

# MæglerMatch Ideal Customer Profile

## ICP Profil: Per Pris-Optimerer

### I. Executive Summary: Kernen af Per

Per Pris-Optimerer repræsenterer den arketypiske boligsælger, for hvem **økonomisk rationalitet og effektivitet er altafgørende** i salgsprocessen. Han (eller hun – kønnet er underordnet arketyperne) anskuer boligsalget ikke primært som en følelsesmæssig rejse, men som en **kompleks transaktion, der skal optimeres for at maksimere netto-provenuet**. Pers grundlæggende frustration udspringer af den traditionelle ejendomsmæglerbranches opfattede mangel på gennemsigtighed, især omkring salærer, som han finder uforholdsmæssigt høje og dårligt korreleret med den faktiske indsats eller værdi. Han er **dybt skeptisk over for procentbaserede salærer** og ser dem som en ineffektiv og uretfærdig model, der belønner mægleren uanset kompleksiteten eller indsatsen.

Per er **ikke doven eller uengageret**; tværtimod er han **proaktiv, analytisk og research-orienteret**. Han investerer gerne betydelig tid og mental energi i at forstå markedet, dissekere omkostningsstrukturer og sammenligne alternativer. Han er **komfortabel med teknologi** og ser digitale platforme som naturlige værktøjer til at indhente information, foretage sammenligninger og effektivisere processer. Denne teknologiske parathed kombineret med hans økonomiske fokus gør ham **åben over for nye forretningsmodeller**, især dem der lover lavere omkostninger og større gennemsigtighed. Han er endda villig til at påtage sig visse opgaver selv, såsom fremvisninger, hvis det resulterer i en **mærkbar og dokumenterbar besparelse**. MæglerMatch's kernekoncept – en auktionsplatform, der fremmer priskonkurrence og transparent sammenligning – taler direkte til Pers logik og primære motivationsfaktorer. Han ser potentialet for at "knække koden" til et mere effektivt og fair mæglervalg.

*"Det giver jo ingen mening at betale 50.000 kr. mere for præcis den samme ydelse, bare fordi mægleren har et flottere kontor eller bruger en forældet procentsats. Jeg vil se, hvad jeg betaler for, og jeg vil have den skarpeste pris for den service, jeg reelt har brug for. Hvis jeg kan spare 30.000 kr. ved at bruge et par aftener på research og måske selv vise huset frem et par gange, så er det en no-brainer. Det handler om at bruge sine penge fornuftigt."*

### II. Definerende Karakteristika: Pers DNA

- **Hyper-Prisfølsomhed:** Salærets størrelse og den samlede omkostning ved salget er den absolut primære driver for hans valg. Alle andre faktorer vurderes i lyset af deres omkostningsimplikationer.

- **Analytisk & Datadrevent:** Beslutninger træffes baseret på data, sammenligninger og logisk ræsonnement. Han stoler på tal og fakta frem for mavefornemmelser, "kemi" eller flotte brochurer. Han opretter sandsynligvis regneark for at sammenligne tilbud.
- **Proaktiv & Grundig Researcher:** Han venter ikke på, at informationen kommer til ham. Han opsøger den aktivt online, læser guides, dykker ned i anmeldelser, tjekker fora og sammenligner specifikke ydelser og priser på tværs af udbydere.
- **Teknologisk Kompetent & Parat:** Han er vant til at bruge online platforme til alt fra bankforretninger til investeringer og feriebooking. Han ser ingen grund til, at valg af ejendomsmægler skal være anderledes og forventer digitale løsninger.
- **Pragmatisk & "Gør-det-selv" Villig (mod betaling):** Han er ikke principielt imod at betale for service, men han vil have valuta for pengene. Hvis han kan opnå en signifikant besparelse ved selv at varetage veldefinerede opgaver (som fremvisning), ser han det som en rationel optimering af sin egen tid og økonomi.
- **Skeptisk over for Traditionelle Modeller:** Han har en iboende mistillid til etablerede strukturer, der mangler gennemsigtighed, især når store summer er involveret. Han stiller spørgsmålstejn ved status quo.

### III. Organisatorisk Profil: Konteksten for Salget

#### Ejendom & Salgssituation

Pers ejendom er oftest en **standardbolig** – en villa, et rækkehus eller en ejerlejlighed – beliggende i et almindeligt boligområde, hvor der er et vist udbud af lignende ejendomme og dermed et sammenligneligt marked. Det er sjældent en unik liebhaverejendom, hvor specialiseret mæglerindsats er uomgængelig. Salgssituationen er typisk **velovervejet og planlagt**, f.eks. i forbindelse med køb af ny bolig, ændrede familieforhold eller en langsigtet investeringsstrategi. Der er sjældent et akut behov for at sælge "i morgen", hvilket giver Per den nødvendige tid til at udføre sin grundige research og optimeringsproces. Han kan også være en **privat udlejer**, der sælger en investeringsejendom, hvor maksimering af netto-provenuet og minimering af transaktionsomkostninger er en ren forretningsmæssig kalkule.

#### Ejendommens Karakteristika (Typiske Mønstre)

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
Type	Oftest villa, rækkehus, ejerlejlighed. Kan også være andelsbolig (hvis relevant) eller sommerhus i standardprisklassen. Sjældent landbrug eller unik liebhaveri.

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
<b>Værdi</b>	Ligger typisk inden for det brede midtersegment af markedet for det pågældende område. Ikke nødvendigvis den billigste, men sjældent den dyreste.
<b>Stand</b>	Gennemsnitlig til god. En bolig, der er vedligeholdt og funktionel, men ikke nødvendigvis top-renoveret eller et decideret håndværkertilbud.
<b>Beliggenhed</b>	Både i byer, forstæder og mere landlige områder, hvor der er et aktivt marked og flere mæglere at vælge imellem, hvilket muliggør priskonkurrence.
<b>Markedssituation</b>	Han er prisbevidst i alle markeder, men hans fokus på omkostningsminimering intensiveres i et stabilt, faldende eller købers marked, hvor fortjenstmargenen er under pres.

### Teknologisk Miljø (Pers Digitale Hverdag)

Per navigerer ubesværet i den digitale verden. Han bruger **netbank og mobilbank** som en selvfølge, handler regelmæssigt online, bruger **prissammenligningssider** (som Pricerunner) til andre køb, og er sandsynligvis aktiv på platforme som **LinkedIn** eller faglige fora. Han har en moderne smartphone, en computer (måske arbejdsgiverbetalt) og en stabil internetforbindelse. Han er vant til **digitale signaturer**, online dokumentdeling (via e-Boks, Google Drive, etc.) og forventer, at virksomheder tilbyder effektive digitale selvbetjeningsløsninger. Han ser det som ineffektivt at skulle printe, scanne eller møde fysisk op til ting, der kan klares digitalt.

## IV. Beslutningstager Profil: Mennesket Bag Sælgeren

### Rolle & Ansvar (som Boligsælger)

Per påtager sig rollen som **projektleder og økonomichef for sit eget boligsalg**. Han ser ikke sig selv som en passiv kunde, men som en aktiv part, der hyrer en leverandør (mægleren) til at udføre specifikke opgaver. Han **uddelegerer eksekveringen, men ikke kontrollen**. Han forventer at blive holdt informeret med relevante data (antal fremvisninger, bud, online visninger), stiller kritiske spørgsmål til mæglerens strategi og omkostninger, og forbeholder sig retten til at træffe de endelige beslutninger baseret på sin egen analyse.

### Baggrund & Demografi (Typiske Tendenser)

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
<b>Jobtitler</b>	Ofte stillinger, der involverer analyse, tal, teknologi eller optimering: Ingeniør, IT-konsulent, softwareudvikler, økonom, controller, revisor, analytiker, selvstændig med teknisk/økonomisk fokus, projektleder.
<b>Aldersgruppe</b>	Primært <b>30-55 år</b> . Denne gruppe er typisk digitalt indfødte eller meget komfortable med teknologi, samtidig med at de har erfaring med større økonomiske beslutninger og er etablerede på arbejdsmarkedet.
<b>Uddannelse</b>	Ofte <b>mellemlang eller lang videregående uddannelse</b> , især inden for STEM (Science, Technology, Engineering, Mathematics) eller økonomi/handel. Vant til at tilegne sig viden, analysere komplekse problemer og træffe rationelle beslutninger.
<b>Erfaring (Salg)</b>	Kan være <b>både førstegangssælger- og flergangssælger</b> . Hvis han er førstegangssælger, kompenserer han for manglende erfaring med intens research. Hvis han er flergangssælger, bruger han tidligere erfaringer (måske dårlige) til at skærpe sine krav og sin skepsis.
<b>Husholdning</b>	Ofte <b>par eller familier</b> , hvor der er et fælles fokus på husholdningsbudgettet og optimering af udgifter. Kan også være singler med god styr på egen økonomi.

### Præstationskontekst (Hvordan Per Måler Succes)

For Per måles et succesfuldt boligsalg ultimativt på **bundlinjen: netto-provenuet**. Det vil sige den endelige salgspris fratrukket *alle* omkostninger forbundet med salget, hvor mæglersalæret er den største og mest variable post, han kan påvirke. En hurtig handel er positivt, men **aldrig på bekostning af et unødigt højt salær**. Der er også en **psykologisk succesfaktor**: følelsen af at have truffet et intelligent, rationelt og "smart" valg – at have gennemskuet markedet og optimeret processen bedre end gennemsnittet. Han vil gerne kunne fortælle (måske bare sig selv), at han sparede X antal tusinde kroner ved at vælge en smartere løsning.

### V. Psykologisk Profil: Drivkræfter og Frustrationer

#### Primære Smertepunkter (Kilder til Frustration)

1. **Ublu & Uigennemsigtige Mæglersalærer:** Dette er kernen af hans frustration. Han hader følelsen af at betale en høj procentsats uden klar sammenhæng med den leverede indsats eller værdi. Han ser det som ineffektivt og potentielt grådigt.

2. **Manglende Gennemsigtighed i Ydelser & Omkostninger:** Han irriteres over uklare "markedsføringspakker", skjulte gebyrer, og den generelle sværhedsgrad ved at sammenligne tilbud på et æble-til-æble grundlag. Han vil vide præcis, hvad han betaler for.
3. **Ineffektivitet & Tidsspilde:** Han værdsætter sin egen tid og ser den traditionelle proces med flere fysiske møder, lange svartider og ineffektiv kommunikation som spild af ressourcer.
4. **Følelsen af Kontroltab & Informationsasymmetri:** Han bryder sig ikke om at overlade en så stor økonomisk beslutning til en "black box", hvor han ikke har fuld indsigt i processen, omkostningerne og mæglerens reelle indsats.
5. **Betaling for "Varm Luft" & Forældede Metoder:** Han er skeptisk over for værdien af dyre avisannoncer, generiske online-bannere eller andre traditionelle markedsføringstiltag, som han mistænker for at have lav ROI, men som indgår i salæret.
6. **Subjektivitet i Valgprocessen:** Han frustreres over, at mange vælger mægler baseret på "kemi" eller mavefornemmelse, hvilket han anser for irrationelt og risikabelt.

#### Mål & Aspirationer (Hvad Per Stræber Efter)

- **Maksimere Netto-Provenu:** Det ubestridt vigtigste mål. Hver sparet krone på omkostninger er en tjent krone.
- **Opnå Bedste Pris/Kvalitetsforhold (Value for Money):** Han vil have den nødvendige service (god præsentation, effektiv sagsbehandling) til den absolut laveste, fair pris.
- **Bevare Fuld Kontrol & Oversigt:** Ønsker konstant indsigt i salgsprocessen, omkostningerne og de data, der ligger til grund for beslutninger.
- **Effektivitet & Minimalt Bøvl:** Vil have en strømlinet, digital og hurtig proces uden unødige forsinkelser eller administrativt bøvl.
- **Føle sig Intelligent & Rationel:** Ønsker at bekræfte sit selvbillede som en person, der træffer kloge, datadrevne og økonomisk fornuftige beslutninger.

#### Værdier & Beslutningsdrivere (Pers Kompas)

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
Risikovillighed	<b>Moderat.</b> Han er villig til at afprøve nye, innovative modeller (som MæglerMatch eller digitale mæglere), hvis de lover signifikante besparelser og bygger på en logisk præmis. Han er dog ikke

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
<b>Innovation Adoption</b>	dumdristig; han vil se dokumentation (ratings, data) for, at han ikke risikerer et markant dårligere salgsresultat.  <b>Early Adopter / Early Majority.</b> Han er nysgerrig efter og åben over for nye teknologier og platforme, der kan give ham en fordel, især økonomisk eller effektivitetsmæssigt. Han er blandt de første til at prøve en ny app eller service, der lover at disrupte en ineffektiv branche.
<b>Kvalitet vs. Effektivitet</b>	Høj vægt på <b>effektivitet, pris og transparens</b> . Kvalitet er vigtig, men defineres pragmatisk som "det nødvendige niveau for at opnå et godt salg til den lavest mulige pris". Han betaler ikke ekstra for "nice-to-have" elementer, han ikke ser værdien i.
<b>Beslutningsstil</b>	Udpræget <b>analytisk, datadrevet, rationel og sammenlignende</b> . Han bruger tid på at indsamle information, strukturere den (f.eks. i et regneark), veje fordele og ulemper og træffe en logisk funderet beslutning. Følelser og "kemi" spiller en minimal rolle.
<b>Succesdefinition</b>	Den lavest mulige salgsomkostning (især salær) kombineret med en salgspris, der ligger inden for et acceptabelt, markedsbaseret niveau, opnået gennem en effektiv og gennemsigtig proces.

### Dagligdags Realitet (Per i Salgsprocessen)

Når Per beslutter sig for at sælge, går han systematisk til værks. Han bruger aftener og weekender på **intensiv online research**. Han googler termer som "billigste ejendomsmægler", "fast salær boligsalg", "sammenlign mæglersalær", "Estaldo vs Brikk anmeldelser". Han læser artikler på Bolius, Forbrugerrådet Tænk og diverse finansblogs om omkostninger ved boligsalg. Han dykker ned i **Trustpilot-anmeldelser** og online fora (som Boligdebatten, Reddit's /r/dkfinance) for at finde reelle brugererfaringer og diskussioner om forskellige mæglere og modeller. Han tjekker **Boligsiden** for at se salgspriser og liggetider for lignende ejendomme i området.

Han opretter sandsynligvis et **regneark**, hvor han lister potentielle mæglere (både traditionelle og digitale) og systematisk noterer deres salærstruktur, inkluderede ydelser, anmeldelser og eventuelle "hager" (som selvfremvisning). Han kontakter måske et par stykker for at få konkrete tilbud, men er irriteret over den tid, det tager, og den manglende standardisering. Han diskuterer sine fund og sin strategi med sin partner (hvis relevant),

præsenterer data og argumenterer for den mest rationelle løsning. Han føler en vis tilfredsstillelse ved at afdække "tricks" eller skjulte omkostninger.

## VI. Løsningsrelation: Per og MæglerMatch

### Nuværende Løsninger & Tilgange (Før MæglerMatch)

Per undersøger aktivt de **digitale mæglere** som Estaldo, Brikk og Robinhus, da deres model med fast, lavt salær appellerer til ham. Han læser grundigt om deres koncepter, især hvad der kræves af ham selv (selvfremvisning). Han bruger online portaler som **Boligsiden** til at finde data om mæglere, men finder dem utilstrækkelige til prissammenligning. Han indhenter måske et eller to tilbud fra **traditionelle mæglere**, primært for at have et **benchmark** og for at bekræfte sin fordom om deres høje priser. Han vil sandsynligvis forsøge at **forhandle salæret** med dem, men forventer ikke nødvendigvis succes. Han stoler meget på **online anmeldelser** og data, men er kritisk over for alt for positive eller negative outliers.

### Købsproces (for Valg af Mægler/Platform)

Stadie	Karakteristika
<b>Problemgenkendelse</b>	Indser behovet for at sælge og identificerer straks mæglersalæret som en primær omkostning, der skal minimeres. Problemet er ikke "at sælge", men "at sælge omkostningseffektivt".
<b>Informationssøgning</b>	<b>Intensiv, bred og dyb online research.</b> Fokuserer på pris, salærstruktur, inkluderede ydelser, anmeldelser, sammenligninger. Bruger specifikke søgetermer relateret til pris og digitale alternativer.
<b>Evaluering</b>	<b>Systematisk sammenligning.</b> Opretter sandsynligvis et regneark eller en mental matrix. Vurderer primært på pris/salær, dernæst på nødvendige ydelser, dokumenteret troværdighed (ratings) og platformens brugervenlighed.
<b>Beslutning</b>	Vælger den løsning (mægler eller platform som MæglerMatch), der tilbyder den <b>objektivt set bedste kombination af lavest pris og acceptabel/nødvendig service og troværdighed</b> . Logik trumfer følelser.
<b>Implementering</b>	Når valget er truffet (f.eks. at bruge MæglerMatch), følger han processen tæt, bruger platformens funktioner aktivt, stiller

## Stadie

## Karakteristika

konkrete spørgsmål til mæglerne via platformen og sikrer, at aftaler og deadlines overholdes.

### Almindelige Indvendinger (Mod MæglerMatch)

Selvom MæglerMatch appellerer til Per, vil hans analytiske og skeptiske natur føre til kritiske spørgsmål:

1. **Kvalitetsbekymring:** "Er de mæglere, der byder lavest på platformen, også de mindst erfarne eller dygtige? Hvordan sikrer I kvaliteten?" (Behov for transparens om mæglervetting og performance data).
2. **Frygt for Skjulte Omkostninger/Reduceret Service:** "Er den lave pris på bekostning af vigtige ydelser, jeg ikke har tænkt på? Hvad er *præcis* inkluderet i buddene?" (Behov for ekstrem klarhed og standardisering af bud).
3. **Platformens Troværdighed & Sikkerhed:** "Er denne nye platform sikker at bruge? Er mine data beskyttet? Hvad sker der, hvis noget går galt?" (Behov for tryghedsskabende elementer, klare vilkår, god support).
4. **Tidsinvestering vs. Besparelse:** "Hvor meget tid skal jeg selv bruge på at administrere processen på platformen? Er besparelsen stor nok til at retfærdiggøre min egen tidsinvestering?" (Behov for en intuitiv og effektiv platform).
5. **Markedsdækning:** "Er der nok relevante mæglere på platformen i mit lokalområde til at sikre reel konkurrence?" (Behov for kritisk masse af mæglere).

### Succeskriterier (for at Vinde Per)

For at Per skal vælge og blive en succesfuld bruger af MæglerMatch, skal platformen levere på følgende:

- **Dokumenterbar Besparelse:** Salærerne opnået via auktionen skal være *markant* lavere end gennemsnittet for traditionelle mæglere.
- **Fuld Gennemsigtighed:** En klar, letforståelig og standardiseret oversigt over mæglerens bud, der specificerer præcis pris, inkluderede ydelser, eventuelle tillæg og mæglerens ratings/performance data.
- **Objektiv Kvalitetsindikator:** Pålidelige og verificerede ratings, anmeldelser og gerne salgsstatistik for de deltagende mæglere.
- **Effektiv & Intuitiv Platform:** En brugeroplevelse, der er logisk, hurtig og kræver minimal indsats at navigere i. Processen skal føles strømlinet.



- **Markedsrealistisk Salgspris:** Selvom fokus er på salæret, forventer han stadig, at den valgte mægler opnår en salgspris, der er på linje med markedet.

## VII. Engagement Profil: Hvor og Hvordan Per Interagerer

### Digital Adfærd

Per er en **heavy user af internettet til informationssøgning og transaktioner**. Han bruger **Google** intensivt, besøger **prissammenligningssider**, læser nyheder online (især finans- og erhvervsnyheder), og er sandsynligvis aktiv på **LinkedIn**. Han deltager måske i relevante **online fora** eller **Facebook-grupper** (f.eks. om investering, privatøkonomi, bolig), hvor han kan indhente erfaringer og stille specifikke spørgsmål. Han er komfortabel med **online annoncer**, men er kritisk og klikker kun, hvis de virker relevante og troværdige. Han bruger **Trustpilot** aktivt til at tjekke anmeldelser af virksomheder.

### Informationspræferencer (Hvad Per Leder Efter)

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
<b>Indholdsformater</b>	Foretrækker <b>konkrete data</b> : prislister, sammenligningstabeller, detaljerede servicebeskrivelser, case studies med fokus på økonomiske resultater (sparet salær, opnået pris), "how-to" guides der fokuserer på optimering. Mindre interesseret i "fluffy" branding-indhold.
<b>Teknisk Dybde</b>	<b>Kan og vil gerne håndtere detaljer.</b> Han ønsker at forstå de specifikke komponenter i et mæglersalær, detaljerne i en markedsføringspakke, og de juridiske aspekter af en formidlingsaftale. Han skræmmes ikke af fagtermer, men forventer klarhed.
<b>Troværdige Kilder</b>	<b>Uafhængige data og anmeldelser</b> vægtes højest: Trustpilot, data fra Boligsiden, diskussioner i neutrale fora, artikler fra anerkendte finansmedier eller forbrugerorganisationer. Han er skeptisk over for mæglerens egne salgsmaterialer.
<b>Research Stil</b>	<b>Grundig, systematisk, kritisk og sammenlignende.</b> Han krydstjekker information fra forskellige kilder og leder efter konsistens og eventuelle "huller" i argumentationen eller skjulte omkostninger.

Attribut	Detaljeret Beskrivelse
<b>Social Proof</b>	Vægter <b>kvantitative data</b> (f.eks. gennemsnitlig rating baseret på mange anmeldelser, antal solgte boliger via platformen, dokumenteret gennemsnitlig besparelse) og <b>specifikke, detaljerede anmeldelser</b> fra andre brugere, der lyder analytiske og troværdige.

### Kommunikationspræferencer

Per foretrækker **effektiv, præcis og helst skriftlig kommunikation**, hvor informationen er dokumenteret og let kan genfindes (f.eks. e-mail, chatfunktion på platformen). Han værdsætter **hurtige og konkrete svar** på sine spørgsmål, uden udenomssnak eller salgsfloskler. Tonen skal være professionel og respektfuld over for hans intelligens. Han har ikke behov for hyppige "small talk"-opkald, men forventer proaktiv information, når der er relevant nyt (f.eks. nye bud, status på salg). Han er åben for at bruge **FAQ-sektioner og online hjælpecentre**, hvis de er velstrukturerede og informative.