



Svensk Fastighetsförmedling



22-01-26

Skapa tillväxt och få hävstång på digitaliseringens möjligheter

Liza Nyberg



Svensk
Fastighetsförmedling

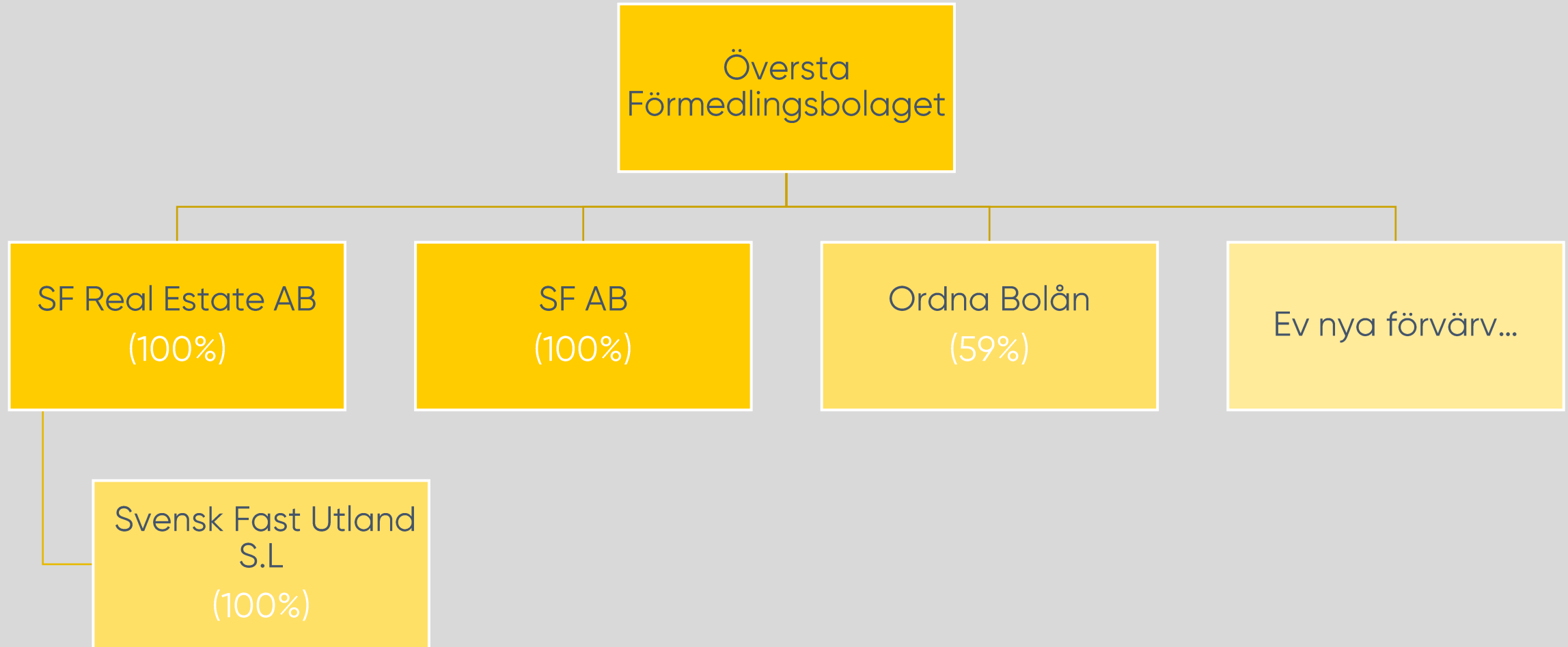
Agenda

1. Why
2. Strategi
3. Nuläge
4. Transformationsresa
5. Breddat erbjudande
6. Förvärv/Organisk tillväxt



“Vi skapar ett hållbart boendeliv
genom att sammanföra drömmar
och förhoppningar för de många
människorna”

– Vision ÖF 2023



Strategi 2025

Vision

Organisation och
företagskultur

1 8 2

Växa organiskt med
nya egna bolag

6 4 2

Vårt WHY:
Att skapa ett
hållbart
boendeliv

*"Vi skapar ett hållbart
boendeliv genom att sammanföra drömmar och
förhoppningar för de många människorna"*

Mål

Utveckla den befintliga affären och öka omsättningen. Ha god lönsamhet i ÖF. Bredda koncernen genom uppköp och organisk tillväxt. Marknadens mest nöjda kunder och engagerade medarbetare. Äga begreppet hållbart boendeliv.

Strategiskt fokus

1

Nya tjänster över
hela boendelivet.

2

Nya tillväxtområden
genom inkubation,
med fokus på
hållbarhet.

3

Bli den naturliga
referenspunkten
för hållbarhets-
frågor inom
boendelivet.

4

Nya kanaler och
marknader.

5

Bli bäst på att
använda data

Ta tillvara på vår
stora data tillgång

5 2 7

Utveckla begreppet
hållbart boendeliv

3 8 1

Uppköp och
sammanslagning

4 8 5

Fundament

6

Öka omsättning och lönsamhet i den befintliga affären, i FT-ledet, samt skapa nya intäktsströmmar.

7

Öka förmågan att förstå och att skapa värde av våra stora datatillgångar.

8

Bli den mest attraktiva arbetsgivaren för befintlig och ny talang. Genom ökat engagemang ökar vi förändringsviljan.

Utveckla den
befintliga affären

6 5 1

Mål Översta Förmedlingsbolaget

Bredda affären genom ny intäcksströmmar

Lönsam tillväxt

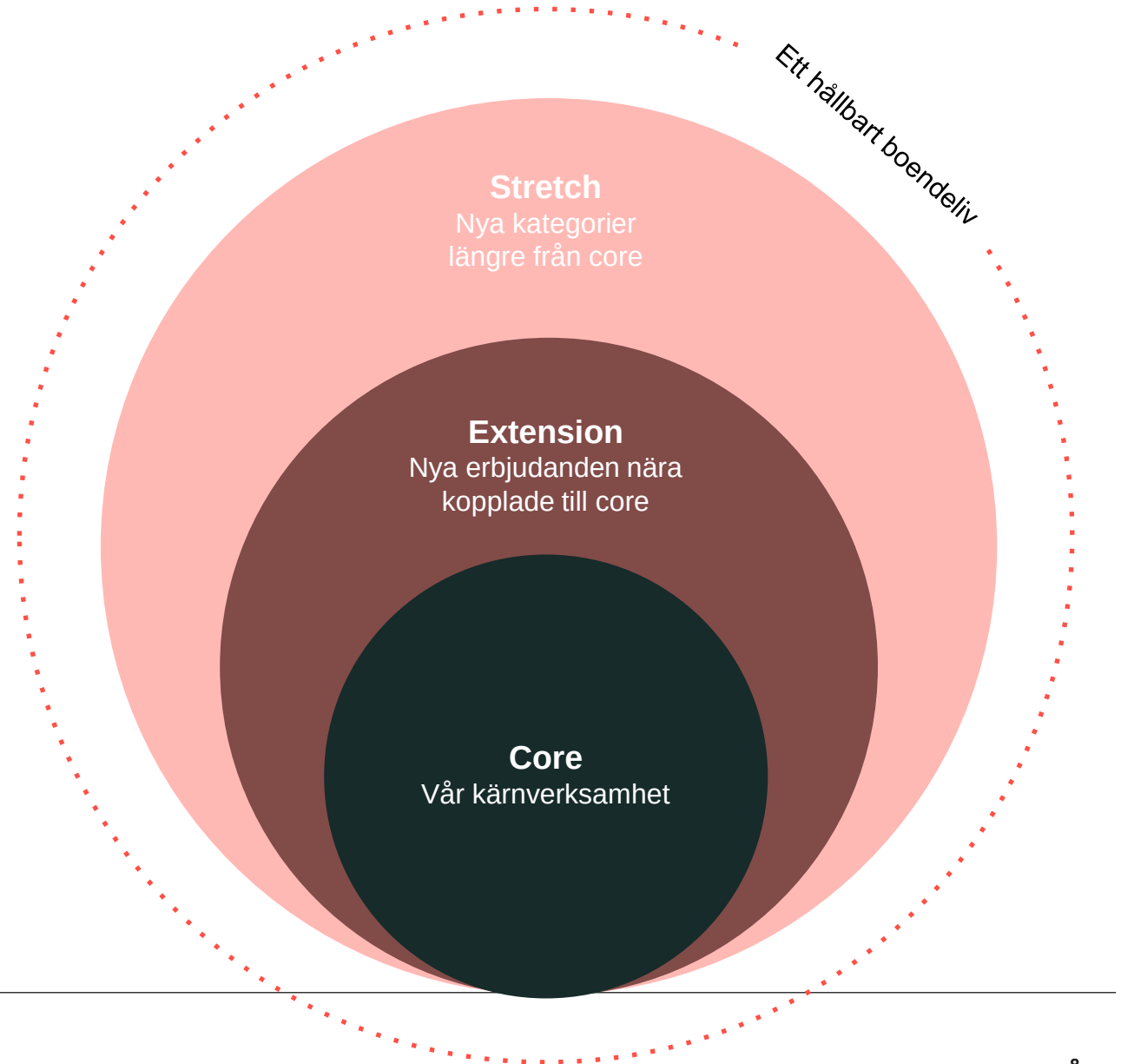
Marknadens mest nöjda kunder

Mest engagerade medarbetare



Visionen fungerar guidande för arenan

Utgångspunkten för att skapa arenan är att låta Översta Förmedlingsbolagets vision, "Vi skapar ett hållbart boendeliv..." guida i vilken värld vi ska verka inom.



Vi skapar ett hållbart boendeliv

Genom livets alla faser

- Hjälpa konsumenterna genom deras liv från första till sista boende
- Hållbart boende som är anpassat till mitt liv
- Vi är med under hela kundresan från första bostaden till den sista
- Att med trygghet, kunskap och långsiktighet hjälpa människor under alla faser
- Hjälper speciellt vid köp- och säljfaserna i livet
- Vårda och ta hand om ditt hem, under hela livet

Ett brett erbjudande utanför, men kopplat, till boendet

- Ett "liv" som går utanför bara boendet men kopplat till det
- Handlar om detaljerna: allt från Anticimex till vilken förskola man ska välja
- Från hårda fakta till personligt välmående
- Förenklar vardagen på ett smidigt sätt som håller i längden
- Ta del av den lokala utvecklingen, trivsamt och hållbart
- Mer emotionella tjänster

Skapa som nyckelord

- Vi tillför något, vi visar *hur* du kan få ett hållbart boendeliv
- Vi möjliggör för våra kunder

Holistisk hållbarhet

- Hållbart = miljö/ klimat och hälsa
- Hållbart utifrån miljö, själen, hälsan, balans i livet
- Ekonomisk hållbarhet, trygghet och miljö
- Besvärsfrihet, seamless, hållbart ur stora aspekter i livet

Sammanföra drömmar och förhoppningar

Individuella förutsättningar

- Att göra det möjligt för alla att hitta något att tycka om
- Individuella förutsättningar
- Vi hjälper konsumenterna till ett bättre boende utifrån konsumentens förutsättningar
- Hjälpa människor till ett boendeliv som är anpassat för livssituationen
- Så kan de uppfylla sina drömmar om sin boendesituation
- Hjälpa människor att uppnå sina förhoppningar om boendesituationen

Bostadskarriär

- Erbjuder rådgivning
- Många drömmer om ett bättre boende
- Skapa bostadskarriär "mitt hem är min borg"

Kvalitativa tjänster

- Förmedling av kvalitativa tjänster, inte bara pris- och jämförelsetjänst
- Aktivt bidra till människors hem
- Besvärsfrihet för kunden

Möjliggöraren

- Möjliggöra och uppmuntra till drömmar
- Realisera drömmarna, föra drömmen närmare en förhoppning
- Visa på hur drömmen kan bli verklighet
- Vi hjälper kunden att förverkliga sina drömmar
- Drömmar = fantasi / Förhoppningar = realitet

För de många människorna

En bred målgrupp

- Vi riktar oss till en bred målgrupp
- Alla kan få/skapa ett hållbart boendeliv
- Olika lösningar för alla men utifrån deras förutsättningar
- Alla är inte lika
- Ej snobbigt
- Hela landet
- Vanliga människor
- Tiltala ett schysst medelvärde
- Inte begränsa till en liten utvald grupp

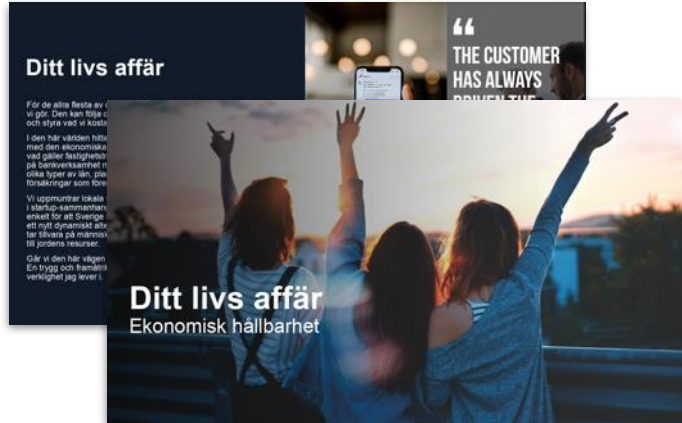
Olika erbjudande för olika segment

- För de flesta: olika erbjudande för olika segment
- Möta alla människor: olika bolag kan tillfredsställa olika behov
- Nischade erbjudanden tex storstad

Folkhemmet

- Tänker på IKEA och Folkhemmet
- Svenska folket är vår bas

Resultat från evalueringsövning på workshop 29/6



101
poäng



104
poäng



118
poäng



Vidareutveckling av den vinnande arenan:

Hemkänsla på dina villkor

En bostad är mer än ett hus eller en lägenhet. Det är en plats där du känner dig trygg, där dina och din familjs behov och önskemål styr, där du kan umgås med vänner och hämta kraft och inspiration – en plats där du mår bra och kan vara dig själv. Så vad är det då som skapar den här känslan? Som gör att fastigheten blir mer än ett boende. Som skapar ett tryggt, inspirerande och trivsamt hem?

Boendeytans rumsfördelning och karaktär förstås; kök, sovrum, öppna ytor, praktiska lösningar, fönster i rätt väderstreck, såpat furugolv, nyproduktion och sekelskifte.

Den personliga stil som berättar vem som bor där; färger, material, inredning, dofter och ljud.

Omgivningen är viktig; ostört, kontinentalt, ett stenkast ifrån nöjen, lekpark, kommunikationer, skog. En stadsdel att vara stolt över. En plats som säger nåt om mig som bor där. En stamkrog, en mataffär och en skraddare där jag är någon.

Hushållsnära tjänster som städning, teknisk support, hantverkare och läxläsning är en pusselbit i hemkänslan. Men också **guldkantade erbjudanden** som färska blommor varje fredag, tillgång till vinkällare, kock, balkonglådeservice, skraddarsydda resor och andra upplevelser med likasinnade.

Fysiskt och psykiskt välmående blir allt viktigare – sjuk-& friskvård, möjlighet att träna, tillgång till grönområden för rekreation, sociala träffpunkter, rum för ro och avkoppling eller din personliga livscoach.

Trygghet är fundamentalt; larm och lås, goda grannar, men också upplysta områden, säkra vägar och kommunikation som enkelt och smidigt tar dig dit du ska.

Hemkänsla handlar om inkludering och möjlighet att få sina **behov tillgodosedda**: Seniorområden eller områden där barnen står tydligt i centrum. Studentboenden där livet utgår ifrån en ung människas behov. Äldrevård vi alla vill åldras i.

Livet är en förändringsprocess och det som kändes som hemma igår, kan man växa ur i morgon. För att känna sig hemma över tid krävs därför möjlighet att växa eller krympa sitt boende. Hyra ut eller hyra till. Och när vi ändå håller på – varför begränsa sig till Sverige? Kanske känns borta mer hemma under en period. Att få hjälp att flytta till ett nytt äventyr kan vara det som ger en ny välkommen hemkänsla.

Man brukar säga att vi människor är lika. Lika olika. Att hitta hem är något vi alla strävar efter. Vad behöver du för att lyckas med det?

Lugna gatan Bekäma och trygghetssökande. Flyttar ofta, men yttre handlinger gör att de kan tvingas ändra på boendesituationen.	Sparsam i storstan 10%	Främst yngre i hyresrät, inte driva av att äga. Intresserade av att förbättra hemmet, men har ganska små resurser.	Låt stå! 7%	Kart äldre, oftast i hyresrätter i städer. Upplever att de har små möjligheter på bostadsmarknaden.	Hyresgränd Små möjligheter att påverka boendesituationen. Andra söker än boende står i centrum.	Medvetna hemstajlare 20%	Yngre i dyrare bostäder, främst i städer. Trendkänsliga och vill imponera på andra med sitt hem.	Familjen AB 15%	Ofta medelålders som bor relativt dyrt. Lever ett aktivt liv med många intressen. Vill skapa ett trivsamt hem för familjen.	Så här läser du segmentsbrädet De sju segmenten är utplacerade efter vilken potential SF har till att attrahera dem. De tre paren som ligger på samma "gata" har någon eller några centrala faktorer gemensamt. I varje "gata" finns en kort kommentar om segmentens potential. För de yngre segmenten indikeras också (p) hur de kan förhålla sig med tiden, och eventuellt bli del av ett annat segment.	Förslitna mittfäran 14%	Primärt äldre trygghetssökare som är rädda att göra fel och gärna tar hjälp, men har ganska små resurser.	Hantverksstigen Har pengar men tar helst inte hjälp: de sätter en stolhet i att göra så mycket de kan själva. Potentialen ligger i att erbjuda hjälp till självhjälp.

Segmenten med högst potential har varma färger

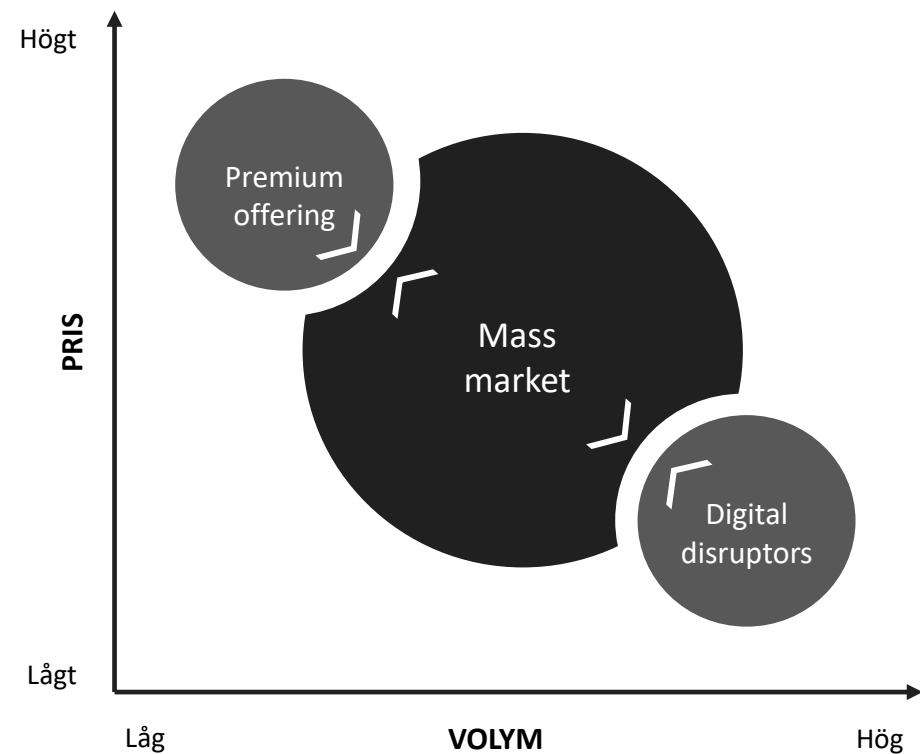
Det här är Boendelivet, ett sätt att visa segmentens potential, storlek och hur de förhåller sig till varandra

Låt stå!	Sparsam i storstan	Försiktiga mittfåran	Färdiga fixare	Nybyggare	Familjen AB	Medvetna hemstajlare
						
7%	10%	14%	18%	16%	15%	20%

-  Hög potential för **Svensk Fasts mäklari**
 Hög potential för **nya affärsområden**

En transformationsresa startat

Den befintliga kärnaffären är utsatt för press. Planen är att **genom innovation och utveckling bredda erbjudandet** och **stärka varumärket**. Och på så vis skapa nytt engagemang, nya intäkter och ny tillväxt.



Reviderad arena

Vi realiserar breddning genom en innovations-hub som, utifrån konsumenten, erbjuder en skalbar tjänst på tvären i breddning.

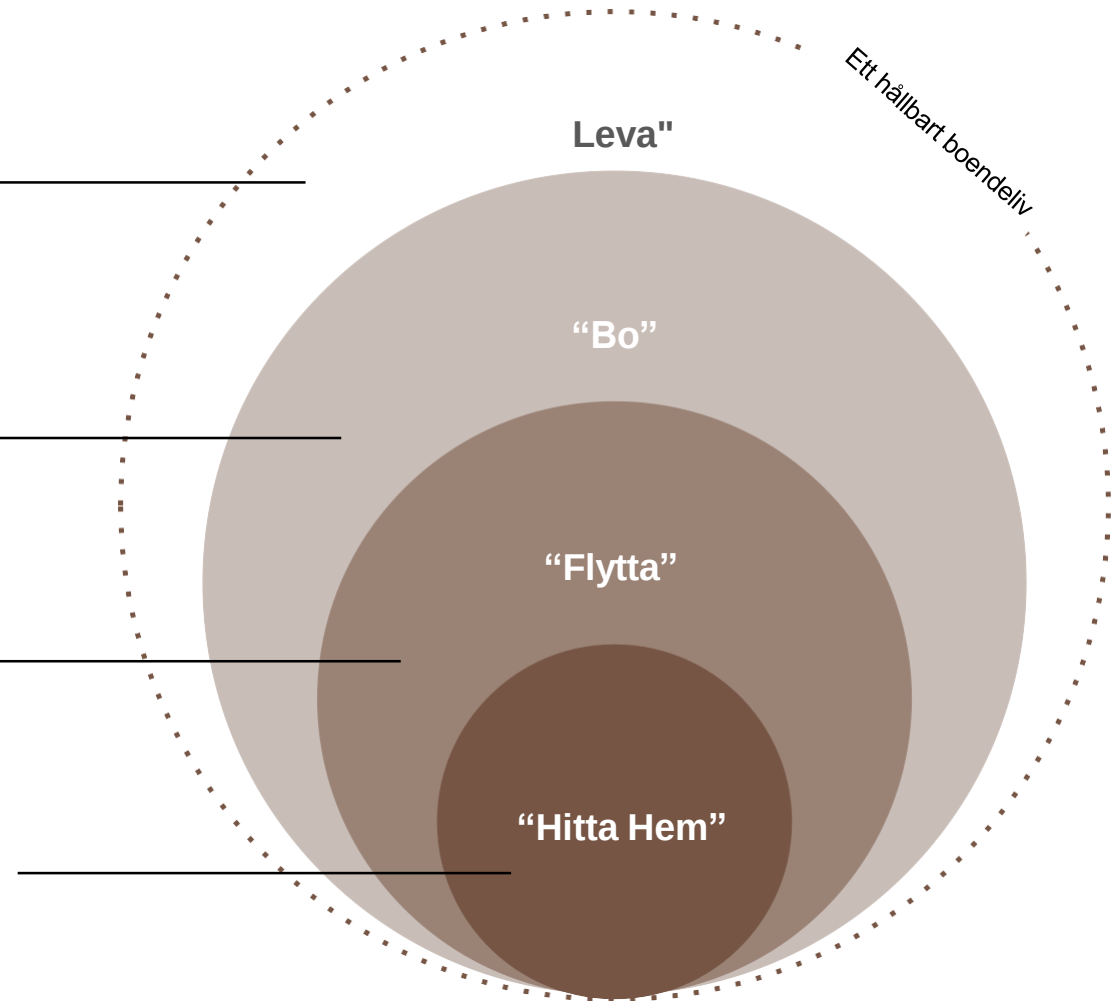
En bostads-utvecklingstjänst

Inom "leva" finns de tjänster som hjälper kunder till en guldkantad vardag. träning, mat, läxhjälp, etc.

I den del av arenan vi kallar "bo" finns inspiration och rådgivning och ett erbjudande som hjälper kunder att planera för sin bostad. Renovering, trädgård, inredning, osv.

I den del av arenan vi kallar "flytta" finns inspiration och ett erbjudande som hjälper kunder att planera flytt: städ och flytthjälp el, hemförsäkring, juridisk rådgivning, uppvärmning osv.

Kärnan är direkt kopplad till erbjudanden som hör till bostads och bolåneförmedling, breddat och utvecklat utifrån dagens erbjudande – Erbjudande köpare / erbjudande säljare / över tid hyresrätter, mellanbodende osv.



Skapa tillväxt och få hävstång på
digitaliseringens möjligheter

