

2012-06-04



Förtroendet för fastighetsmäklare

Stina Major

EXAMENSARBETE
Fastighetsmäklarprogrammet
Institutionen för ingenjörsvetenskap

Förtroendet för fastighetsmäklare

Sammanfattning

De senaste tio åren har undersökningar genomförts av bland annat Mäklarsamfundet (Wörmann, 2006) och Fastighetsbyrån (Fastighetsbyrån, 2010) där svenska folkets förtroende för mäklare granskats. I Fastighetsbyråns undersökning från december 2010 framkommer det att endast fem procent av svenskarna har högt förtroende för mäklare i allmänhet. Samtidigt presenterar flera stora kedjor att de har mer än 70 procent nöjda kunder, vilket kan verka något motsägelsefullt.

Detta arbete syftar till att undersöka vad skillnaderna i dessa siffror beror på och vad som påverkar kundnöjdheten hos mäklares kunder. Detta görs genom intervjuer med personer som har olika förhållanden till mäklare för att se om åsikterna hos grupperna skiljer sig åt. Fem mäklarfirmor har dessutom ombetts delta för att ge en klarare bild av hur de mäter sin kundnöjdhet.

De personer som deltagit i studien har angett att de inte baserar sina åsikter och synpunkter angående mäklare på en stereotyp, utan på egna erfarenheter. Ingen av de tillfrågade uppger att media har spelat in och påverkat deras bild av fastighetsmäklare. Istället är det enskilda mäklare som presterat eller underpresterat i förhållande till köpare och säljares förväntningar som bidragit till den bild de har av fastighetsmäklare.

Information, öppenhet och ärlighet är de gemensamma nämnare som både köpare och säljare efterlyser hos en bra mäklare. Det är inga stora förändringar som behövs för att skapa ett bättre rykte och öka förtroendet för mäklarkåren.

Datum:	2012-05-24
Författare:	Stina Major
Examinator:	Ann-Sofie Andersson
Handledare:	Pia Larson, Högskolan Väst
Program:	Fastighetsmäklarprogrammet, 120 hp
Huvudområde:	Fastighetsförmedling
Poäng:	7,5 hp
Nyckelord:	Fastighetsmäklare, Förtroende, Media,
Utgivare:	Högskolan Väst, Institutionen för ingenjörsvetenskap, 461 86 Trollhättan Tel: 0520-22 30 00 Fax: 0520-22 32 99 Web: www.hv.se
	Utbildningsnivå: Grundnivå

The confidence in real estate agents

Summary

During the last ten years, studies have been made by, among others, Mäklarsamfundet (Wörmann, 2006) and Fastighetsbyrån (Fastighetsbyrån, 2010) where the confidence in real estate agents by the Swedish public has been scrutinized. In the survey made by Fastighetsbyrån in December 2010 the conclusion was that only five percent of the Swedes have a high confidence in real estate agents in general. At the same time, several big real estate agents present numbers showing that more than 70 percent of their customers are satisfied with the work of their real estate agents. These different conclusions seems somewhat contradictory.

The aim of this thesis is to investigate what the differences in the numbers above arise from and what influences the client satisfaction by the clients of a real estate agent. This will be done by interviews, made with people who have different relations to real estate agents, to see if the opinions among the interviewee groups differ. Five real estate agents have also been asked to participate in order to get a clearer view of how their gauging of client satisfaction is being performed.

The people who have taken part in this study have stated that they do not base their opinions of real estate agents on a stereotype, but on their own experiences of real estate agents. None of the interviewees declare that media has played a role and influenced their opinions of real estate agents. On the contrary, the interviewees claim that it is the achievement or underachievement of the individual real estate agent in relation to the buyer or seller that has contributed to their views of real estate agents.

Information, openness and honesty are the common denominators that both buyers and sellers among the interviewees look for in a good real estate agent. No big changes are required to create a better reputation for real estate agents and increase the confidence in their profession.

Date:	2012-05-24	
Author:	Stina Major	
Examiner:	Ann-Sofie Andersson	
Advisor:	Pia Larson, Högskolan Väst	
Programme:	Real Estate Agency, 120 HE credits	
Main field of study:	Real Estate Agency	Education level: first
Credits:	7,5 HE credits	
Keywords	Real Estate Agency, Confidence, Media	
Publisher:	University West, Department of Engineering Science, S-461 86 Trollhättan, SWEDEN Phone: + 46 520 22 30 00 Fax: + 46 520 22 32 99 Web: www.hv.se	

Innehåll

Sammanfattning	i
Summary.....	ii
1 Inledning.....	1
1.1 Bakgrund/problembeskrivning.....	1
1.2 Översikt över tidigare arbeten.....	1
1.3 Syfte.....	2
1.4 Avgränsning.....	3
2 Metod/tillvägagångssätt	4
3 Datainsamling/mätningar	5
4 Resultat	6
4.1 Intervjuer med grupp 1	6
4.2 Intervjuer med grupp 2	8
4.2.1 Innan försäljning	8
4.2.2 Under försäljning.....	9
4.2.3 Efter försäljning.....	10
4.3 Intervjuer med grupp 3	13
4.3.1 Innan köp	13
4.3.2 Under köp	13
4.3.3 Efter köp.....	14
4.4 Intervjuer med mäklarfirmor.....	17
5 Analys/diskussion	19
5.1 Förtroende och kunskap	20
5.2 Mäklarens insats	22
5.3 Mäklarens arvode:.....	25
5.4 Mäklare i media	25
5.5 Mäklarnas egna undersökningar.....	26
6 Slutsats	27
6.1 Vad kan den delade uppfattningen bero på?.....	27
6.2 Påverkas köpare och säljare av den bild som finns av mäklare i media idag?	28
6.3 Vad kan göras för att förbättra och förstärka förtroendet för mäklare?.....	28
7 Svårigheter i arbetet	30
8 Förslag till fortsatta studier	31
Källförteckning.....	32

Bilagor

- A. Frågor till grupp 1
- B. Frågor till grupp 2
- C. Frågor till grupp 3
- D. Frågor till mäklarfirmor
- E. Eramäklarnas statistik från Svenskt kvalitetsindex
- F. Frågor och svar, grupp 1
- G. Frågor och svar, grupp 2

H. Frågor och svar, grupp 3

I. Frågor och svar, mäklarfirmor

1 Inledning

För en fastighetsmäklare är det viktigt att ha ett gott rykte samt att bli omtyckt och respekterad av sina kunder. Rekommendationer och goda ord från kunder kan vara avgörande för om en enskild mäklare lyckas i sin karriär.

1.1 Bakgrund/problembeskrivning

De senaste tio åren har undersökningar genomförts av bland annat Mäklarsamfundet (Wörmann, 2006) och Fastighetsbyrån (Fastighetsbyrån, 2010) där svenska folkets förtroende för mäklare granskats. I Fastighetsbyråns undersökning från december 2010 framkommer att endast fem procent av svenskarna hade högt förtroende för mäklare i allmänhet. Samtidigt presenterar flera stora kedjor att de har hög andel nöjda kunder, vilket kan verka något motsägelsefullt.

Husman Hagberg uppger på sin hemsida (husmanhagberg.se): ”Mer än 90 procent av våra kunder rekommenderar oss gärna vidare till vänner och bekanta. Välkommen att bli nöjd du också!”

ERA-mäklarna visar på sin hemsida (erasweden.com) upp statistik från Svenskt Kvalitetsindex (se bilaga E) som visar att de är de mest rekommenderade mäklarna i Sverige 2011.

Samtidigt visar Mäklarhuset (maklarhuset.se) att de haft Sveriges nöjdaste kunder 2008-2011.

Kan det vara så att medias bild av mäklare inte stämmer överens med verkligheten? Hur kommer det sig i sådana fall? Varför skulle media måla upp en bild av mäklare som inte stämmer? Någonstans måste det dåliga ryktet komma ifrån, förmodligen från mäklarna själva.

1.2 Översikt över tidigare arbeten

Den som via sökmotorn Google söker på ordet fastighetsmäklare kombinerat med någon av Sveriges största dagstidningar Aftonbladet eller Expressen får flera hundra tusen träffar. Det första som kommer upp på skärmen är ingen bra reklam för mäklare. Det är heller inte journalisters undersökande intervjuer av mäklare. De inledande artiklarna har rubriker som: ”Så mycket tjänar din fastighetsmäklare”(Karlson & Svärdkrona, 2009), ”Fastighetsmäklare – det nya drömjobbet” (Bratt, 2002),”Rekordmånga mäklare varnade” (IT/Expressen, 2012),”Mäklare tar betalt - för osåld bostad” (IT/Expressen, 2012).

Den som läser artiklarna möts av listor med varnade mäklare där det i detalj beskrivs vad som föranlett varningarna.

Men det är inte bara i dagspress det går att hitta negativa texter om mäklare: I augusti 2006 presenterade Mäklarsamfundet (Wörmann, 2006) en undersökning där de konstaterade att endast fyra av tio personer hade högt förtroende för mäklare. Majoriteten av de tillfrågade svarade att de varken hade stort eller litet förtroende för fastighetsmäklare.

I december 2010 publicerade Fastighetsbyrån (Fastighetsbyrån, 2010) en undersökning där de angav att endast fem procent av svenskarna hade högt förtroende för mäklare i allmänhet. Mäklarsamfundets kundombudsman Titti Öhrn tar upp problemet i en krönika med rubriken; Med en myt som närmaste kollega! (Öhrn, 2008) där hon menar att media förmedlar en felaktig bild av mäklares ansvarsområden.

Samtidigt genomförs årliga undersökningar av Svenskt Kvalitetsindex där säljares kundnöjdhet mäts (Parmler, 2011). Den senaste rapporten från 2011, visar att samtliga mäklarkedjor har över 70 procent nöjda säljarkunder.

Hur kan det då komma sig att det skiljer så mycket på allmänhetens förtroende och kundnöjdheten? Kan allting skyllas på media och varifrån kommer bilden av mäklare som opålitliga skojare?

I mars i år startade Fastighetsbyrån upp websidan mäklarkvitter.se (www.maklarkvitter.se, 2012) Där presenteras en sammanställning av vad svenskar skrivit om mäklare och mäklarbranschen i sociala medier under perioden 9 februari till 9 mars i år. Statistiken som tagits fram (Fastighetsbyrån, 2012) visar att 55procent av det som skrivits på Facebook och Twitter är neutrala inlägg, men att 33 procent är negativt laddade. Endast tolv procent är alltså positiva kommentarer.

1.3 Syfte

Syftet med arbetet är att se närmare på hur det kan skilja så mycket i förtroende för fastighetsmäklare, beroende på vilken källa som används. Bilden i media är att svenskar i allmänhet har lågt förtroende för branschen medan de som anlitat mäklare vid försäljning till övervägande del har varit nöjda. Det framgår dock inte i undersökningarna om det är köpare eller säljare som tillfrågats. Eller om de två grupperna är lika nöjda med mäklarens insats.

Vad kan den delade uppfattningen bero på och vad kan göras att förbättra och förstärka förtroendet för mäklare? Påverkas köpare och säljare av den bild som finns av mäklare i media idag? Dessa frågeställningar kommer att belysas och förhoppningsvis besvaras i arbetet.

1.4 Avgränsning

För att göra en avgränsning i antalet personer som intervjuas har tre grupper valts ut. Den första gruppen, grupp 1, har tre personer intervjuats. Dessa har inte haft någon kundrelation till mäklare de senaste tio åren. Den andra gruppen, grupp 2, består av fyra personer, som anlitat mäklare för att sälja sin bostad för mindre än ett år sedan. Den tredje och sista gruppen, grupp 3, har tre personer intervjuats. De har köpt bostad via mäklare för mindre än ett år sedan.

Samtliga intervjuade äger sitt eget boende.

Alla privatpersoner och mäklarfirmor väljs ut från Mjölby, Linköping och Boxholms kommuner.

2 Metod/tillvägagångssätt

Avsikten med uppsatsen är att studera rapporter och undersökningar som publicerats av bland annat Fastighetsmäklarnämnden och Fastighetsbyrån samt genomföra djupintervjuer. Intervjuerna riktas till tre grupper som har olika relationer till mäklare. Även intervjuer med mäklarfirmor kommer att genomföras för att ta reda på hur de olika firmornas kundundersökningar går till. Svaren kommer sedan att jämföras för att se om skillnaderna verkligen är så stora och vad man kan göra för att lösa problemet och minska skillnaderna.

3 Datainsamling/mätningar

Intervjuerna som genomförts är en blandning mellan kvalitativ och kvantitativ metod (Eliasson, 2010).

En kvalitativ forskningsmetod används för att undersöka hur individer ”uppfattar och tolkar sin sociala verklighet” (Bryman, 2002, s 35). Vid en kvalitativ forskningsmetod vill man få fram data som visar hur respondenterna uppfattar och tolkar sin sociala verklighet (Bryman, 2002). Här är det egna åsikter och synpunkter man vill få fram. Söks data som lätt kan omvandlas och redovisas i siffror och statistik bör en kvantitativ forskningsstrategi användas istället. Då båda dessa resultat är intressanta för ämnet har en blandning mellan kvalitativa och kvantitativa frågor använts.

Den kvantitativa metoden syftar till att få fram statistik som är lätt att jämföra och här används frågor med svarsalternativ på en skala mellan 1-5.

Den kvalitativa metoden går mer in på enskilda personers syn på mäklare i det här fallet, och ber dem motivera och förklara varför de känner och tänker på ett visst sätt.

Reliabilitet handlar om att undersökningen ska vara pålitlig (Eliasson, 2010). En ny undersökning ska kunna genomföras med liknande eller samma resultat. Detta är svårt att avgöra, eftersom den här intervjun baseras på egna erfarenheter och upplevelser hos respondenterna. Samma frågor till andra personer kommer förmodligen ge annorlunda svar.

Validitet innebär att mäta det man faktiskt vill mäta (Eliasson, 2010), i det här fallet skillnaden i förtroende för fastighetsmäklare hos olika kundgrupper. Genom att ställa samma/liknande frågor till de olika grupperna får man fram ett underlag som sedan kan omvandlas till jämförbara fakta.

Personerna har i inledningen av intervjuerna ombetts att vara så ärliga som möjligt, och att inte svara det de tror att de borde svara. I stället har de givits betänketid för att ge så trovärdiga svar som möjligt. Intervjuerna är strukturerade med ett frågeschema som följs genom hela intervjun. Här blandas öppna frågor, där respondenten själv får besvara frågeställningen med egna ord och tankar, med slutna frågor där tydliga svarsalternativ erbjuds.

Svaren skrivs ned och sammanställs dels som diagram men även som rena citat. Respondenterna har godkänt citaten, och är anonyma i redovisningen av dem.

Intervjuer med privatpersoner genomfördes enskilt och muntligen i början av maj 2012. Frågorna har sammanställts och redovisas i bilagor; grupp 1 i bilaga A, grupp 2 i bilaga B och grupp 3 i bilaga C. Mäklarfirmorna intervjuades via mail i mitten av maj 2012. Frågorna har sammanställts och redovisas i bilaga D.

Svaren på frågorna sammanställs under kapitel 4 Resultat, men återfinns även i sin helhet under följande bilagor; grupp 1 bilaga F, grupp 2 bilaga G, grupp 3 bilaga H. Mäklarnas frågor och svar redovisas på samma sätt och finns i sin helhet i bilaga I.

4 Resultat

Här redovisas en sammanställning av frågor och svar från intervjuer.

Vid vissa frågor är svaren graderade 1-5 där 1 är lågt och 5 är högt. Den som intervjuats har ombetts att välja det alternativ som passat bäst in.

En del frågor besvaras med hjälp av fem svarsalternativ, andra med ja/nej. Några frågor är menade att få den intervjuade att motivera sitt graderade svar från 1-5 eller ja/nej på föregående fråga.

4.1 Intervjuer med grupp 1

Grupp 1, personer som inte haft kundförhållande till mäklare de senaste tio åren. I den här gruppen har 3 personer intervjuats, de är 33, 68 respektive 69 år gamla.

1. På skalan 1-5, hur är ditt förtroende för mäklare i allmänhet?

På den här frågan svarade en person tre, medan de övriga två svarade fyra.

2. Vad baserar du det på?

Här svarade två personer att bekantas upplevelser påverkat dem och att de hört hur andra som varit i kontakt med mäklare upplevt det. En person uppgav att hon var godtrogen och därför hamnade ganska högt på skalan.

3. På skalan 1-5, hur väl anser du att du har kunskap om vad en mäklare gör?

Två av tre ansåg att de hamnade på en trea på skalan, medan den tredje placerade sig på en tvåa.

En av de tillfrågade ansåg att mäklare alltid vill göra om i husen som ska säljas, tapeter och golv ska bytas och renoveras.

4. Om du skulle sälja idag, skulle du anlita mäklare då?

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

Två personer svarade ja och en svarade vet ej. En av dem som svarade ja sa att hon inte skulle vilja sälja huset själv. Den som svarade vet ej var tveksam.

5. Hur skulle du välja mäklare?

Här angavs fem svarsalternativ; slumpen, genom bekantas rekommendationer, personliga kontakter, banken eller övrigt.

Samtliga svarade att de skulle gå på bekantas rekommendationer.

6. Vad anser du att mäklare skulle kunna göra för att öka din trygghet och ditt förtroende för branschen?

Här var två respondenter tveksamma, en ansåg sig inte ha någon aning om vad som skulle kunna förbättras. Den andra av de två svarade att det nog är lättare att ha en åsikt om man är lite mer insatt och har kontakt med mäklare.

Den tredje personen kom med konkreta förslag som att mäklare borde tona ned sig lite utseendemässigt. Att inte komma in i dyra fina kläder, att inte bete sig som om de ägde huset och ha en annan attityd. Hon ansåg att de skulle behöva bli mer ödmjuka och kunna läsa av sina kunder på ett bättre sätt.”

7. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

Samtliga svarade ja, och en person uppgav även att han fått privata meddelanden från personer som velat köpa och som önskade bli kontaktade om och när han var intresserad av att sälja. En person sa att han fått reklam från fyra olika kedjor och även banker i Mjölby. Ingen hade något negativt att säga om reklamen.

8. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu (5st enligt hemnet.se)?

Samtliga var tveksamma, men gissade ändå på fem.

9. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej). Svarsalternativ; ja/nej/vet ej

Här var svaren spridda och alla tre svarade olika. Den som svarade vet ej sa att om han hade sett något så hade han inte tänkt på det.

10. Minns du vad det handlade om?

Respondenten som svarade ja sa att det varit något granskande program, i stil med Kalla fakta, och att det handlat om människor som blivit lurade

4.2 Intervjuer med grupp 2

Grupp 2, personer som anlitat mäklare för att sälja sin bostad det senaste året.

I den här gruppen har fyra personer intervjuats. De är 28, 29, 34 och 60 år gamla. Alla fyra har varit i kontakt med olika mäklarfirmor i Mjölby kommun.

Intervjun är uppdelad i tre delar, som en förmedlingsprocess och har rubrikerna: Innan försäljning, under försäljning, efter försäljning.

4.2.1 Innan försäljning

1. På skalan 1-5 hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet, innan du sålde?

En person svarade två och en svarade fyra. De två övriga bedömde att de låg i mitten på skalan och svarade tre.

2. Vad baserade du det på?

Motiveringarna till svaren var olika, en säljare uppgav att han varit nöjd vid ett tidigare köp och att han baserade sitt svar på det.

Personen som svarade två ansåg att mäklare bara är ute efter att tjäna pengar.

En tredje person angav att han aldrig haft någon kontakt med mäklare innan, men då Mjölby är så litet så vet han vilka som arbetar som mäklare och har hört andras åsikter och omdömen om dem.

Den fjärde säljaren motiverade sitt svar med att det säkert finns många som luras, men att de i Mjölby verkade bra.

3. Som säljare, vad var det som gjorde att du valde just den mäklare som du valde? Här angavs fem svarsalternativ; slumpen, bekantas rekommendationer, personliga kontakter, bankens tips och övrigt.

Tre personer svarade *personliga kontakter*, två av dem angav att det var genom tidigare köp/försäljningar med samma mäklare som gjorde att de valde att kontakta denne igen.

Den tredje sa att det var en ”bra deal” som varit avgörande, och att denna uppkom i samband med köpet av en ny bostad.

Svaret *övrigt* motiverades med att det varit via revisionsbyrån som man kommit i kontakt med mäklaren.

4. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?

En person valde att svara två, en valde fyra och de övriga två svarade tre. Personen som valde två förklarade att hon aldrig varit insatt i en försäljning tidigare, och att hon därför har dåligt insikt i vem som har ansvar för vad.

4.2.2 Under försäljning

5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?

Här är två säljare så missnöjda att de väljer att svara ett. De två övriga svarar fyra och fem. En av dem som svarat ett säger att han själv fick ringa och fråga efter information och att han tillslut upplevde sig själv som tjugig.

6. Finns det någonting som du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?

Här presenterar gruppen flera olika synpunkter. De framför önskemål om bättre kundorientering, och bättre information.

Några säger sig ha upplevt nonchalans, att mäklaren utlovat att genomföra saker och återkomma med information vilket han senare inte gjort. Detta var säljarna väldigt missnöjda över. En säljare uppfattade det som att mäklaren drog ut på försäljningen och inte ville komma till avslut i budgivningen.

En annan säljare fick uppfattningen om att mäklaren hade jobbat för länge inom branschen och inte riktigt brydde sig längre.

En säljare anser att mäklaren tog för mycket betalt, och att arvodet borde varit lägre.

Den sista säljaren säger sig vara missnöjd med information som mäklaren gett till köparen, där han utlovat att säljaren skulle stå för reparationer av bostadsrätten innan tillträdet. Hon själv ansåg att hon upplyst om bristerna i lägenheten vid visningen och via frågelistan och att den som köpte bostadsrätten visste om felen. Ändå satt hon på kontraktsskrivningen och fick då höra av mäklaren att det var hennes ansvar att åtgärda felen innan tillträdet.

4.2.3 Efter försäljning

7. På skalan 1-5, Hur trygg kände du dig med din mäklare under försäljningsprocessen?

Samtliga tillfrågade svarade 4.

8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare? Svartalernativ: ja/nej/vet ej.

Två valde att svara nej och två svarade vet ej.

De två som svarade vet ej hade lite olika tankar om varför de eventuellt inte skulle anlita mäklare om de skulle sälja. Den första uppger att det är lika troligt att han skulle anlita en mäklare, som att han skulle låta bli. Motiveringen är att det är en liten stad och en liten lättsåld lägenhet det handlar om.

Den andra säljaren resonerar att det vore smidigt att slippa sköta marknadsföringen själv om han anlitar en mäklare, men att han själv får bättre insikt i hela processen om han sköter allting själv.

9. Skulle du välja samma mäklare igen vid en eventuell försäljning? Svartalernativ; ja/nej/vet ej

Två personer svarade nej, och två svarade vet ej. Ingen svarade ja.

10. Varför/varför inte?

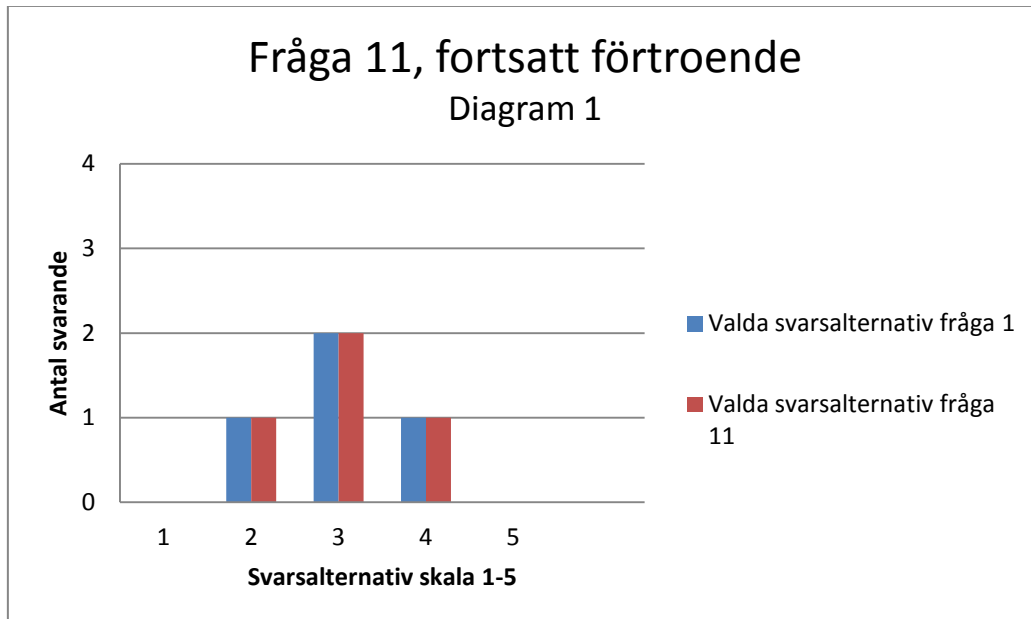
En av dem som svarade nej motiverar sitt svar med att han var tveksam till den specifika mäklaren redan innan förra affären genomfördes och att mäklaren inte imponerat på honom med sin insats.

Den andra personen som svarade nej uppger att hon absolut inte skulle anlita honom och att hon dessutom inte skulle rekommendera honom vidare till sina bekanta.

En av de två som svarade vet ej säger att hans nuvarande fastighet till viss del består av skog och att den mäklaren han anlitat tidigare inte har den kunskap som krävs för att värdera detta. Han skulle förmodligen anlita en mäklare specialiserad på just skogsfastigheter vid en försäljning. Om han däremot skulle sälja endast huset och en bit av marken som tomtmark kanske han skulle anlita mäklaren igen.

Den sista av de fyra säljare svarar även han vet ej, med motiveringen att mäklaren inte gjort något bra intryck.

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?



Här svarade samtliga fyra säljare likadant som de gjorde på första frågan.

12. På skalan 1-5, som säljare, hur relevant känner du att mäklarens arvode var förhållande till dennes arbetsinsats?

En säljare är så missnöjd att han svarar ett, en av dem svarar två och de resterande två svarade tre.

13. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär? Ja/nej.

En person svarade ja, resterande tre svarade nej.

Två av tre som svarade nej har inte haft någon kontakt alls med mäklaren efter tillträdet. Den tredje har själv kontaktat mäklaren med frågor angående fastigheten. En har nyligen sålt och har i samband med det haft tät kontakt med mäklaren, men efter tillträdet har de inte hörts av. Den som svarade ja angav att mäklaren ringt i början av året för att hjälpa till med deklARATIONEN.

14. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

Även här har samtliga konkreta exempel på saker som kan förbättras. Bland annat föreslås att mäklaren ska vara tydligare, informera mer om vad

som ska göras, vem som ska göra det och hur det kommer gå till. Att vara tydligare med vad det kommer att kosta säljaren i slutänden. Att vara mer öppen, mer mänsklig och att bry sig mer om personerna bakom affärerna är ytterligare förslag.

15. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

En person svarar nej, och uppger att all reklam är irriterande, oavsett om den kommer från mäklare eller inte.

Två anger att de fått reklam, dels information om att bostadsrätter sålts i deras förening, men även om försäljningar i närområdet.

Den fjärde svarar att hon inte vet om hon fått reklam, bortsett från bostadsannonser.

Två personer säger att det är positivt med reklamen. Den gör att de får insikt vilka aktörer som finns på marknaden.

16. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu? (5st enligt hemnet.se/maklare/hitta)

Här gissar de flesta och ingen av de tillfrågade är säker. Samtliga svarar att de skulle gissa på fyra till fem firmor.

17. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej). Svartalternativ; Ja/nej/vet ej

En svarade vet ej, en svarade ja och två svarade nej.

18. Om du svarade ja på fråga 17, minns du vad det handlade om?

Personen som svarade ja säger sig ha läst om varnade mäklare i aftonblader. Hon tror att man som aktiv på bostadsmarknaden är mer mottaglig för sådan information än någon som inte är det. En av dem som svarade nej uppger att han inte läst något om mäklare, men att det ofta handlar om bostadsmarknaden i nyheter och tidningar.”

4.3 Intervjuer med grupp 3

Grupp 3, personer som köpt bostad via mäklare för mindre än 1 år sedan.

I den här gruppen har tre personer intervjuats, de är 25, 29 och 31 år gamla. Alla tre har varit i kontakt med olika mäklarfirmor i Mjölby kommun.

Intervjun är uppdelad i tre delar, precis som en förmedlingsprocess och har rubrikerna: Innan köp, under köp, efter köp.

4.3.1 Innan köp

- 1. På skalan 1-5, hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet innan du köpte?**

Samtliga i gruppen svarade tre.

- 2. Vad baserade du det på?**

En köpare säger sig basera sitt svar på tidigare erfarenheter, en annan säger sig ha lite erfarenhet men att de mäklare hon träffat på visningar gjort ett bra intryck.

Den tredje personen hävdar att han inte själv varit i kontakt med mäklare tidigare utan bara lyssnat till bekantas åsikter och därför valde han att sätta en trea på skalan.

- 3. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?**

Två av de tillfrågade svarade tre, och den sista valde att svara fyra.

4.3.2 Under köp

- 4. På skalan 1-5, hur upplevde du som blivande köpare det första mötet med mäklaren?**

Här är svaren spridda, och fördelade på två, tre och fyra. Att en person svarar två motiverar hon med att det inte var den ansvarige mäklaren som höll i visningen. Detta gjorde att mycket information om fastigheten saknades och därför valde hon en låg siffra på skalan. Hon uppger även att om den ansvarige mäklaren varit på plats hade hon värderat sitt svar annorlunda.

- 5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?**

Här valde två personer att svara 4 och den tredje svarade 5.

- 6. Finns det någonting du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?**

Samtliga köpare uppger att de är nöjda, men hon som tidigare nämnt att hon fick träffa en annan mäklare än den ansvarige påpekar att det möjligen skulle vara att ha träffat rätt mäklare från början.

En annan köpare svarar att mäklaren inte alltid hade direkta svar på deras frågor, men att han var snabb med att återkomma med fakta.

4.3.3 Efter köp

- 7. På skalan 1-5, hur trygg kände du dig med din mäklare under köpprocessen?**

När det gäller trygghet svarar två köpare fem på skalan och den tredje svarar fyra.

- 8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?
Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej**

Samtliga svarade nej, en motiverade det med att man måste ha mycket kunskap själv om man ska klara av det och en annan säger att hon inte skulle vilja ha det ansvaret med ett helt hus.

- 9. Skulle du välja samma mäklare vid en eventuell försäljning? Ja/nej/vet ej.**

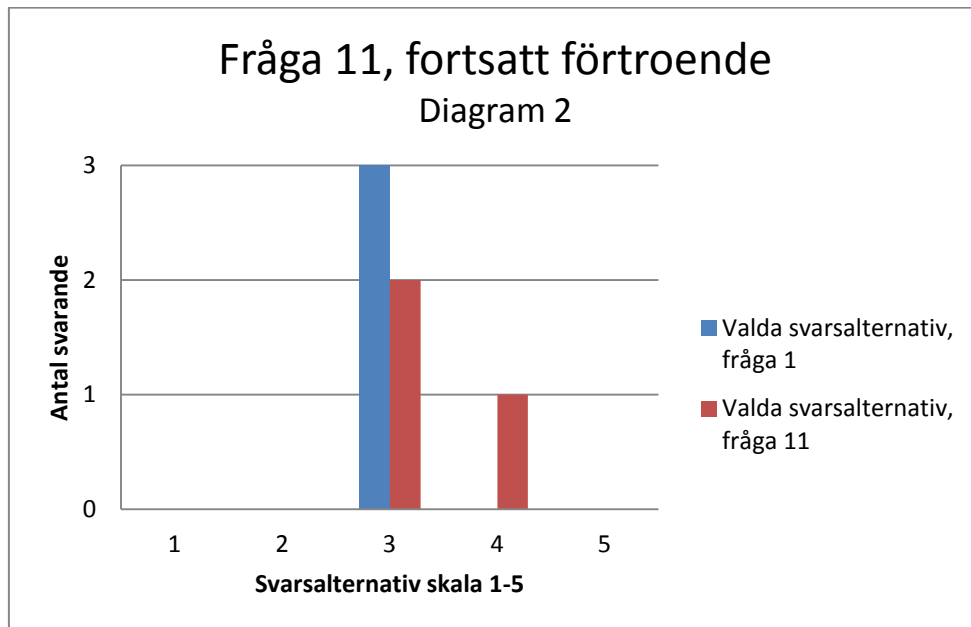
Samtliga svarade ja.

- 10. Varför/varför inte?**

Två köpare uppger att mäklaren gjort ett så pass bra jobb vid deras köp att han vunnit deras förtroende. En av de två säger även att familjen anlitar samma mäklare tidigare och att man har bra kontakt.

Att mäklaren varit förtroendeingivande och ödmjuk är egenskaper som den tredje köparen uppskattat. Hon uppger också att mäklaren varit bra på att möta människor vilket hon anser vara viktigt.

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?



Två personer svarar likadant som de gjorde på första frågan, medan en persons förtroende ökat från en trea till en fyra.

12. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär?

Svarsalternativ: Ja/nej

På den här frågan svarade två ja, och den tredje svarade nej.

Personen som svarar nej säger att de nyligen flyttat in i huset och att det inte funnits någon anledning för mäklaren att kontakta dem.

De två som svarat ja uppger att mäklaren ringt och frågat om vad de tyckte om sin nya bostad samt ställt lite utvärderande frågor. Den ena köparen har även fått en inflyttningspresent från mäklaren samt att mäklaren besökt dem för en värdering av lägenheten.

13. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

En av de tillfrågade svarar att deras mäklare suttit ner med dem och berättat om branschen och varit tydlig med både för och nackdelar. Tack vare hans

öppenhet och ärlighet vann han deras förtroende. Han erkände att det fanns andra i mäklarkåren som inte alltid var ärliga men gjorde tydligt att alla mäklare inte jobbar likadant.

Person nummer två vill att mäklaren ska vara tydligt opartisk och inte ta någons parti. Mäklaren ska vara kunnig inom sina områden och hela tiden informera om allt som händer, hon svarar även att det är viktigt att mäklaren är engagerad.

Den tredje tillfrågade svarar vet ej.

14. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

En köpare hävdar att han inte kan minnas att skulle fått någon reklam alls. Han säger även att det varken är negativt eller positivt.

De andra två säger sig ha fått reklam, men att det är reklam som vilken annan och att den inte läses igenom noggrant.

15. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu? (5 enligt hemnet.se)

Samtliga svarar nej, men en av dem gissar på fyra större firmor och svarar att han hade bättre koll när han själv var aktiv och letade bostad.

16. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej) Ja/nej

Samtliga svarade nej.

4.4 Intervjuer med mäklarfirmor

Alla intervjuer har gjorts med mäklare aktiva i Mjölby kommun.

Fem mäklarfirmor ombads svara på frågor angående sina egna mätningar av kundnöjdhet.

Fyra av fem tillfrågade mäklarfirmor valde att besvara frågorna, den femte avböjde. Alla mäklare tackade nej till personliga möten, men accepterade att genomföra intervjuerna via mail. En sammanställning av svaren har gjorts och de citerade, exakta svaren, finns att läsa i bilaga I.

Frågorna och svaren redovisas nedan:

1. Gör ni regelbundna undersökningar om kundnöjdhet?

Här uppgav alla fyra mäklarfirmorna att de gör regelbundna undersökningar av kundnöjdheten.

2. När gjordes en undersökning av det senaste?

Alla fyra firmor uppgav att de löpande gör undersökningar vid avslutade husaffärer. När tillträde sker skickas en enkät ut till både köpare och säljare.

3. Hur väljer ni ut vilka som tillfrågas i undersökningen?

Här uppgav den ena mäklarfirman att de har ett formulär som går ut till alla köpare och säljare automatiskt. De uppgav dock inte om detta görs via mail eller vanlig post. två av mäklarfirmorna svarade att det skickades ut frågeformulär via mail till både köpare och säljare och den fjärde svarade att de i de flesta fall skickar ut frågeformulären via mail men att de även kan skicka den på annat sätt. En av de tillfrågade firmorna som endast använde sig av mail för att distribuera sina frågeformulär påpekade dock att det finns brister i detta system. De skriver att personer som saknar mailadress inte kommer till tals i statistiken och uppgav att detta oftast handlar om äldre personer. De skriver också att eftersom det bara är affärer som avslutas som utvärderas så kommer inte missnöjda kunder som säger upp avtal eller ägare till hus som inte blir sålda till tals och redovisas då inte heller i statistiken. En ytterligare felkälla enligt samma mäklarbyrå är att det är mäklarna själva som skriver in mailadresserna till kunderna i systemet och att möjlighet att utnyttja systemet då finns genom att till exempel ta bort mailadresser till kunder som mäklaren vet är missnöjda.

4. Vilka frågor ställdes i undersökningen?

Ingen av de fyra tillfrågade mäklarbyråerna har närmare angett vilken typ av frågor de använder i sina frågeformulär eller enkäter. Två av byråerna svarar inte alls på denna fråga, den tredje svarar bara att formuläret innehåller cirka 14 frågor och den fjärde svarar att flera av frågorna i deras formulär handlar om nöjdheten och förtroendet för mäklaren. Den fjärde byrån har också en fråga där de undrar om kunden kan tänka sig att rekommendera mäklaren till vänner och bekanta. Exakt hur frågorna är formulerade anges dock inte.

5. Hur sammanställer ni svaren?

Här svarade en mäklarbyrå att deras centralkontor sammanställer alla svar åt dem och att de får statistik redovisad i en procentsats, både vad gäller de egna kunderna och hur riksgenomsnittet ser ut via sitt interna mäklarsystem. Mäklarbyrå nummer två redogör inte för några detaljer om hur sammanställningen går till men uppger att de själva kan se alla svaren samt en sammanställning över varje mäklare och därigenom kan de sedan se ett totalt resultat för hela kontoret. Den tredje firman uppger att svaren sammanställs i ett system som heter Vitec säljstöd. Genom det får varje mäklare reda på statistiken som rör just honom eller henne. Den fjärde mäklarbyrå redovisar att svaren går till ett företag som sammanställer det till rapporter, något som sker automatiskt och utan mäklarnas inblandning. Sammanställningen kan de sedan se kontorsvis via sitt intranät och där uppdateras informationen automatiskt så fort ett svar har kommit in. Svaren redovisas både i tabell och i diagramform.

6. Hur har ni bearbetat svaren/resultaten av undersökningen internt?

Mäklarfirma nummer ett skriver att om statistiken skulle se för dålig ut får så diskuterar de om de kan arbeta på något annat sätt. De uppger också att regionchefen då och då tar upp siffrorna för redovisning på regionträffar. De går dock inte närmare in på varför de tas upp. Firma nummer två redovisar inte hur de specifikt arbetar med siffrorna men tycker att de är bra för att de visar om någon av mäklarna upplevs sämre eller bättre i något avseende. De tycker att utvärderingarna är ett bra instrument både för byråns ägare och för den enskilde mäklaren. Den tredje mäklarfirman uppger att utvärderingarna ger dem information om vad de gjort bra eller mindre bra och att man snabbt får tillfälle att ringa upp kunder som lämnat synpunkter i efterhand. Den fjärde firman brukar gå igenom föregående års svar i början av året när det finns ett brett underlag att utgå ifrån. De har då möten med varje enskilt kontor för att se vad som har förändrats sedan föregående år och diskutera vad som kan göras bättre och vad som var bra.

5 Analys/diskussion

Här kommer resultaten från föregående kapitel att jämföras med övriga gruppers svar. För att underlätta läsningen delas analysen upp i fem underrubriker;

- förtroende och kunskap,
- mäklarens insats,
- mäklarens arvode,
- mäklare i media
- mäklarnas egna undersökningar.

De frågor som tidigare besvarats med en skala 1-5 ska här jämföras grupperna emellan. Då alla grupper inte har samma antal deltagare blir en jämförelse i procentform missvisande. För att kunna jämföra svaren mellan de olika grupperna har istället ett medelvärde räknats ut.

Medelvärdet har räknats ut genom att lägga samman svaren på frågan och sedan dela med antalet respondenter. Om frågan till exempel var: *På skalan 1-5, hur är ditt förtroende för mäklare i allmänhet?* och respondent nummer ett svarat tre, respondent två svarat fyra och respondent tre svarat fyra skulle uträkningen se ut på följande sätt;

Svarsalternativen adderas; $3+4+4=11$

Och divideras sedan på antal respondenter; $11/3=3,67$.

Resultatet blir då att det genomsnittliga svaret på frågan om förtroendet som gruppen har för mäklare i allmänhet, på en skala från 1-5, är 3,67.

Om samma fråga hade ställts till grupp två som har fyra respondenter som besvarat frågan med en tvåa, en trea, en trea och en fyra hade uträkningen istället sett ut på följande sätt.

Svarsalternativen adderas; $2+3+3+4=12$

Och divideras sedan på antal respondenter; $12/4=3$

Resultatet här visar att det genomsnittliga svaret på frågan om förtroendet som gruppen har för mäklare i allmänhet, på en skala från 1-5, är 3.

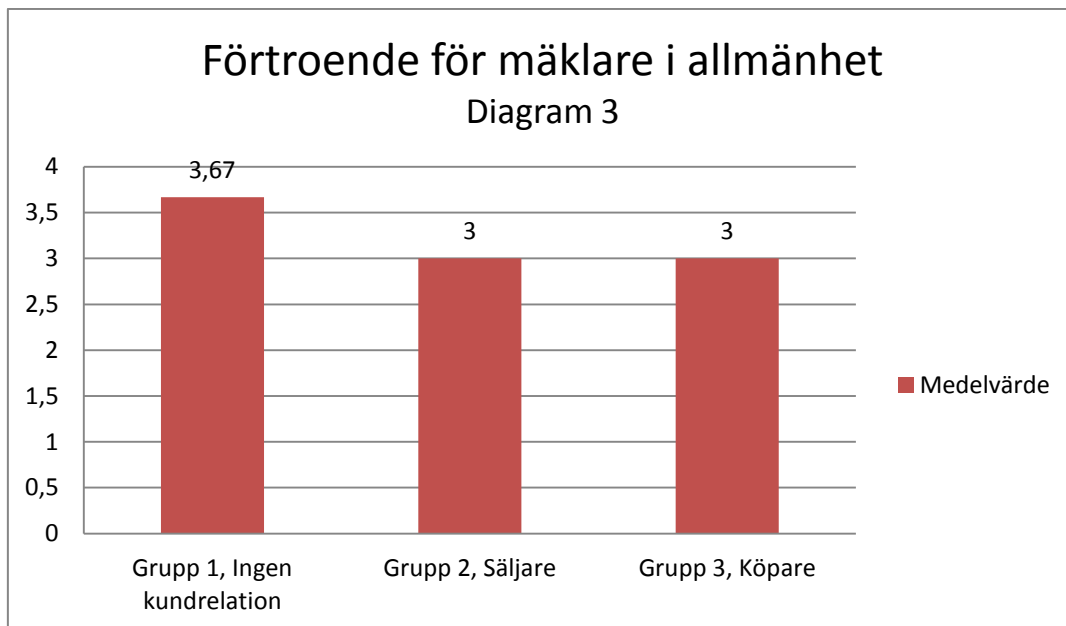
Genom dessa uträkningar fås siffror som visar på genomsnittet av resultaten i grupperna och ger siffror som är jämförbara med varandra, oberoende av respondentgruppernas storlek. Av dessa svar kan konstateras att förtroendet för mäklare i allmänhet är större hos respondenterna i grupp 1 än i grupp 2 då deras medelvärde är högre.

Alla siffror som redovisas i detta kapitel har räknats fram med hjälp av ovanstående metod.

5.1 Förtroende och kunskap

Samtliga grupper fick samma första fråga, men den vinklades något för att passa alla grupperna. Till grupp 1, som inte haft någon kundrelation till mäklare de senaste 10 åren, ställdes frågan: **På skalan 1-5, hur är ditt förtroende för mäklare i allmänhet?**

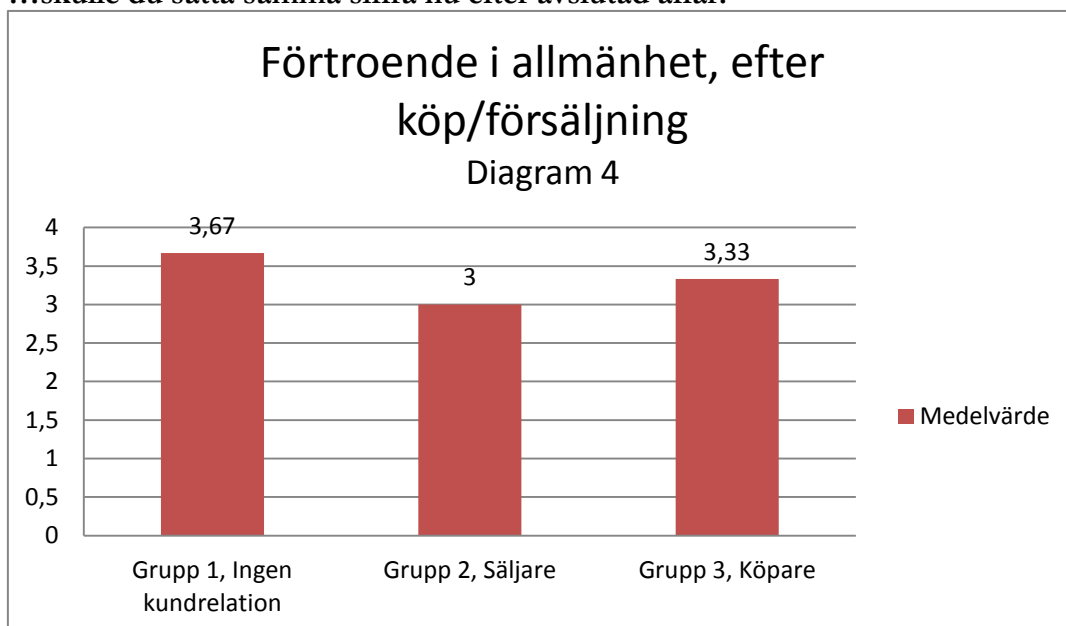
Grupp 2 och 3 som nyligen varit i kontakt med mäklare, fick frågan: **På skalan 1-5, hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet innan du sålde/köpte?**



Här kan man se att grupp 1, som inte varit i kontakt med mäklare alls de senaste 10 åren har högst förtroende för mäklare.

Frågan formulerades sedan om till köpare och säljare:

...skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?



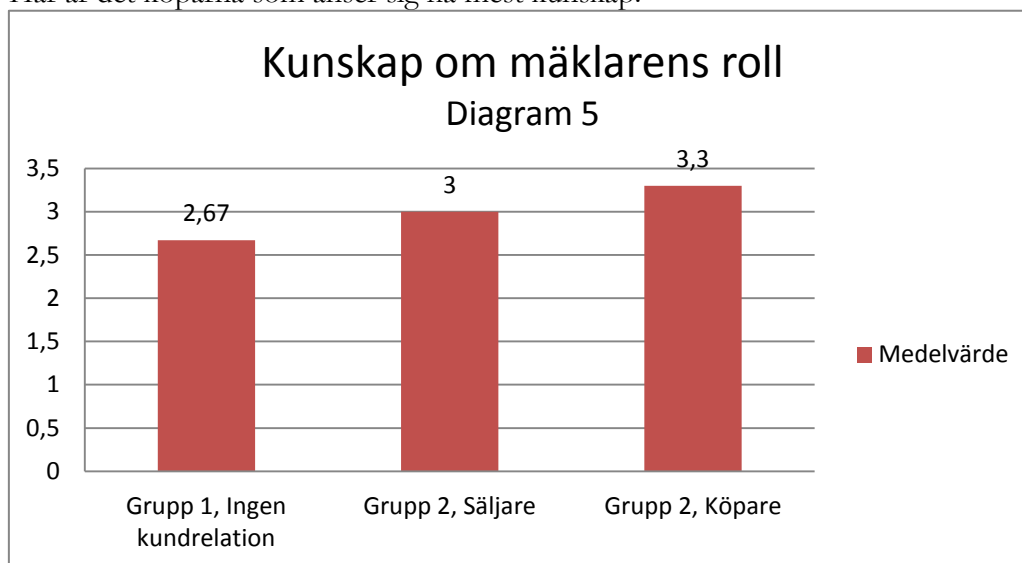
Efter avslutad affär är säljarnas förtroende på samma nivå medan köparnas förtroende ökat något. Det är fortfarande grupp 1 som har högst medelvärde.

Totalt sett så skiljer det sig inte så mycket på förtroendet för mäklare i allmänhet när man jämför de tre olika gruppernas svar.

Grupp 1 tillfrågades: **På skalan 1-5, hur väl anser du att du har kunskap om vad en mäklare gör?**

Motsvarande fråga ställdes till grupp 2 och 3, **På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll i försäljnings/köpprocessen?**

Här är det köparna som anser sig ha mest kunskap:



Grupp 1 tillfrågades **om de vid en eventuell försäljning av sin bostad skulle anlita mäklare?** två personer svarade ja och en person svarade vet ej. Följdfrågan, **hur skulle du välja mäklare?** besvarades av samtliga med svarsalternativet; *rekommendationer från bekanta.*

En liknande fråga, med samma svarsalternativ ställdes till säljarna angående **hur de valt mäklare vid sin förra försäljning.** Tre av fyra uppgav att det var genom personliga kontakter och motiverade det med att de tidigare gjort affär med samma mäklare.

Mäklarens insats vid köpet kan alltså antas viktigt, då majoriteten väljer att återkomma till den mäklare som förmedlade bostaden.

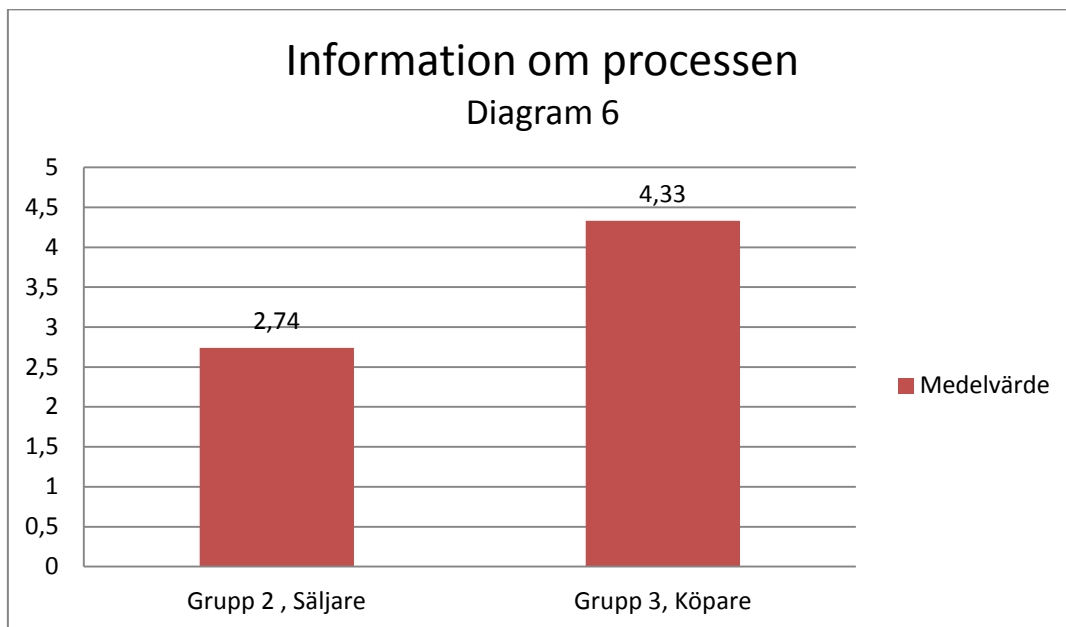
5.2 Mäklarens insats

Eftersom grupp 1 inte varit i kontakt med mäklare de senaste tio åren har följande frågor endast ställts till samtliga tre köpare och/eller de fyra säljarna.

På följande fråga som ställdes till köparna: **På skalan 1-5, hur upplevde du som köpare första mötet med mäklaren?** var svaren spridda. En person svarade två, en svarade tre och en svarade fyra.

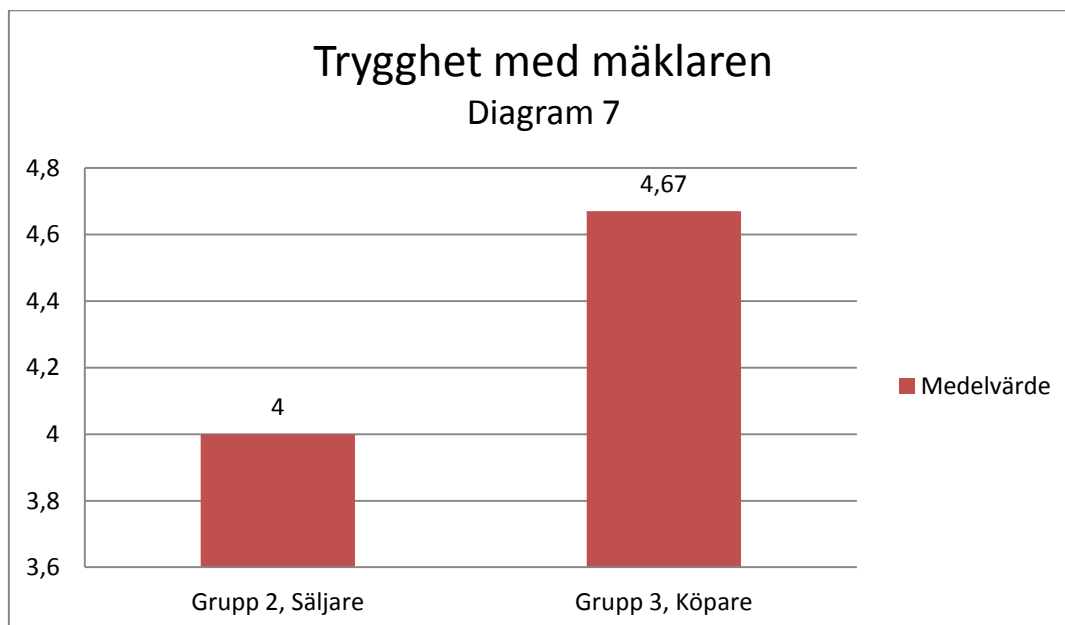
Personen som svarade två på frågan motiverade sitt svar med att ansvarige mäklaren inte närvarade vid visningen, och att ersättaren inte gav ett lika bra intryck som den mäklare de senare träffade. Mycket beroende på att ersättaren inte kände till fastigheten och inte kunde ge de upplysningar som köparen frågade efter.

På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare/köpare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?



Två säljare uppger att det är så missnöjda med informationen och att de själva fått ringa och be om uppdateringar gör att de väljer att svara (1) på skalan. Det drar ner medelvärdet. Detta är självklart negativt för mäklaren och just detta beteende nämns flera gånger i intervjuerna med säljarna.

På skalan 1-5, hur trygg kände du dig med din mäklare under köp/försäljningsprocessen?



Återigen är det köparna som har högst medelvärde.

Vid nästa fråga, **skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?** skiljer sig de båda grupperna tydligt från varandra. Samtliga tre köpare svarar nej, medan två av säljarna svarar nej och de andra två svarar vet ej.

Ingen av köparna skulle känna sig lika trygg utan mäklare om de skulle sälja sitt boende, medan säljarna inte delar varandras åsikter. De två säljare som svarar vet ej, motiverar sina svar med olika motiv. Anledningen till att den ena valde att anlita mäklare vid förra försäljningen var att slippa sköta marknadsföring men personen menade att man får bättre kontroll på hela förloppet om man själv ansvarar för försäljningen. Den andra anser att Mjölby är en så pass liten kommun och lägenheten är liten och lättsåld varför det inte skulle behövas mäklare.

Som framgår av analysresultaten hittills är säljarna mer skeptiska till mäklare, det avspeglas även i frågan **om de skulle anlita samma mäklare vid en eventuell försäljning:**

Samtliga köpare skulle anlita samma mäklare vid en försäljning, medan ingen av säljarna svarade ja på samma fråga. Istället svarade två säljare nej, och två svarade vet ej. Även här motiveras svaren av säljarna. En hävdar att han är tveksam eftersom den nuvarande fastigheten är så stor att mäklaren saknar kunskapen som krävs för att göra ett bra jobb. En av säljarna säger sig ha varit tveksam till att anlita den specifika mäklaren redan vid förra försäljningen och att han inte övertygats med sin insats. En tredje säljare uttrycker tydligt sitt missnöje genom att säga att hon inte skulle rekommendera någon att anlita honom.

Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär?

Tre av fyra säljare svarar nej. Den enda säljare som blivit kontaktad av mäklaren uppger att det var i samband med deklaration vid årsskiftet. En av säljarna som svarar nej har nyligen sålt sin bostad och anser inte att mäklaren har haft någon anledning att höra av sig eftersom de så nyligen haft kontakt.

TVå av tre köpare svarar ja. De köpare som blivit kontaktade ser det som positivt och den som svarade nej har nyligen fått tillträde till sitt inköpta boende och säger även han att mäklaren inte haft någon anledning att höra av sig.

Båda grupperna tillfrågades om vad de ansåg att **mäklaren kunnat göra annorlunda**, och här skiljer sig svaren.

Köparna är eniga om att mäklaren gjort ett bra jobb medan säljarna kommer med flera konkreta negativa exempel.

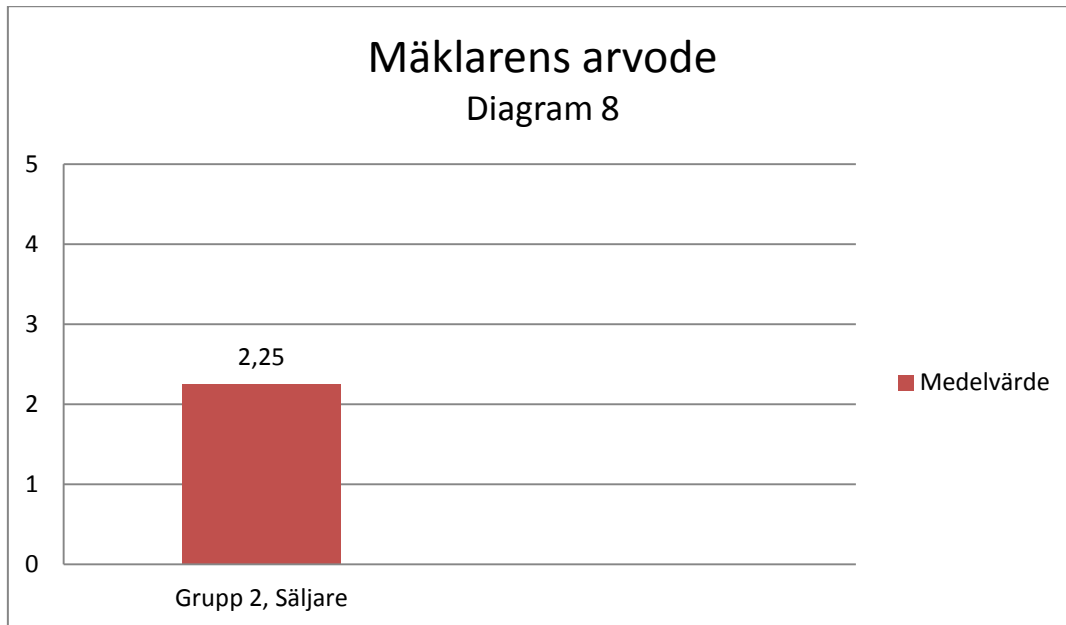
Dålig kundorientering, nonchalans, dålig på att informera och stora löften som inte uppfylldes är några faktorer som nämns.

En liknande fråga, Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen? gav flera olika förslag på förbättringar.

Köpare som suttit ner med mäklaren enskilt och fått möjlighet att småprata och ställa frågor ansåg att det var positivt med mäklarens ärlighet. Något som återkommer flera gånger i svaren från båda grupperna. Öppenhet, ärlighet, tydlighet och mänsklighet är egenskaper som efterfrågas. Även förståelse för kunderna, att bry sig mer om dem och att sätta sig in i deras situation nämns.

5.3 Mäklarens arvode:

Säljarna tillfrågades även: **På skalan 1-5, som säljare, hur relevant känner du att mäklarens arvode var förhållande till dennes arbetsinsats?**



Samtliga svarade tre eller lägre, vilket ger ett lågt medelvärde. De ansåg att arvodet inte stod i relation till arbetsinsatsen.

5.4 Mäklare i media

Följande frågor ställdes till samtliga grupper för att se om de vet hur många mäklarfirmor som är etablerade i Mjölby kommun. Men även för att se om de påverkats något av medias bild av mäklare.

Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby? (5st enligt www.hemnet.se)

De flesta gissade, men lyckades ändå hamna inom intervallet 4-5.

Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna? Hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Är detta negativt eller positivt?

Här skiljer sig inte svaren så mycket, det man kan se är att nästan alla är medvetna om att de tagit emot reklam av olika mäklarfirmor. De flesta säger sig inte ha läst den, men de kan ändå redogöra för vilka firmor det är som gjort reklam. Det är varken positivt eller negativt, det är reklam som all annan.

Mestadels handlar det om information om sålda bostäder inom samma förening eller område.

Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? Vad handlade det om? (reklam och bostadsannonser räknas ej.)

En person hävdar att hon sett ett granskande program, som tog upp ämnet att mäklare luras. En annan säger sig ha läst om varnade mäklare i Aftonbladet och en tredje har läst om bostadsmarknaden men ingenting specifikt om mäklare. Därmed kan man se att medias bild av mäklare, enligt de intervjuade själva, inte påverkat resultatet av den här undersökningen. Alla åsikter kommer från intervjupersonerna själva.

5.5 Mäklarnas egna undersökningar

De fyra mäklarfirmor som valde att ställa upp i undersökningen säger allihop att undersökning om kundnöjdhet sker automatiskt vida datasystem som sedan följs upp internt på kontoret och i vissa fall även på centralkontoren. Samtliga undersökningar sker via mail.

En av mäklarna erkänner att man tappar kundgrupper som inte har en egen mailadress eller som bryter förmedlingsavtalet innan tillträdet. Detta kan leda till att missnöjda kunder inte får undersökningen, vilket ger bättre statistik. Han nämner även att man som mäklare medvetet kan ta bort kunder som man vet om är missnöjd genom att inte ange deras mailadress i datasystemet. Detta leder visserligen till bättre statistik men är knappast en lösning på problemet med missnöjda kunder. Inte heller ger det bättre omdömen, och den kunden kommer förmodligen inte att rekommendera mäklaren.

Samtliga firmor har uppföljningar internt på kontoren där de kan se resultaten för varje enskild mäklare och kan på så sätt enkelt se vad som behöver förbättras.

6 Slutsats

I media framställs mäklare ofta som oärliga skojare. Hur det kommer sig är svårt att veta. Kanske är det en gammal bild av mäklare som fortfarande finns kvar trots att branschen utvecklats betydligt de senaste 10-15 åren.

Den 1/1 1999 infördes utbildningskrav på 80 poäng vilket motsvarar 120 högskolepoäng eller två års studier i dagens utbildningssystem. (Jingryd & Segergren, 2009, s 18). Detta innebar att den som vill registrera sig som mäklare, måste ha läst på högskola/universitet. För att bli mäklare måste behörighet uppnåtts genom att ha läst specifika kurser och ha kunskap inom områden som juridik, ekonomi och byggt teknik. Det innebar också att mäklaryrket inte längre bara är ett yrke, utan även kan klassas som en profession (Jingryd & Segergren, 2009).

Trots de nya reglerna finns det fortfarande många aktiva mäklare som inte har den teoretiska utbildning som krävs av mäklare idag men som genom sin erfarenhet och långa yrkesvana ändå har den kunskap som behövs.

Teoretisk kunskap är bra, men för att få nöjda kunder krävs att en fastighetsmäklare kan förmedla en positiv känsla till sina kunder. Kunderna vill ha öppenhet, ärlighet och förtroende, de vill bli sedda och vägleda genom vad som kanske är deras livs största affär. Det spelar ingen roll hur mycket du kan om fastigheter om du inte kan möta människor, läsa av dem och ge dem det de behöver i varje specifik situation.

Genom det här arbetet har det blivit tydligt hur viktig den personliga kontakten är, att ett enda telefonsamtal kan vara vågskålen mellan nöjda och missnöjda kunder.

6.1 Vad kan den delade uppfattningen bero på?

I studien framgår att det inte skiljer så mycket på förtroendet för fastighetsmäklare, oavsett om det är köpare, säljare eller personer utan kontakt med mäklare som tillfrågats. De tre köpare som deltagit i studien är något nöjdare med mäklaren de varit i kontakt med än vad de fyra säljarna varit. Samtliga köpare säger att de kan tänka sig att anlita samma mäklare igen. Baserat på tidigare studier som nämnts i arbetet borde resultatet blivit annorlunda, men då de flesta undersökningar gjordes för tre till sex år sedan är det svårt att jämföra resultaten.

Köpare och säljare ombads i första frågan under intervjun att sätta en siffra på skalan 1-5 över hur deras förtroende för mäklare var innan köp/försäljning. Senare under intervjun ombads de att återigen med hjälp av skalan bedöma hur förtroendet för mäklare var efter avslutad affär. Här påmindes de om vad de svarat på första frågan, vilket kan ha påverkat svaren något. Om frågan istället hade ställts utan att påminna om det tidigare svaret kanske resultatet skulle bli annorlunda. Dessutom kan det vara svårt att minnas hur man resonerade för ett år sedan, innan man kom i kontakt med mäklare.

Köparna är i de fem frågor där svaren går att jämföra mer positivt inställda till mäklare än vad säljarna är. Detta kan bero på att säljaren känner att den riskerar mer än vad köparen gör. Säljaren är mer i beroendeställning till mäklaren, och tvingas lita på mäklarens kunskap. Det blir tydligt i frågan om man kan tänka sig att anlita samma mäklare vid en eventuell försäljning.

6.2 Påverkas köpare och säljare av den bild som finns av mäklare i media idag?

Av de som deltog i studien är det endast tre som uppger att de sett/hört någonting om mäklare i media de senaste sex månaderna. (reklam och annonser borträknat). En av de intervjuade uppger att det är ett granskande TV-program som visat hur personer blivit lurade, en annan att hon läst om varnade mäklare i en kvällstidning. Den tredje uppger att det ofta står om bostadsmarknaden i allmänhet, men han har inte läst något om mäklare. Synpunkter och åsikter som framkommit i den här studien, är enligt de intervjuade själva, baserade på andra faktorer än medias vinkling av mäklare. Respondenterna att bekantas rekommendationer är viktiga, vilket även mäklarna verkar vara medvetna om.

6.3 Vad kan göras för att förbättra och förstärka förtroendet för mäklare?

Om allmänhetens uppfattning angående fastighetsmäklares beteende inte kommer ifrån media, hur har de då fått den? Som respondenterna själva säger så litar de flesta på bekantas rekommendationer. I säljarnas svar i undersökningen kommer det fram att de i flera fall inte är nöjda med mäklarens insats. Majoriteten skulle inte anlita samma mäklare igen, och någon är dessutom tydlig med att hon inte skulle rekommendera mäklaren.

En slutsats av undersökningen är att mycket av ansvaret ligger helt på mäklaren själv. Att vara öppen, mottaglig och att vara tydlig, informativ och ärlig är viktiga egenskaper. Fastighetsmäklare har lovat att återkomma med information och upplysningar men har sedan inte gjort det. Detta skapar missnöje hos kunden. Flera gånger i intervjuerna framkommer det att mäklaren inte levt upp till förväntningarna som säljaren haft på dem.

Har säljare haft för höga förväntningar på mäklaren? Det enklaste sättet att komma runt detta på borde vara: information. Informera mera. Det går inte vara för tydlig, något som ständigt återkommer i kundernas svar.

Det går inte att beskylla media, eller andra mäklare. Det är varje mäklare själv som måste prestera sitt bästa och visa sina kunder att han/hon är pålitlig, och värd förtroende.

Samtliga i undersökningen anser sig ha bra kunskap om vad mäklarens roll är, trots detta är de flesta säljare missnöjda med mäklarens insats. Kan det bero på att de som kontaktar mäklare har en klar bild av hur mäklare arbetar och när detta inte stämmer överens med verkligheten uppstår missnöje. Återigen är det information som är en stor påverkande faktor. Informeras alla kunder i början av processen vad som ingår, vad kunden kan förvänta sig av mäklaren och tar reda på hur kunden tänkt sig förmedlingen kan många sådana situationer undvikas.

7 Svårigheter i arbetet

Det är svårt att sammanställa svaren från mäklarbyråerna eftersom svarsfrekvensen på kundundersökningarna inte redovisas. Det presenteras ingen statistik på hur många som faktiskt svarar på mäklarnas undersökningar. Mäklare 4 svarar dessutom att det är enkelt att manipulera svaren genom att plocka bort en mailadress till någon som inte varit nöjd, så att den personen inte deltar i utvärderingen.

8 Förslag till fortsatta studier

De flesta köpare i undersökningen anser sig nöjda med mäklarens insats och samtliga skulle kontakta mäklaren vid en eventuell försäljning, medan säljarna är mer tveksamma. I studien framgår att mäklarna kontaktat fler köpare efter avslutad affär än säljare. Påverkar detta köparens/säljares inställning? Görs detta medvetet från mäklare, då köparen på sikt är en potentiell säljare medan säljaren är ett avslutat kapitel?

Samtliga säljare är missnöjda med arvodets i förhållande till mäklarens insats. Det framgår dock inte om det beror på att mäklaren gjort ett dåligt jobb, eller på arvodets storlek i allmänhet. Anser säljaren att det var en orimligt stor summa, oavsett hur bra mäklaren presterade? Hade säljaren orimligt stora förväntningar på mäklarens roll i förmedlingsprocessen?

De som svarat på mäklarnas undersökningar är till stor del nöjda. Det vore intressant att se om det är mestadels köpare eller säljare som svarar, då man med utgångspunkt från studien kan anta att svaren skiljer sig.

Källförteckning

Tryckta källor:

1. Bryman, Alan (2002). Samhällsvetenskapliga metoder. Malmö: Liber.
2. Eliasson, Annika (2010) Kvantitativ metod från början. Lund, studentlitteratur AB
3. Jingryd, Ola & Segergren, Lotta (2009). Fastighetsförmedling. Solna: Mäklarsamfundetservice i Sverige AB

Artiklar:

1. Bratt, Johan (2002). Fastighetsmäklare – nya drömjobbet. [Elektronisk] Aftonbladet, 30 maj.
<http://www.aftonbladet.se/bostadinredning/article10281404.ab>
Tillgänglig: (2012-05-16)
2. Fastighetsbyrån (2010). Lågt förtroende för fastighetsmäklare [Elektronisk].
<http://www.fastighetsbyran.se/Pressrum/Pressmeddelanden/2010/Fortroende/>
Tillgänglig: (2012-05-07).
3. Karlson, Ulf & Svärdkrona, Zendry (2009) Så mycket tjänar din fastighetsmäklare.[Elektronisk] Aftonbladet, 22 oktober.
<http://www.aftonbladet.se/nyheter/article12064466.ab>
Tillgänglig: (2012-05-16)
4. Mäklare tar betalt för osåld bostad. (2012) [Elektronisk] Expressen, 9 februari.
<http://www.expressen.se/nyheter/maklare-tar-betalt---for-osald-bostad/>
Tillgänglig (2012-05-16)
5. Parmler, Johan (2011). Pressinformation Bolån, Privatlån, Sparande och Fastighetsmäklare 2011 enligt Svenskt Kvalitetsindex (Elektronisk).
http://www.kvalitetsindex.se/images/stories/Results/2010/SKI_om_lan_sparande_fmaklare_11.pdf
Tillgänglig: (2012-05-13)
6. Rekordmånga mäklare varnade. (2012).[Elektronisk] Expressen, 3 januari.
<http://www.expressen.se/ekonomi/rekordmanga-maklare-varnade/>
Tillgänglig: (2012-05-16).
7. Wörmann, Claudia (2006). *Tilläggsjänster hos mäklare* [Elektronisk]
<http://www.maklarsamfundet.se/upload/Start/Pdf/Fakta%20&%20Publikationer/Kringtj%C3%A4nster2006SynnovateTEMO.pdf>
Tillgänglig: (2012-05-07)

8. Öhrn, Titti (2008), *Med en myt som närmaste kollega!* (Elektronisk)
<http://www.maklarsamfundet.se/upload/Köpa%20&%20sälja/Pdf/0802%20Med%20en%20myt%20som%20närmaste%20kollega.pdf>
Tillgänglig: (2012-05-13)

Internet:

1. <http://www.erasweden.com/sv/Salja-bostad-hos-ERA/Nojdast-kunder-2010/>
Tillgänglig: (2012-05-17)
2. <http://www.husmanhagberg.se/Om-oss/Nojda-kunder/>
Tillgänglig: (2012-05-17)
3. <http://www.maklarhuset.se/Om/SKI11.aspx>
Tillgänglig: (2012-05-17)
4. <http://maklarkvitter.se/bakgrund/>
Tillgänglig: (2012-05-17)

A. Frågor till grupp 1

Personer som inte haft en kundrelation till mäklare de senaste 10 åren.

Presentation

Jag heter Stina Major och studerar till fastighetsmäklare vid Högskolan Väst i Trollhättan.

Syftet med studien

Just nu skriver jag mitt examensarbete inom ämnet fastighetsförmedling med fokus på förtroendet för fastighetsmäklare. Jag är intresserad av din syn på mäklare och vad detta baseras på.

Ditt deltagande är frivilligt, men för att resultatet av undersökningen ska bli så tillförlitligt som möjligt är dina svar viktiga.

Intervjun tar ca 20 minuter och all information som jag får kommer att redovisas anonymt.

Intervjuns upplägg

Frågorna ställs och besvaras muntligen, svaren skrivs ned och kommer att citeras i arbetet.

Vid vissa frågor är svaren graderade 1-5 där 1 är lågt och 5 är högt, välj det alternativ som du anser passar bäst in på dig.

En del frågor besvaras med hjälp av fem svarsalternativ, andra med ja/nej. Några frågor är menade att få den intervjuade att motivera sitt graderade svar från 1-5 eller ja/nej på föregående fråga.

1. På skalan 1-5, hur är ditt förtroende för mäklare i allmänhet?

1 2 3 4 5

2. Vad baserar du det på?

3. På skalan 1-5, hur väl anser du att du har kunskap om vad en mäklare gör?

1 2 3 4 5

4. Om du skulle sälja idag, skulle du anlita mäklare då?

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

5. Hur skulle du välja mäklare?

Svarsalternativ: slumpen, bekantas rekommendationer, personliga kontakter, bankens tips, övrigt

6. Vad anser du att mäklare skulle kunna göra för att öka din trygghet och ditt förtroende för branschen?

7. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

8. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu?

9. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej).

Svarsalternativ: ja/nej/vet ej

B. Frågor till grupp 2

Personer som anlitat mäklare för att sälja sin bostad det senaste året.

Presentation

Jag heter Stina Major och studerar till fastighetsmäklare vid Högskolan Väst i Trollhättan.

Syftet med studien

Just nu skriver jag mitt examensarbete inom ämnet fastighetsförmedling med fokus på förtroendet för fastighetsmäklare. Jag är intresserad av din syn på mäklare och vad detta baseras på.

Ditt deltagande är frivilligt, men för att resultatet av undersökningen ska bli så tillförlitligt som möjligt är dina svar viktiga.

Intervjun tar ca 20 minuter och all information som jag får kommer att redovisas anonymt.

Intervjuns upplägg

Intervjun är uppdelad i olika steg, som en förmedlingsprocess och kommer ha rubrikerna: innan försäljning, under försäljning, efter försäljning.

Frågorna ställs och besvaras muntligen, svaren skrivs ned och kommer att citeras i arbetet.

Vid vissa frågor är svaren graderade 1-5 där 1 är lågt och 5 är högt, välj det alternativ som du anser passar bäst in på dig.

En del frågor besvaras med hjälp av fem svarsalternativ, andra med ja/nej. Några frågor är menade att få den intervjuade att motivera sitt graderade svar från 1-5 eller ja/nej på föregående fråga.

Innan försäljningen

1. På skalan 1-5 hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet, innan du sålde?

2. Vad baserade du det på?

**3. Som säljare, vad var det som gjorde att du valde just den mäklare som du valde?
Svarsalternativ; slumpen, bekantas rekommendationer, personliga kontakter, bankens tips och övrigt.**

4. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?

Under försäljningen

5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?

6. Finns det någonting som du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?

Efter försäljningen:

7. På skalan 1-5, Hur trygg kände du dig med din mäklare under försäljningsprocessen?

8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?

Svarsalternativ: ja/nej/vet ej.

9. Skulle du välja samma mäklare igen vid en eventuell försäljning?

Svarsalternativ; ja/nej/vet ej

10. Varför/varför inte?

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?

12. På skalan 1-5, som säljare, hur relevant känner du att mäklarens arvode var förhållande till dennes arbetsinsats?

13. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär? Ja/nej.

14. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

15. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

16. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu?

17. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej).

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

18. Om du svarade ja på fråga 17, minns du vad det handlade om?

C. Frågor till grupp 3

Personer som köpt bostad via mäklare för mindre än 1 år sedan.

Presentation

Jag heter Stina Major och studerar till fastighetsmäklare vid Högskolan Väst i Trollhättan.

Syftet med studien

Just nu skriver jag mitt examensarbete inom ämnet fastighetsförmedling med fokus på förtroendet för fastighetsmäklare. Jag är intresserad av din syn på mäklare och vad detta baseras på.

Ditt deltagande är frivilligt, men för att resultatet av undersökningen ska bli så tillförlitligt som möjligt är dina svar viktiga.

Intervjun tar ca 20 minuter och all information som jag får kommer att redovisas anonymt.

Intervjuns upplägg

Intervjun är uppdelad i olika steg, som en förmedlingsprocess och kommer ha rubrikerna: innan försäljning, under försäljning, efter försäljning.

Frågorna ställs och besvaras muntligen, svaren skrivs ned och kommer att citeras i arbetet.

Vid vissa frågor är svaren graderade 1-5 där 1 är lågt och 5 är högt, välj det alternativ som du anser passar bäst in på dig.

En del frågor besvaras med hjälp av fem svarsalternativ, andra med ja/nej. Några frågor är menade att få den intervjuade att motivera sitt graderade svar från 1-5 eller ja/nej på föregående fråga.

Innan köpet

1. På skalan 1-5, hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet innan du köpte?
2. Vad baserade du det på?
3. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?

Under köpet

4. På skalan 1-5, hur upplevde du som blivande köpare det första mötet med mäklaren?

5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?

6. Finns det någonting du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?

Efter köpet

7. På skalan 1-5, hur trygg kände du dig med din mäklare under köpprocessen?

8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

9. Skulle du välja samma mäklare vid en eventuell försäljning? Ja/nej/vet ej.

10. Varför/varför inte?

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?

12. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär?

Svarsalternativ: Ja/nej

13. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

14. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

15. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu?

16. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media?
(Reklam samt annonser räknas ej)

Svarsalternativ: ja/nej/vet ej

D. Frågor till mäklarfirmor

Intervjuer med mäklare aktiva i Mjölby.

Här har fem mäklarfirmor tillfrågats att ställa upp på intervjuer angående sina egna mätningar av kundnöjdhet.

Presentation

Jag heter Stina Major och studerar till fastighetsmäklare vid Högskolan Väst i Trollhättan.

Syftet med studien

Just nu skriver jag mitt examensarbete inom ämnet fastighetsförmedling med fokus på förtroendet för fastighetsmäklare. Jag är intresserad av att få reda på hur ni mäter kundnöjdhet på ert företag och skulle vilja ställa några frågor.

Ditt deltagande är frivilligt, men för att resultatet av undersökningen ska bli så tillförlitligt som möjligt är dina svar viktiga. All information som jag får kommer att redovisas anonymt i mitt arbete och det är bara jag som vet vad ni svarat. Om det är av intresse för er får ni gärna ta del av mitt arbete efter mitt framläggande i juni.

Gör ni regelbundna undersökningar om kundnöjdhet?

När gjordes det senast?

Tillfrågas alla kunder eller har ni något annat system för att välja ut vilka som ska tillfrågas?

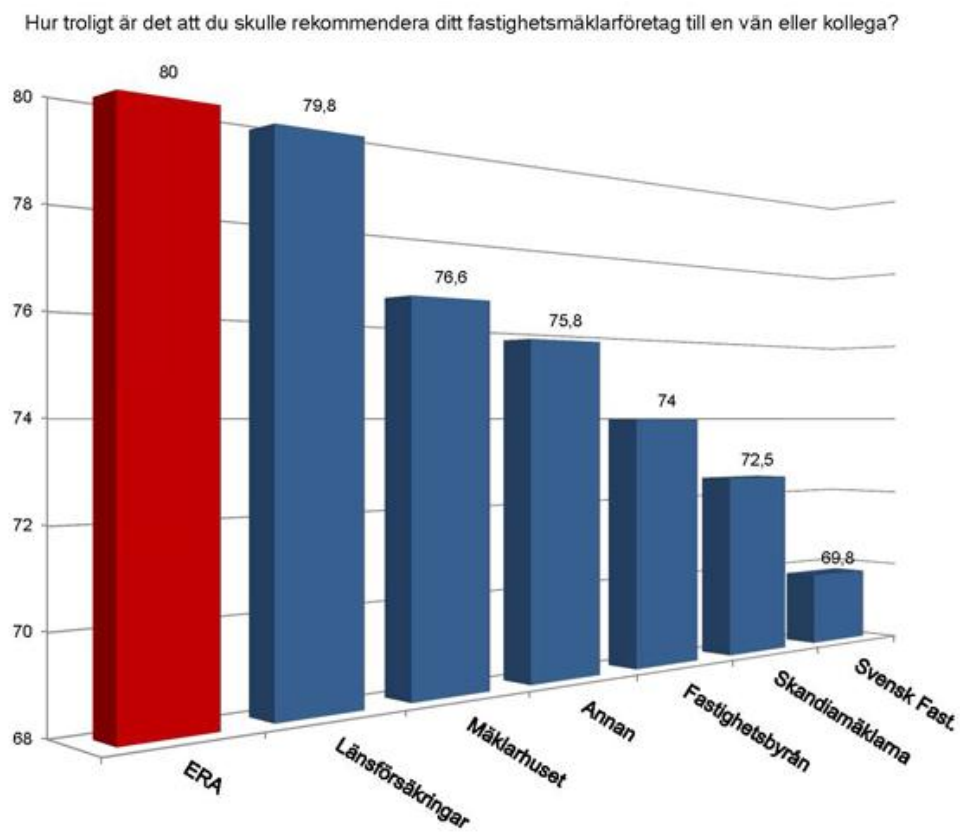
Vad ställer ni för frågor?

Hur sammanställer ni detta?

Gör ni någon uppföljning internt?

E. Eramäklarnas statistik från Svenskt kvalitetsindex

Publiceras med tillåtelse av Svenskt Kvalitetsindex.



Källa: Svenskt Kvalitetsindex

F. Frågor och svar, grupp 1

1. På skalan 1-5, hur är ditt förtroende för mäklare i allmänhet?

Två personer svarade fyra, den tredje svarade tre.

2. Vad baserar du det på?

”Rykten och bekantas upplevelser som de berättat om.”

”Jag är nog ganska godtrogen.”

”Man hör ju hur folk man känner pratar.”

3. På skalan 1-5, hur väl anser du att du har kunskap om vad en mäklare gör?

Två personer svarade tre, en svarade två.

”Det ska ju alltid göras om säger de, bytas golv och tapetseras och det ska ändras massor innan man kan sälja. Sådant håller de på med.

4. Om du skulle sälja idag, skulle du anlita mäklare då?

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

Två personer svarade ja och en svarade vet ej, de motiverade sina svar på följande sätt:

”Ja, skulle inte vilja sälja själv!”

”Tveksamt.”

5. Hur skulle du välja mäklare?

Här angavs fem svarsalternativ; slumpen, genom bekantas rekommendationer, personliga kontakter, banken eller övrigt.

Samtliga svarade att de skulle gå på bekantas rekommendationer.

6. Vad anser du att mäklare skulle kunna göra för att öka din trygghet och ditt förtroende för branschen?

”Ingen aning.”

”Vet faktiskt inte, har man mer kontakt med mäklare och är insatt har man nog bättre koll.”

”De kan vara öppnare, inte vara sådana modelejon. De kommer in och betar sig som de äger huset och har sina fina kläder. De behöver en annan attityd och vara mer nedtonade, mer ödmjuka. Och de behöver kunna läsa av sina kunder.”

7. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

”Massor. Det är från fyra olika firmor, och ifrån bankerna i Mjölby.”

”Ja, någon gång i halvåret, främst från en firma. Jag tycker det är ganska bra.”

”Ja, lite. Men vi har även fått privata meddelanden från folk som vill att vi ska höra av oss om vi ska sälja, såna som gillar läget. Det är väl bara bra.”

8. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu (5st enligt hemnet.se)?

”Nej, men 5-10 kanske?”

”Nja, 5?”

”Gissar på 5.”

9. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej).

Svarsalternativ; ja/nej/vet ej

En person svarade ja, en svarade nej och den tredje svarade vet ej.

(Vet ej) ”Inte vad jag tänkt på.”

10. Minns du vad det handlade om?

(Ja) ”Något granskande, typ kalla fakta. Om folk som blir lurade.”

G. Frågor och svar, grupp 2

Innan försäljning

1. På skalan 1-5 hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet, innan du sålde?

En person svarade två, en svarade fyra och de övriga två svarade tre.

2. Vad baserade du det på?

”Mäklare vill bara ha in affärer och tjäna pengar.”

”Jag hade köpt av samma mäklare, och var nöjd då.”

”Har aldrig haft någon kontakt med mäklare innan, men Mjölby är så litet så man vet vilka som jobbar och har hört rykten och omdömen om dem på stan.”

”Det finns många som luras, men de här omkring verkar bra.”

3. Som säljare, vad var det som gjorde att du valde just den mäklare som du valde? Här angavs fem svarsalternativ; slumpen, bekantas rekommendationer, personliga kontakter, bankens tips och övrigt.

Tre personer svarade personliga kontakter, en svarade övrigt.

Två av de tre som svarat personliga kontakter angav att det var genom tidigare köp/försäljningar med samma mäklare som gjorde att de valde att kontakta denne igen.

Den tredje sa att det var en ”bra deal” som varit avgörande, och att denna uppkom i samband med köpet av en ny bostad.

Svaret övrigt motiverades med att det varit via revisionsbyrån som man kommit i kontakt med mäklaren.

4. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?

En person svarade två, en svarade fyra och de övriga två svarade tre.

”Jag har dålig koll på vem som ansvarar för vad, har aldrig varit insatt i en försäljning innan.”

Under försäljning

5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?

Två personer svarade ett, en svarade fyra och en svarade fem.

”Jag fick ingen information alls, jag fick själv ringa och fråga och kände mig tjatig.”

6. Finns det någonting som du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?

”Han kunde varit mer kundorienterad, han kändes nonchalant och gav dåligt eller ingen information om saker. Sa ofta att han skulle återkomma i eftermiddag vilket han aldrig gjorde. Lovade stort men höll inget av det och det kändes som han drog ut på försäljningen och lät det ta onödigt lång tid.”

”Det kändes som mycket snack men lite verkstad. Dålig på att informera och det kändes som han jobbat för länge och inte riktigt brydde sig. Det var bara en dag på jobbet för honom men för oss var det ju en stor händelse.”

”Han kunde tagit mindre betalt.”

”Ja, jag fick laga toalett och ett staket efter kontraktsskrivningen (trasiga vid visningen) eftersom mäklaren sagt till köparna att jag skulle ordna med det. Det hade han inte informerat mig om.”

Efter försäljning

7. På skalan 1-5, Hur trygg kände du dig med din mäklare under försäljningsprocessen?

Samtliga tillfrågade svarade 4.

8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?

Svarsalternativ: ja/nej/vet ej.

Två valde att svara nej och två svarade vet ej.

”Nej Gud nej, aldrig i livet.”

”NEJ!”

”Det är nog 50/50, det är en liten stad och det var en liten lättsåld lägenhet.”

”Kanske, fördelen med mäklare är ju att man själv slipper sköta marknadsföringen och alla kontakter, men gör man det själv har man ju bättre kontroll hela vägen.”

9. Skulle du välja samma mäklare igen vid en eventuell försäljning? Svartalternativ; ja/nej/vet ej

Två personer svarade nej, och två svarade vet ej. Ingen svarade ja.

10. Varför/varför inte?

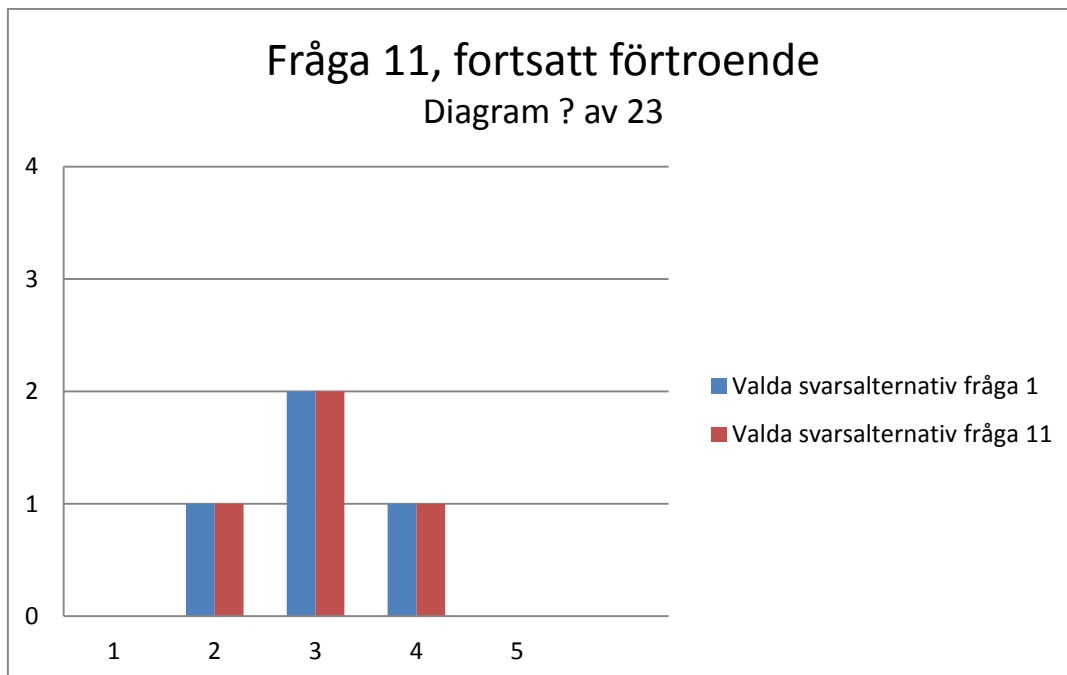
”Var tveksam redan innan förra försäljningen, och han har inte övertygat mig nu heller.”

”Absolut inte! Skulle inte rekommendera honom till någon. Han var slarvig och ointresserad.”

”Kanske, det är så mycket mark och skog på min fastighet nu, och han är nog mer inriktad på villor och lägenheter så jag skulle nog vända mig till nån med mer kunskap. Skulle jag sälja bara huset kanske jag skulle anlita honom.”

”Tveksamt, dels på grund av reparationer som jag får stå för som jag inte räknat med, men även att han inte gav ett bra intryck.”

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?



12. På skalan 1-5, som säljare, hur relevant känner du att mäklarens arvode var förhållande till dennes arbetsinsats?

En person svarade ett, en svarade två och de övriga två svarade tre.

13. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär? Ja/nej.

En person svarade ja, resterande tre svarade nej.

14. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

”Vara tydligare. Vad kommer hända, vad ska göras, vad är köpare/säljare/mäklares ansvar. Ha tydligare prisuppgifter och vara mer precis i sin prissättning (arvode).”

”Vara lite mer mänsklig, har man jobbat för länge med samma saker får man dålig förståelse för kunderna.”

”Vara mer öppen, informera mer. Som i mitt fall när han inte förklarade hur det går till med handpenningen, en vecka efter att den sattes in till honom visste jag fortfarande inte om/hur jag skulle få den.”

”Han kunde brytt sig mer om oss som personer, varit mer öppen och informerat bättre.”

15. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

”Jag vet faktiskt inte om vi fått någon reklam, bortsett från bostadsannonserna i tidningen då. Det är väl bara bra att man kan ha lite koll på vem man kan anlita.”

”Ja, en firma har delat ut att dom sålt i vårt område. Jag ser det som positivt, man har lite koll på området och vad som händer.”

”Nej, det har jag inte. Jag tycker reklam är jobbigt, oavsett vem den kommer ifrån.”

”Ja, nu har vi sålt i din förening. Det är nog varken positivt eller negativt, men det måste ju pricka in exakt rätt tidsmässigt om det ska ge effekt.”

16. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu? (5st enligt hemnet.se)

”4-5?”

”Gissar på 4.”

”5 kanske?”

”4-5”

17. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej).

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

En svarade vet ej, en svarade ja och två svarade nej.

”Nej, inte om mäklare specifikt men om bostadsmarknaden i allmänhet står det ju en del.”

18. Om du svarade ja på fråga 17, minns du vad det handlade om?

”Ja, i tidningar. Har läst om varnade mäklare i Aftonbladet, jag antar att man är mer mottaglig när man själv är inne i det.”

H. Frågor och svar, grupp 3

1. På skalan 1-5, hur var ditt förtroende för mäklare i allmänhet innan du köpte?

Samtliga svarade tre.

2. Vad baserade du det på?

”Har både bra och dåliga erfarenheter från tidigare kontakter med mäklare.”

”Har ganska liten erfarenhet, men överlag en positiv bild av mäklare genom de visningar vi varit på”

”Hade ingen riktig uppfattning då jag själv inte hade varit i kontakt med denna yrkesgrupp. Hade väl hört både en del positivt och en del negativt och därför hamnar graderingen på en 3:a.”

3. På skalan 1-5, hur väl ansåg du, innan försäljningen att du hade kunskap om vad en mäklares roll är i försäljningsprocessen?

Två personer svarade tre, en svarade fyra.

Under köp

4. På skalan 1-5, hur upplevde du som blivande köpare det första mötet med mäklaren?

En person svarade två, en svarade tre och en svarade fyra.

”Första mötet var med "fel" mäklare då rätt mäklare inte hade möjlighet att vara med på visningen. Han hade därför inte koll på vart tvättstugan fanns, och andra detaljer gällande nuvarande ägare (hur länge de hade bott), vad som var gjort senaste åren invändigt m.m. Hade vi fått träffa "rätt" mäklare från början hade han fått en 4:a.”

5. På skalan 1-5, hur väl anser du att du som säljare kontinuerligt blev informerad om var i processen ni befann er?

Här valde två personer att svara 4 och den tredje svarade 5.

6. Finns det någonting du skulle vilja att mäklaren gjorde annorlunda?

”Nej, jag är nöjd som det var”

”Nej, egentligen inte. Han kunde inte allt om huset men tog reda på det vi frågade efter och återkom.”

”Det hade väl som sagt varit att få träffa "rätt" mäklare från början.”

Efter köp

7. På skalan 1-5, hur trygg kände du dig med din mäklare under köpprocessen?

En svarade fyra, de övriga två svarade fem.

8. Skulle du känna dig lika trygg utan mäklare?

Svarsalternativ; Ja/nej/vet ej

Samtliga svarade nej, två med följande motiveringar:

”Nej, verkligen inte. Då ska man nog själv besitta ganska stor kunskap om juridiska dokument m.m. för att kunna sova lugnt på natten.”

”Nej, inte med ett hus.”

9. Skulle du välja samma mäklare vid en eventuell försäljning? Ja/nej/vet ej.

Samtliga svarade ja.

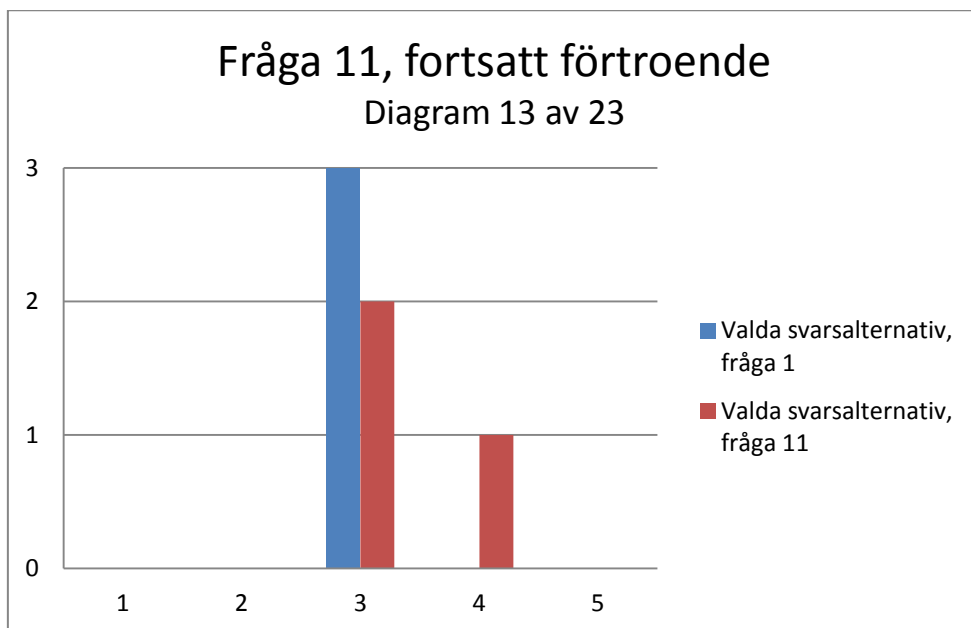
10. Varför/varför inte?

”Han var förtroendeingivande, ödmjuk, trevlig och verkade ha koll på saker och ting. Bra på att möta människor.”

”Familjen har haft samma mäklare flera gånger och det känns som vi har bra kontakt. Han kan huset sen vi köpte det.”

”Tack vare att han skötte affären vid köpet så fick vi en så bra insyn i hans arbetssätt och då han skötte sig exemplariskt så finns ingen anledning att chansa med annan mäklarbyrå. Man är smidig.”

11. Om vi återgår till fråga nummer ett, Innan du sålde, vad var ditt förtroende för mäklare? Där du svarade... skulle du sätta samma siffra nu efter avslutad affär?



12. Har du blivit kontaktad av mäklaren efter avslutad affär?

Svarsalternativ: Ja/nej

På den här frågan svarade två ja, och den tredje svarade nej.

”Han ringde. Lite svårt att minnas exakt vad han sa/frågade, men han gjorde nog en liten minienkät om sin insats. En utvärdering blandat med vad vi överlag tyckte om huset och eventuella förväntningar vi haft.”

”Dels fick vi en inflyttningspresent och dels har hans kollega som tog över efter att han slutade hört av sig för att "kolla läget" och även varit och värderat lägenheten.”

”Vi flyttade nyligen in så det har ju inte gått så lång tid.”

13. Vad anser du att mäklaren skulle kunnat göra för att öka ditt förtroende för branschen?

”Vet ej.”

”Han gjorde så gott han kunde. Vid ett tillfälle då vi hade möjlighet att bara sitta och småprata så var han väldigt öppen med branschens svagheter. Han dolde inte att det fanns myglare och försökte inte försköna något. Men han hade vårt fulla förtroende och ärligheten var positiv.”

”Precis som med andra yrken där man är ganska "utelämnad" det vill säga inte själv har koll på hur alltid ska, bör, kan, förväntas göras blir det väldigt personstyrkt. Men en bra mäklare i

mina ögon är en mäklare som är kunnig, dels om objektet han/hon säljer och alla sådana bitar, men även hela tiden informerar om vad som händer i processen, har en tät kontakt med köpare/säljare, är opartisk (ser till både köparens och säljarens bästa) och som är engagerad.”

14. Har du fått direktreklam från mäklarfirmor i Mjölby de senaste 6 månaderna, hur mycket/hur ofta? Minns du från vem? Ser du detta som positivt eller negativt?

”Nej inte vad jag minns. Det är väl varken eller.”

”Ja ett par från två olika firmor. Reklam som reklam.”

”Kommer lite titt som tätt. Fått från fyra olika tror jag. Läser den reklamen lika noga som all annan reklam, väldigt hastigt eller inte alls. Men visst de befäster ju sina varumärken genom att synas.”

15. Vet du hur många mäklarfirmor det finns i Mjölby just nu? (5 enligt hemnet.se)

”Nej.”

”Nej, men tror det kan ligga på ca 4 större firmor. Har sämre koll nu än när man var mer aktiv och letade.”

”Nej, jag har ingen aning.”

16. Har du de senaste 6 månaderna hört eller sett något om mäklare i media? (Reklam samt annonser räknas ej) Ja/nej

Samtliga svarade nej.

I. Frågor och svar, mäklarfirmor

Gör ni regelbundna undersökningar om kundnöjdhet?

När gjordes en undersökning av det senast?

Hur väljer ni ut vilka som tillfrågas i undersökningen?

Vilka frågor ställdes i undersökningen?

Hur sammanställer ni svaren?

Hur har ni bearbetat svaren/resultaten av undersökningen internt?

Mäklarfirma 1

”Kundnöjdheten mäts centralt via vårt huvudkontor. Underlaget bygger på att vi i vårt mäklarsystem skrivit in mailadress till köpare och säljare och sedan ställer CK [Centralkontoret, författarens anmärkning] frågorna centralt hela tiden.

Svaren får vi via vårt interna mäklarsystem. Kontoret får redovisat en procentsats på utfallet. Direkt när man går in från kontoret ser vi vårt nöjdkundindex samt riksgenomsnittet. Om siffran skulle se för dålig ut får vi diskutera om vi kan arbeta på något annat sätt.

Vid regionsträffar tar regionchefen också då och då upp våra siffror för redovisning. Vi har hela tiden haft bra kundnöjdhet och har t o m fått ovationer för vårt bra resultat.

Men... Vi arbetar dock hela tiden med detta framför ögonen!”

Mäklarfirma 2

”Vi har ett automatiskt frågeformulär som går ut till alla säljare och köpare.

Flera av frågorna handlar just om nöjdheten och förtroendet för mäklaren.

Vi har även en fråga där vi undrar om de kan tänka sig att rekommendera oss till vänner och bekanta. Vi själva kan se alla svaren, samt en sammanställning över varje mäklare. Därigenom får vi sedan ett totalt resultat även för hela kontoret.

Fungerar mycket bra, och jag som ägare till en butik kan se om någon av mäklarna upplevs sämre på något eller bättre på något.

Ett mycket bra instrument för både min del och för den enskilde mäklaren.”

Mäklarfirma 3

”Vi skickar ut en enkät (via mail i de flesta fallen) till alla köpare och säljare efter avslutad affär. Svaren sammanställs i vårt system Vitec säljstöd och ska därefter bearbetas av varje mäklare. Här får du reda på vad du gjort bra eller mindre bra och man får tillfälle att snabbt ringa upp kunder som lämnat synpunkter i efterhand. Med andra ord är undersökningen av kundnöjdhet ständigt pågående och det görs inget urval utan alla våra kunder tillfrågas. Jag brukar även slå en signal till mina kunder ett par månader efter tillträdet för att stämma av om de trivs med sina nya bostäder (vilket brukar vara uppskattat). ”

Mäklarfirma 4

”Det fungerar så att vid varje tillträde så skickas en frågeenkät ut till köparna och säljarna via mail (så om de inte har en mail registrerad i SFD så får de ingen enkät). Svaren går inte till oss utan något företag som sammanställer det till rapporter.

Detta sker automatiskt och vi har egentligen ingenting med det att göra. Svaren kan vi gå in och kolla via vårt intranät och där uppdateras informationen automatiskt så fort ett svar har kommit in.

Så för att sammanfatta dina frågor lite.

1. Man kan väl säga att det är regelbundet då det sker kontinuerligt över året.
2. Återigen så sker undersökningen kontinuerligt, så det finns inget direkt tillfälle.
3. Det blir alla köpare och säljare som kommer till ett tillträde. Detta betyder dock att missnöjda kunder som säger upp avtal eller hus som inte blir sålda etc. inte kommer med i statistiken.

Eftersom de också måste ha email så försvinner en del äldre personer. Det finns också möjlighet att utnyttja systemet genom att ta bort mailadressen till kunder som du vet är missnöjda.

4. Det är typ 14 frågor, och det är jobbigt att skriva av dem.
5. Svaren sammanställs i rapporter som finns på intranätet, vi själva rör aldrig svaren så vi har ingen möjlighet att sortera eller mixtra med dem. Svaren kommer både i tabell och i diagramform.
6. Vi brukar gå igenom föregående års svar i början av året när det finns en ordentlig bas att gå på. Då har vi möten med varje enskilt kontor (svaren är uppdelade kontorsvis för oss) för att se vad som har förändrats sedan föregående år och vad som kan göras bättre och vad som var bra.”