

Affärsmodell för snabb marknadsandel och tidig intäkt

Version: 11 februari 2026

Målbild

Ni vill:

- ta marknadsandel snabbt,
- börja tjäna pengar tidigt,
- hålla manuell drift så låg som möjligt,
- inte bygga en verksamhet med personal som visar lokaler.

Rekommenderad modell

Bästa upplägget är en självbetjänad B2B-marknadsplats (inte klassisk C2C).

1. Låt hyresvärdar och fastighetsägare publicera själva.
2. Publicera själva endast i uppstartsfasen för att seed:a utbudet (första 50-100 objekt).
3. Ta inte betalt för standardpublicering i början, så ni inte bromsar tillväxt.
4. Tjäna pengar på kvalificerade leads, premium-synlighet och abonnemang.
5. Håll er roll som plattform (inte aktiv förmedlare) för att kunna driva med liten organisation.
6. Erbjud valbar AI-sök för hyresgäster: konversationsbaserad behovsinsamling som ger automatiska matchningsförslag utan manuell handpåläggning från ert team.

Varför detta är rätt i Stockholm just nu

1. Marknaden är redan konkurrensutsatt, så distributionshastighet och datakvalitet är viktigare än manuell rådgivning.
2. Ett self-serve-upplägg ger snabbare expansion utan linjär personalökning.
3. Fastighetsägare vill ha kontroll över data, tillgänglighet och svarstider direkt i ett eget konto.

Intäktsmodell i fyra lager

1. Basnivå (tillväxtmotor)
 - Gratis standardannonser för verifierade värdar.
 - Mål: få in brett utbud snabbt.
2. Transaktionsnära intäkt (tidig monetisering)
 - Avgift per kvalificerad lead.
 - Kvalificerad lead kan definieras som verifierad kontakt som matchar budget, ytå, område och tidsplan.
 - Alternativ: success fee vid signerat avtal (mer komplext att administrera).
3. SaaS-intäkt (stabil MRR)
 - Pro-abonnemang för större annonsörer och förvaltare.
 - Exempel på Pro-funktioner: fler användare, CRM-pipeline, API/CSV-import, mer statistik, prioriterad support, SLA-rapporter.
4. Media/intäkt från annonser (sekundärt)
 - Sponsrade placeringar och bannerformat först när ni har hög trafik.
 - Ska inte vara primär intäkt i tidigt skede.

Publicering av annonser: föreslagen process

1. Onboarding och verifiering
 - Vård skapar konto och verifieras som företag.
 - Grundläggande KYC och företagsverifiering minskar spam och bedrägerier.
2. Skapa annons via strukturerad mall
 - Obligatoriska fält: pris, yta, tillträde, bindningstid, driftkostnader, bilder

, planritning, adress.

- Standardiserad datastruktur gör jämförelse möjlig för hyresgästen.

3. Kvalitetskontroll och status

- Annonser publiceras med status "Verifierad" när data klarar validering.
- Systemet påminner om bekräftelse var 7/14/30 dag.
- Ej bekräftade annonser pausas automatiskt.

4. Lead-hantering

- Leads skickas direkt till värden i plattformen.
- Ni tillhandahåller inbox, notiser och tydliga svarstidsmål.

5. Visning och dialog

- Bokning sker direkt mellan parter via kalenderflöde.
- Plattformen hanterar koordinering men ni visar inte lokaler.

6. Offert och avtal

- Parterna avslutar affären mellan sig.
- Plattformen kan erbjuda mallar och e-sign-partner, men utan manuell förmedling.

AI-sök för hyresgäst: föreslagen funktion

1. Start av AI-sök

- Hyresgästen väljer "Sök med AI" i stället för vanlig filter-sökning.

2. Behovsinsamling i chat

- Chatten samlar in krav som budget, område, yta, teamstorlek, inflyttningsdatum, avtalslängd och särskilda behov.

3. Matchning med motivering

- AI visar 5-10 lokalförslag med kort motivering till varför varje förslag matchar behoven.

4. Förfining i dialog

- Hyresgästen kan justera krav i samma konversation och få uppdaterade träffar direkt.

5. Konvertering till handling

- Varje förslag ska ha tydliga knappar för "Skicka förfrågan" och "Boka visning", så att hela flödet förblir självbetjänat.

Är modellen C2C?

Nej, i huvudsak inte.

1. Primärt B2B: fastighetsägare/operatörer till företag som hyresgäst.

2. Delvis C2B/B2B-sublease: när företag hyr ut överskottsytta i andra hand.

Best case-scenario (6-9 månader)

1. Geografiskt fokus: Stockholm + ett tydligt segment (exempelvis 5-80 anställda).

2. Utbudsmål: 150-300 aktiva annonsörer.

3. Katalogmål: 500-1 500 aktiva annonser.

4. Monetisering: 20-30 % av annonsörer på leadavgifter och/eller Pro-plan.

5. Team: litet operativt team med hög grad av automation.

KPI:er att styra på

1. Tid till första kvalificerade lead.

2. Svarstid från värd.

3. Lead-till-visning.
4. Visning-till-offert.
5. Andel aktuella annonser.
6. Churn per annonsör.
7. Intäkt per aktiv annonsör.

Automationsprinciper för minimal manuell drift

1. Tvingande datamall för all publicering.
2. Automatiska påminnelser och auto-paus av inaktiva annonser.
3. Automatisk lead-scoring och spamfilter.
4. Standardiserad statuspipeline: Ny -> Kontaktad -> Visning -> Offert -> Avtal.
5. Självservice för fakturering, kvitton och planuppgraderingar.

Regulatorisk ram (Sverige)

Om ni går från ren plattform till faktisk förmedling/mäkleri kan registreringskrav hos FMI bli aktuella.

FMI beskriver undantag för lokalförmedling när månadshyran alltid understiger 10 000 EUR.

Över den nivån kan registreringsskyldighet gälla.

Praktisk rekommendation:

- Definiera tidigt om ni är annonsplattform eller förmedlare.
- Säkerställ juridisk genomgång innan bred lansering.

Sammanfattning

Snabbaste vägen till marknadsandel och intäkt är:

- gratis standardpublicering för att driva utbud,
- tidig betalning på kvalificerade leads,
- Pro-abonnemang för återkommande MRR,
- hög automationsgrad så ni slipper bygga en tung, manuell organisation.