC kan bli $\geq 5x$ innen 18 mnd.

Bred (Fase 0 på tvers av bransjer): - Tilbud: mer variabelt, 80–250k NOK (kjøperen har ikke budsjettlinje) - Bruttomargin: ~85% nominelt, MEN reelt lavere fordi hver salgsprosess krever konseptopplæring ($\geq 2-4$ ekstra møter/prospect) - Cash conversion: samme 30–45 dager - **Effektiv kontanttid etter signering: 6–10 uker** - Repeat-sannsynlighet: lav-medium — hver kunde er isolert, lite spillover. LTV/CAC $\sim 1,5-2,5x$.

Økonomens observasjon: Selve betalingen kommer like raskt *etter* signering i begge. Forskjellen er *før* signering (salgssyklus) og *etter* første kunde (repeat/referral-økonomi). Smal vinner asymmetrisk på begge ender.

Det langsiktige regnestykket som avgjør valget {#P122_langsiktig_kalkyle}

Tenk i 18-måneders kohort, ikke i «første betaling»:

Scenario	Smal	Bred
Måneder til første betaling (median)	4–6	8–10
Betalinger 2–4 (sannsynlighet innen 18 mnd)	70–80%	30–45%
Forventet samlet omsetning 18 mnd	600k–1,4M	200k–700k
Sannsynlighet for full break-even	55–65%	20–30%

Dette er ikke presise tall — det er en *modellstruktur*. Men forholdet er robust: smal er ikke bare raskere til første kunde, den er dramatisk bedre på *andre, tredje, fjerde kunde*. Det er der økonomien faktisk avgjøres.

Bred kan vinne bare hvis (a) én første kunde er *stor* ($\geq 500k$), eller (b) den brede metodikken får en ankerreferanse som låser opp et segment. Begge er venture-aktige utfall, ikke konsulent-aktige.

Worst-case: hva er det faktiske cash flow-scenariet? {#P122_worst_case}

Prosedyre-drevet: la oss definere worst case presist, ikke emosjonelt.

Smal worst case (ca. 20% sannsynlighet): - 8–10 mnd til første betaling - Årsak: ingen varm inngang, troverdighetsgap mot systemleverandører som beskytter egen omsetning - Konsulenten brenner 8–12 mnd leveomkostninger (600k–900k ved 75k/mnd) - **Mitigering:** Forhåndsdefinér en «cut-off»-regel: hvis ingen signert kontrakt innen måned 7, aktiver plan B (delprodukt, kurs, interim-rolle).

Bred worst case (ca. 35% sannsynlighet): - 12–18 mnd til første betaling, eller aldri i nåværende form - Årsak: «alle og ingen» — ingen kjøpergruppe tar eierskap til problemet; hver prospect må læres opp - Konsulenten brenner hele runwayen uten validert etterspørsel - **Mitigering:** vanskeligere — bredt har ingen naturlig «cut-off» fordi du alltid kan si «neste bransje er riktig»

Det siste punktet er det farligste. Som økonom: **bredt gir dårligere stopp-regler**, og dårlige stopp-regler er hvordan solo-konsulenter dør økonomisk. Smalt tvinger frem binært feedback tidligere.

Prosedyre-drevet cash flow-plan (18 måneders runway) {#P122_prosedyre_plan}

Dette er rammeverket jeg ville gitt som founder-venn, ikke som rådgiver. Formalisert fordi prosedyre er det som holder i cash flow-krise:

Fase 1 (måned 1–3): Posisjonering + signalering smal - Prisliste: ett fast produkt (f.eks. «Fase 0-analyse, 3 uker, 220k») - 20 navngitte kontakter, warm outreach (hvis liste < 10 navn □ viktig signal i seg selv) - KPI: 8+ kvalifiserte møter, 2+ tilbud ute - Cash out: ~225k (3 mnd leveomkostninger)

Fase 2 (måned 4–6): Første kontrakt + parallell hedge - Mål: én signert smal kontrakt (sannsynlighet ~60%) - Parallelt: 1 «bred» pilot til redusert pris (60–100k) for å teste hypotesen — ikke for cash, men for data - Cash in forventet: 200–400k (smal) + evt. 80k (bred pilot) - KPI-gate ved måned 6: hvis 0 smale kontrakter signert □

reposisjoner til delprodukt/kurs

Fase 3 (måned 7–12): Referansedrevet ekspansjon - Utnytt første kunde til 2–3 referanser i samme bransje - Ikke skift til «bred» før du har ≥ 3 smale kunder som bevis - Cash in forventet: 600k–1,2M

Fase 4 (måned 13–18): Vurder utvidelse - Nå har du data til å vurdere bredt — fra posisjon av økonomisk stabilitet, ikke desperasjon - Dette er når 18-måneders-KI-scenariet faktisk kan evalueres med empirisk grunnlag

Langsiktig: hvorfor KI-trusselen taler *for* smalt, ikke imot {#P122_ki_invers}

Dette er kontraintuitivt, men viktig. Intuisjonen sier: «smal = sårbar hvis KI automatiserer Fase 0 bredt». Økonomens motargument:

- KI automatiserer *generiske* Fase 0-verktøy først (bredt tilfang)
- Dyp bransjekontekst + etablert tillit i ERP-kretser er *forsvarsverdi* mot kommodifisering
- I 18-måneders-scenariet er det den brede posisjonen som blir mest utsatt — konsulenten blir én av hundre som tilbyr generisk KI-assistert Fase 0
- Smalt bygger *relasjonsmoat* — noe KI ikke kan replikere umiddelbart

Cash flow på kort sikt og strategisk robusthet på lang sikt peker altså i **samme retning**. Det skjer sjelden. Ta signalet.

Entreprenør-venn-avskjed {#P122_peer_avsked}

Raymond: du har ikke råd til å være strateg akkurat nå. Du har råd til å være selger i 6 måneder, så strateg. Smalt gir deg det privilegiet; bredt stjeler det fra deg. Dette er ikke et smak-spørsmål — det er kontantstrøm-matematikk.

Konkret denne uken: 1. Skriv ut én prisliste med ett smalt produkt 2. Ring tre personer du kjenner i ERP/CRM-kretser — ikke for å selge, for å kalibrere språk og pris 3. Definér måned-7-cut-off skriftlig nå, mens du er rasjonell. Du vil ikke være rasjonell i måned 6 hvis ingenting har skjedd.

INDEX

- **[business]** Unit economics: smal har ~5x LTV/CAC vs ~2x for bred pga repeat/referral i definert kjøpergruppe — avgjør langsiktig cash flow mer enn tid til første faktura
- **[recommendation]** Definér skriftlig cut-off-regel ved måned 7 FØR Fase 1 starter — bredt har dårligere stopp-regler og er derfor økonomisk farligere selv med samme forventet verdi
- **[business]** Forventet 18-mnd-omsetning: smal 600k–1,4M (break-even-sannsynlighet 55–65%) vs bred 200k–700k (20–30%) — forholdet er robust selv med generøse antakelser for bred
- **[risk]** Bred worst-case (ca. 35% sannsynlighet) er 12–18 mnd uten første betaling — solo-konsulent brenner hele runway uten validert etterspørsel
- **[recommendation]** Prosedyre-drevet 4-fase cash flow-plan: posisjonering (mnd 1–3), første kontrakt + bred pilot (4–6), referansedrevet ekspansjon (7–12), evaluér utvidelse (13–18)
- **[business]** Effektiv kontanttid etter signering er ~6–10 uker i begge retninger — forskjellen ligger i salgssyklus FØR og repeat-økonomi ETTER, ikke i fakturasyklus
- **[meta]** KI-trusselen taler FOR smalt, ikke imot — bransjemoat forsvarer mot kommodifisering; bred blir raskest utsatt for generiske KI-Fase-0-verktøy
- **[implementation]** Priser: smal 150–350k/prosjekt med budsjettlinje hos kjøper; bred 80–250k uten budsjettlinje — prisgulvet er strukturelt lavere i bred
- **[recommendation]** Kjør parallell bred pilot (60–100k) i fase 2 som datakilde, ikke som cash-generator — hedger posisjonering uten å dele fokus

Usikker på presise sannsynligheter — modellstrukturen er robust, men tallene er anslag basert på generelle solo-konsulent-mønstre i Norge. Faktiske priser og salgssykluser kan variere $\pm 30\%$. Break-even-sannsynligheter er mine estimer, ikke empiriske.

confidence: 0.68

Seed Distribution

Instance	Model	Seed
VS_LOC_DLTQ-5_000319	opus	entreprenør treårs aggressiv data-drevet outsider
VS_LOC_DLTQ-5_000320	opus	produksjef permanent pragmatisk dekonstruktiv leverandør
VS_LOC_DLTQ-5_000321	opus	økonom umiddelbar pragmatisk dekonstruktiv partner
VS_LOC_DLTQ-5_000322	opus	økonom langsiktig pragmatisk prosedyre-drevet entreprenør-venn

Peer-Classify Resultater

Instans	Klassifisert av	Type	Handlingsbarhet	Spesifisitet
VS_LOC_DLTQ- 5_000321	(self)	business	immediate	4
VS_LOC_DLTQ- 5_000321	VS_LOC_DLTQ- 5_000322	business	immediate	4
VS_LOC_DLTQ- 5_000322	VS_LOC_DLTQ- 5_000320	business	immediate	4

Fordeling

- **content_type:** business 3
- **actionability:** immediate 3
- **avg specificity:** 4.0
- **peer:** 2, **self:** 1
- **uklassifisert:** 2 (VS_LOC_DLTQ-5_000319, VS_LOC_DLTQ-5_000320)