

Tilbudsknappen

Afrapportering

Mark Thomsen

December 2016

advice/

Intro

Denne rapport er en afrapportering af et forløb med udvikling og test af koncept for Tilbudsknappen, der blev gennemført i et samarbejde mellem Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen og Advice A/S i december 2016.

Tilbudsknappen er arbejdstitlen på en ny digital service, der har til formål at øge aktiviteten på realkreditmarkedet. Grundidéen er at udvikle en service, der giver forbrugeren mulighed for at sammenligne priser fra realkreditinstitutterne og indhente tilbud på realkreditlån i forbindelse med køb af ny ejerbolig.

I december 2016 har Advice A/S hjulpet Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen med at konceptudvikle og teste Tilbudsknappen. Formålet har været at 1) at konkretisere Tilbudsknappen i en prototype, der illustrerer forløb og indhold i den nye service samt 2) teste styrker og svagheder i konceptet blandt potentielle danske boligkøbere uden særlige forudsætninger inden for finansiering af boligkøb.

I det følgende gennemgås konklusioner og anbefalinger fra forløbet. Prototypen findes i bilag til afrapporteringen.



Baggrund

Det er fristende at betragte et boligkøb som en relativ lineær proces, hvor boligkøberen i udgangspunktet kan vælge mellem et relativt et stort udvalg af boliger, som snævres ind gennem valg og fravalg, indtil "forelskelsen" opstår og boligkøberen går aktivt ind i forsøget på at erhverve sig en bestemt bolig.

Tidligere undersøgelser gennemført af Konkurrence- og Forbrugerstyrelsen har vist, at boligkøberen i "forelskelsesfasen" ofte får "tunnelsyn" og bliver så forhippet på at gennemføre et køb, at indhentning og kritisk gennemgang af tilbud på realkreditlån tilsidesættes for at lukke handlen og få en aftale på plads med banken. Idéen bag Tilbudsknappen er derfor at tilbyde en service tidligere i boligkøbsprocessen, der kan motivere til indhentning af tilbud, inden tunnelsynet sætter ind. Konceptet kunne udformes som en knap på ejendomsmæglernes sider for boligpræsentation på internettet, der leder den potentielle boligkøber over på en side, hvorfra der let kan indhentes tilbud på realkreditlån, inden forelskelsen gør køberen blind for en kritisk, rationel gennemgang af lånetilbud.

Risikoen for "tunnelsyn" er utvivlsomt en central udfordring, når vi skal forstå de faktorer, der mindsker konkurrencen på realkreditlån. Det er svært at nå boligkøberen i de afsluttende faser af et boligkøb med budskabet om, at det kan være en god idé at indhente flere tilbud på realkreditlån, inden der skrives under på en aftale.

Det noget lineære perspektiv på boligkøbet rummer imidlertid i sig selv en form for tunnelsyn, som skal udfordres i prototypeudvikling og eksekvering af Tilbudsknappen.

De interviews, som Advice har gennemført i forbindelse med projektet, tyder på, at boligkøbet for mange er en temmelig kaotisk proces, hvor køberen skifter "states of mind" utallige gange i løbet af købsprocessen. Det kan illustreres ved at skelne mellem tre tilstande eller "states of mind", som vi her kan kalde Drømmen, Jagten og Forelskelsen – se illustration og beskrivelse på næste side..

Drømmen

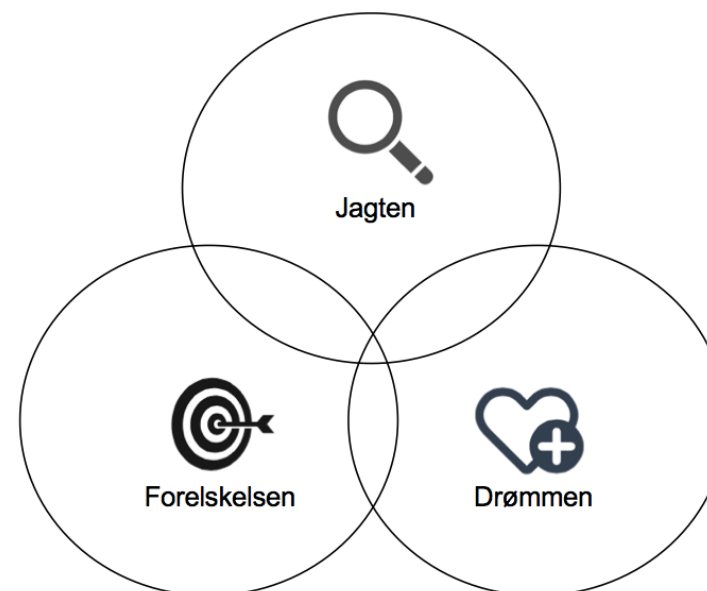
Mange danskere kigger på boliger uden nogen intention om at købe. De kigger på boliger for at hygge sig, for at finde inspiration eller for at drømme sig hen i en anden verden.

Vi kan kalde denne state of mind for "drømmen". Blandt de boligkøbere Advice har talt med i projektet, fortæller flere, at de er fortsat med at kigge på boliger efter et boligkøb er gennemført. Drømmen slutter ikke, selvom boligen er købt.

Det at kigge på boliger rummer en mulighed for at forestille sig et andet liv i et andet kvarter, i en anden del af landet eller med en ny indretning af egen bolig inspireret af andres indretninger i boligannoncer på nettet. Drømmen er et state of mind, som vi befinder os i utallige gange i boligkøbsprocessen.

Jagten

Jagten er et andet state of mind i boligkøbet. Her har boligkøberen lagt sig fast på nogle kriterier for et boligkøb og er i større eller mindre grad motiveret for at købe. Det er ikke sikkert, at boligkøberen i denne fase kender alle detaljer i sit økonomiske råderum, men han er på nettet og søger aktivt efter boliger og er måske ligefrem registreret i ejendoms-mæglernes såkaldte køberkartoteker.



Forelskelsen

Forelskelsen er det state of mind, der opstår, når boligkøberen har fundet en bolig, der matcher ønsker og forventninger. Denne følelse af match kan være kortvarig og flygtig eller mere langvarig, så boligkøberen går ind i selve købsfasen og forhandler med sælger eller byder på boligen i en budrunde.

Det er vigtigt at understrege, at boligkøbernes "states of mind" kan være flygtige, blande sig med hinanden og skifte utallige gange i løbet af købsprocessen eller for den sags skyld i løbet af få minutter: En boligkøber, der søger boliger aktivt inden for nogle bestemte kriterier, kan udvide sine søgninger, drømme sig hen, udfordre egne kriterier og muligvis forelske sig i en bolig, der er helt uden for kategori. Det sker i "forhandling" med en eventuel partner, som deltager i boligkøbet og konstant afstemmer ønsker og forventninger. For de fleste er det en kaotisk – ikke-lineær beslutningsproces – hvor forelskelsen kan være et flygtigt state of mind snarere end et "point of no return". Og selv når køberen bevæger sig langt ind i købstunnellen kan et køb ofte glippe, så køberen vender tilbage til jagten eller lægger drømmen på is.

Pointen er, at muligheden for at nå boligkøberen med budskabet om at indhente tilbud på realkreditlån ikke skal begrænses til købere, der befinder sig i jagten eller et bestemt sted tidligt i en forestillet lineær købsproces. Hvis Tilbudsknappen kan placeres på ejendomsmæglerens hjemmesider, vil det være muligt at nå en meget stor gruppe af potentielle boligkøbere – uanset deres "state of mind". Det er imidlertid optimistisk at flytte en boligkøber fra drøm, jagt eller forelskelse direkte over i tilbudsindhentning. Mange danskere har meget lidt begreb om realkreditmarkedet, og endnu flere (nærmest alle) har ingen forestillinger om, hvor meget de kan

spare ved at indhente flere tilbud. Tilbudsknappen er derfor nødt til at flytte køberne flere trin op ad videnstrappen for boligfinansiering, inden de kan motiveres til at indhente tilbud – se figuren på næste side.

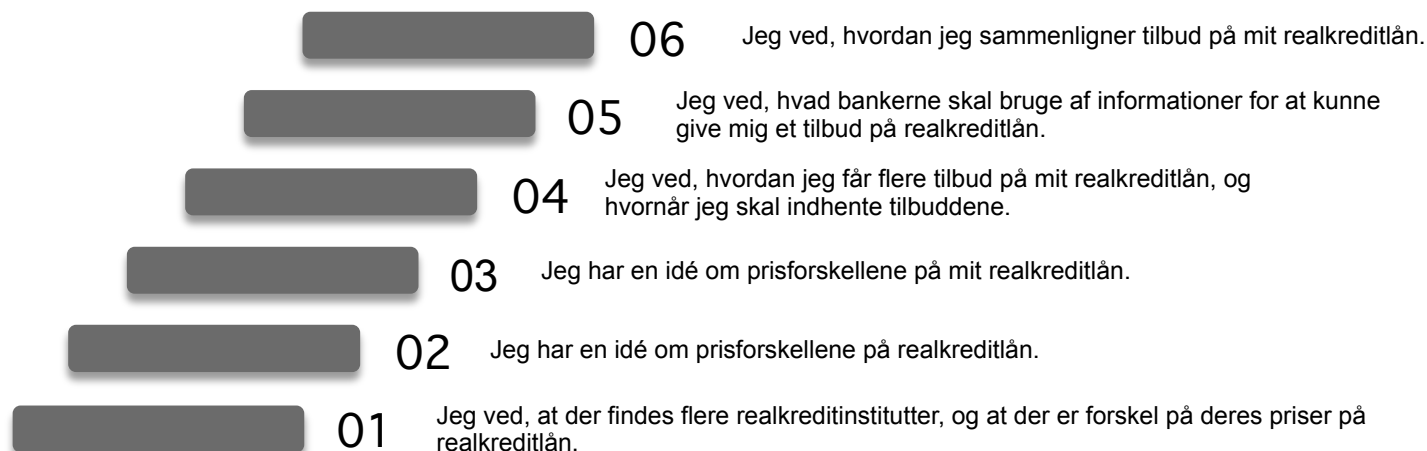
En hypotese i udvikling og test af Tilbudsknappen har været, at det ikke er nok at tilbyde forbrugeren en simpel knap, der giver dem mulighed for at indhente tilbud fra flere realkreditinstitutioner på samme type lån.

Motivationen til at indhente flere tilbud skal komme fra viden om, at der rent faktisk er penge at spare. Den forståelse kan ikke tages for givet. De mange prisberegnerne på nettet giver forbrugeren mulighed for at sammenligne prisen på forskellige typer af lån – fx prisen på et fastforrentet lån sammenlignet med et variabelt forrentet lån. Det er til gengæld ikke muligt at sammenligne prisen på samme type lån fra forskellige realkreditinstitutioner ét sted¹. Det er derfor et klart indtryk fra prototypeforløbet, at de færreste kender de reelle prisforskelle mellem realkreditinstitutionerne. Mange har hørt om, at der er forskel på de såkaldte bidragssatser, men meget få har reel viden om prisforskelle mellem realkreditinstitutionerne, og hvad prisforskellene betyder for det beløb, der skal betales tilbage over et låns samlede løbetid. Og uden den viden kan det være svært at finde motivationen til at hente flere tilbud - jf. figuren på næste side.

Videnstrappen for boliglån

Vi kan skelne mellem forskellige typer af viden, som forbrugeren har behov for at opnå, når de skal indhente og sammenligne tilbud på realkreditlån – se figur nedenfor. Uden et helt basalt vidensniveau er der som sagt mange, der slet ikke vil være motiveret til at hente flere tilbud på deres boliglån. Tilbudsknappen skal derfor bringe forbrugeren fra trin 1 til trin 4: Forbrugeren skal have viden om, at der kan være penge at spare på samme type lån hos forskellige realkreditinstitutter. Dernæst skal forbrugeren have indsigt i prisforskellene og samtidig få mulighed for at indhente tilbud fra flere realkreditinstitutter. Det betyder ikke at Tilbudsknappen kun er en succes, hvis forbrugeren ender på trin 4 i sin boligkøbsproces og indhenter flere tilbud på realkreditlån.

Allerede på trin 1, 2 og 3 får forbrugeren viden, som kan øge aktiviteten på realkreditmarkedet fx ifm. refinansiering af boliglån eller fremtidige boligkøb. Tilbudsknappen kan således også nå målgruppen af ”drømmere”, der ikke nødvendigvis er på udkig efter en ny bolig, men snarere ønsker renovering af eksisterende bolig. Trin 5 og trin 6 i videnstrappen er ikke omfattet af Tilbudsknappen. Disse vidensniveauer er adresseret i andre initiativer fra Konkurrence- og Forbrugerstyrelsens initiativkatalog til øget aktivitet på realkreditmarkedet. For eksempel skal initiativet ”Finansielt CV” hjælpe forbrugeren med at holde styr på de dokumenter, som skal sendes til banken (trin 5), mens initiativet ”Fem tal først” skal gøre det lettere for forbrugeren at sammenligne tilbud fra flere realkreditinstitutter (trin 6).



Prototype og test

Tilbudsknappen er som nævnt en relativt abstrakt idé om at give danske forbrugere bedre mulighed for at indhente tilbud på realkreditlån direkte fra ejendomsmæglernes hjemmesider. For at teste idéen udviklede Advice i løbet af december 2016 en prototype af Tilbudsknappen med det formål at teste ideen og dens potentiale. Se prototypen i bilag til rapporten og online på: <https://marvelapp.com/48i9aj6>

Om prototypen

Prototypen illustreret et flow i fem trin, som er visualiseret på de to næste sider:

1. På første trin i prototypen befinder brugeren sig på en ejendomsmæglers hjemmeside. Tilbudsknappen er placeret på forsiden af boligpræsentationen – i eksemplet er der vist to forskellige placeringer af knappen..
2. Med et klik på tilbudsknappen kan forbrugeren Sammenligne prisen på realkreditlån i den konkrete bolig. Forbrugeren præsenteres først for information om, hvilke realkreditinstitutioner der indhentes beregninger fra.
3. På tredje trin får forbrugeren en oversigt over prisforskellene mellem realkreditinstitutternes finansiering af den

pågældende bolig baseret på et fastforrentet 30 årigt obligationslån med afdrag. Herfra kan forbrugeren få et mere detaljeret overblik over omkostningerne.

4. På trin 4 har forbrugeren mulighed for at anmode om at få et tilbud på finansiering af realkreditlån i den pågældende bolig. Det sker gennem en simpel formular.
5. På trin fem kvitteres der for indsendelse af formular til indhentning af tilbud på boligfinansiering. Forbrugeren er nu igennem forløbet og kan se frem til at få en beregning af et boliglån i en konkret bolig fra flere forskellige realkreditinstitutioner.

Om testen

Selve testen af prototypen blev gennemført i uge 51 i 2016. Testen blev gennemført som en tænke-højt-test af en klikbar html-prototype, hvor 6 potentielle boligkøbere blev bedt om at klikke sig rundt i prototypen og løse konkrete opgaver, mens en testleder noterede styrker og svagheder i prototypen. Testen blev suppleret med semistrukturerede, kvalitative interview af deltagernes forståelse af emne, ønsker og forventninger til Tilbudsknappen.

1

Se bolig Menu

Istandsat overalt i høj kvalitet

Vila, 100 m²
Mads Hansens Vej 1
5000 Odense C
Kontantpris
3.145.000 kr.

Bestil fremvisning >
Bestil salgsmateriale >

Sammenlign lån fra forskellige realkreditinstitutter i denne bolig
Se hvor meget du kan spare

Økonomi

Kontantpris	3.145.000 kr.
Ejerudgift pr. md.	3.154 kr.
Udbetaling	160.000 kr.
Brutto/Netto ekskl. ejerudgift	14.885 / 12.291 kr.
Udviklingspris	-5%
Prisudvikling	

Vælg det billigste realkreditlånstilbud. Spar op til 45.242 kr. i denne bolig.

Få flere tilbud på dit realkreditlån

Køb-om-pris

Kontakt

Ole Ernbø
69165068
Mette Tørrø
V. Jakob Nielsen & Morten Nielsen
Rydgersvej 210
5230 Odense NV
tør@home.dk

Bestil fremvisning >
Bestil salgsmateriale >

Brug vores favorkort 1
Brug vores mappe 2

Fakta

Antal etager	3
Byggeår	1917
Kvalitetsmeter, hus	73
Grundareal	643 m ²
Carport/Carport	32 m ²
Beliggenhed	328 m ²
Antal rum	4
Energimærke	D
Sag nr.	99901266

Giv os udsørgende prisoverblik

Område

Afstand til indvi	600 m
Afstand til skole	400 m
Afstand til offentlig transport	100 m

Skolevideo > Områdevideo >

Sammenlign lån fra forskellige realkreditinstitutter i denne bolig

Se hvor meget du kan spare

2

Indsamling af data om realkreditlån

Mads Hansens Vej 1, 5000 Odense C

- ✓ BRF Kredit
- ✓ Nordea Kredit
- ☼ Nykredit / Totalkredit
- ☼ Realkredit Danmark

Indsamling af data gennemføres af Penge- og Pensionspanelet, der er en offentlig oplysningsjeneste til forbrugere om deres privatøkonomi.

SE BEREJNING

Økonomi

Kontantpris	3.145.000 kr.
Ejerudgift pr. md.	3.154 kr.
Udbetaling	160.000 kr.
Brutto/Netto ekskl. ejerudgift	14.885 / 12.291 kr.
Låneberegner	
Prisudvikling	-5%

Vælg det billigste realkreditinstitut:
Spar op til 45.242 kr. i denne bolig

Få flere tilbud på dit realkreditlån

3



Mads Hansens Vej 1
5000 Odense C

Spar penge på dit realkreditlån

Det er en god idé at få tilbud fra mere end ét realkreditinstitut, når du køber ejerbolig. Der kan være mange penge at spare.

Eksempel: Lad os forudsætte, at du optager et 30-årigt, 2,5% fastforrentet obligationslån med afdrag i 80% af boligens værdi.

Boligen på Mads Hansens Vej 1 koster: Kr. 3.145.000
Du optager et realkreditlån på 80% af boligens værdi: Kr. 2.516.000

Beregnet prisforskel mellem billigste og dyreste realkreditinstitut: Kr. 45.242

Realkreditinstitut	Pris i lånets løbetid	Forskel i pris
BRF Kredit	Kr. 3.883.662	Kr. 0
Nordea kredit	Kr. 3.905.140	Kr. 21.478
Realkredit Danmark	Kr. 3.921.332	Kr. 37.670
Nykredit / Totalkredit	Kr. 3.928.904	Kr. 45.242

Beregningen er foretaget med realkreditinstitutternes egne tal. Der er tale om en beregning - ikke tilbud. Konkurrence og Forbrugerstyrelsen anbefaler, at du henter flere tilbud på dit realkreditlån.

Se detaljerne i beregningen 

[FÅ TILBUD PÅ DIT REALKREDITLÅN](#)

4



Mads Hansens Vej 1
5000 Odense C

Indhent tilbud på dit realkreditlån

Udfyld formularen, så du kan blive kontaktest og få flere tilbud på dit realkreditlån, som du kan sammenligne, inden du køber hus.

Boligen på Mads Hansens Vej 1 koster: 3.145.000 Kr.

Egenfinansiering (mindst 5 procent) Kr.

Banklån Kr.

Realkreditlån (højest 80 procent) Kr.

Vælg hvilke realkreditinstitutter du ønsker tilbud fra

Konkurrence og Forbrugerstyrelsen anbefaler, at du henter flere tilbud på dit realkreditlån.

☒ BRF Kredit - tilbud leveres af Jyske Bank, der samarbejder med BRF Kredit

☒ Nordea Kredit - tilbud leveres af Nordea, der samarbejder med Nordea Kredit

☒ Realkredit Danmark - tilbud leveres af Danske Bank, der samarbejder med Realkredit Danmark

☒ Totalkredit - tilbud leveres af flere banker:

Dine kontaktoplysninger

Navn

Adresse

Postnummer

By

Email

Telefon

[SEND](#)

5



Mads Hansens Vej 1
5000 Odense C

Sådan - formularen er sendt

Dine oplysninger er sendt til de valgte realkreditinstitutter, og de kontakter dig snarest muligt.

Realkreditinstitutterne og bankerne har brug for at få et overblik over din økonomi for at kunne give dig et tilbud på dit realkreditlån.

Hvis du opretter et Finansiel CV, kan du let få overblik over de dokumenter, du skal levere til banken. Og du har alle dine dokumenter samlet ét sted, som du kan give flere banker adgang til. Så slipper du for at sende samme dokumenter flere gange.

Gør det let at få tilbud på realkreditlån.
Få styr på de centrale dokumenter.

[OPRET ET FINANSIELT CV](#)

Afrapportering af test

Hovedkonklusion

Inden gennemgang af hovedkonklusioner skal det indledningsvis understreges, at vi kun kan konkludere på koncept og formidling. Der er i konklusioner og anbefalinger ikke taget stilling til, om løsningen i praksis vil kunne lade sig realisere ud fra en politisk betragtning.

Koncept og idé

Tilbudsknappen giver deltagerne en oplevelse af at få et overblik og nogle handlemuligheder, som de ikke har haft før. For samtlige deltagere er det første gang nogensinde, at de får et overblik over prisen på "samme" realkreditlån på tværs af realkreditinstitutter. Det opleves positivt og giver deltagerne i testen øget interesse i indhentning af flere tilbud på realkreditlån.

Der findes ganske vist beregnere på realkreditinstitutternes hjemmesider, men forskelle i beregningsmodellerne og præsentation af resultaterne gør det umådelig svært for den enkelte forbruger at sammenligne priserne. Der findes også services blandt private rådgivere, men ingen der dækker det

behov, som Tilbudsknappen dækker. For samtlige deltagere i testen var det første gang de så en sammenligning af priser på tværs af realkreditinstitutter. De fleste deltagere var overrasket over, at prisforskellene var så store. En enkelt var overrasket over, at forskellene ikke var større. Han så det som udtryk for manglende konkurrence på markedet for realkredit.

Samtlige deltagere gav udtryk for, at Tilbudsknappen kunne "empower" dem og gøre muligheden for at indhente tilbud enklere og mere effektiv.

Konklusion: Tilbudsknappen er en stærk idé, som i det skitserede koncept dækker et behov for bedre overblik og mere effektiv kontakt til realkreditinstitutter og banker. Det er netop koblingen mellem sammenligning af priser og indhentning af tilbud, der gør konceptet stærkt.

Hvis Tilbudsknappen realiseres, eksekveres og markedsføres optimalt, er det Advices vurdering, at der er mulighed for betydelig udbredelse af den nye digitale service.

Anbefalinger

I det følgende gennemgås anbefalinger til i videreudvikling af konceptet. Det drejer sig om anbefalinger til:

1. Afsenderforhold
2. Placering
3. Scope
4. Forløb
5. Formidling

Afsenderforhold

Det er afgørende for deltagerne i testen, at der står en troværdig kilde bag tal og funktionalitet i Tilbudsknappen. Det behøver ikke nødvendigvis at være en offentlig institution, men en offentlig institution ville være en optimal afsender. Flere deltagere gav udtryk for, at de ville være skeptiske over for funktionalitet, der fx blev stillet til rådighed af ejendomsmæglernes hjemmeside, og det gjorde flere deltagere skeptiske, indtil de erfarede, at tallene kom fra realkreditinstitutterne selv og præsenteret af en uafhængig, ikke-kommerciel institution.

Ingen af deltagerne kendte på forhånd til Penge- og Pensionspanelet, som i prototypen var benyttet som institutionen bag Tilbudsknappen. Men det gjorde alligevel en afgørende forskel for de fleste deltagere, at der var tale om en offentlig informationstjeneste. Som en af deltagerne udtrykte det: "Det er vigtigt, at det er nogle, der står på min side. Home er er gift med Realkredit Danmark, og det kan de jo være farvet af".

En anden deltager havde i første omgang oplevelsen af, at det var Home, der stod bag Tilbudsknappen, og det mindskede tilliden til den nye service: "Jeg har ikke tillid til, at ejendomsmæglere kan hjælpe mig med finansiering af boligkøb. Det er lidt ligesom at komme ind i en grillbar, hvor de både har burgere, pizzaer og wokretter. Man har ikke tillid til, at de kan lave nogen af delene særlig godt."

Konklusion: Sørg for, at der står en troværdig og uafhængig institution bag tal og funktionalitet i Tilbudsknappen. Fremhæv afsenderen allerede i selve knappen. Det vil motivere til klik på knappen, hvis det tydeligt fremgår, at en uafhængig institution står bag.

Placering af tilbudsknappen

Tilbudsknappen er i prototypen placeret på ejendoms-mæglernes hjemmesider for de enkelte boligpræsentationer. De er placeret her, da målgruppen for finansiering af realkreditlån benytter ejendomsmæglernes hjemmesider til research af boligkøb, og det synes således oplagt at skærpe forbrugernes interesse for indhentning af flere tilbud på realkreditlån, inden de forelsker sig i en bolig og får det tunnelsyn, som kan afholde dem fra at afsøge markedet for realkreditlån, inden de skriver under på en aftale i banken.

I prototypetesten var der ingen deltagere, der fandt tilbudsknappen uden hjælp fra testlederen. Det kan skyldes flere forhold:

- Tilbudsknappen er for usynlig eller velintegreret i designet af ejendomsmæglernes hjemmesider.
- Forbrugeren er i et helt andet "mentalt rum", når de surfer rundt på ejendomsmæglernes hjemmesider. Finansieringen er noget der foregår i banken – ikke hos ejendomsmægleren.
- Standardberegningerne på ejendomsmæglernes hjemmesider interesserer ikke boligkøberne, da de godt ved at der netop er tale om standardberegninger. De skal under alle omstændigheder i banken for at få de "rigtige" tal. Tilbudsknappen bliver en del af den problematik.

- Tilbudsknappen ligner en reklame. Fokus på muligheden for at spare penge virkede utroværdig på flere deltagere. Det gjorde dem muligvis "bannerblinde" – også selvom der ikke var tale om et banner.
- Afsenderforholdet var uklart i den testede knap, og ingen af deltagerne havde nogen forventninger om kunne finde funktionaliteten på siden.

Anbefaling: Det er ikke nødvendigvis forkert at placere tilbudsknappen i ejendomsmæglernes sider for boligpræsentation på internettet. Men der skal arbejdes med design af knappen, så den skiller sig ud. Samtidig skal salgsbudskabet "spar penge" tones ned og der skal i stedet fokuseres på det, der giver værdi for brugeren – nemlig muligheden for at sammenligne priser og indhente tilbud.

Afsenderen skal klart fremgå. Desuden bør det overvejes, hvor indhold fra tilbudsknappen også kan præsenteres – fx i pdf-form, når boligkøbere indhenter salgsmateriale fra ejendomsmæglerne eller på en selvstændig platform som raadtilpenge.dk.

Scope

I protypen blev testdeltagerne præsenteret for en meget enkel prissammenligning og muligheden for at hente tilbud fra de fire danske realkreditinstitutter. I prissammenligningen var der kun mulighed for at se priser på det standardlån, som også præsenteres på ejendomsmæglernes boligsider – nemlig et fastforrettet 30-årigt obligationslån med afdrag i 80% af boligens værdi. Det bliver en meget enkel prissammenlignings-side, hvor der ikke er mulighed for at ændre forudsætninger som lånetype, afdragsperiode eller belåningsgrad. Til gengæld var der mulighed for at åbne en side med detaljer i beregningen eller klikke sig videre til siden for indhentning af lånetilbud.

Testen indikerer, at det meget afgrænsede scope fungerer godt. Der er ingen af deltagerne, der er optagede af at få mulighed for at ændre forudsætninger – heller ikke de deltagere, der i udgangspunktet går efter et andet lån end et fastforrettet obligationslån.

Måske forudsætter deltagerne, at forskelle i priserne vil afspejles tilsvarende i andre lånetyper, afdragsperioder eller belåningsgrader, hvilket vil være en fejlslutning. Måske er de ganske enkelt ikke fortrolige med funktionaliteten og har svært ved at forestille sig udvidelser eller ændringer i scope.

På trods af, at deltagerne ikke efterspørger mere funktionalitet er det dog vores vurdering, at en udvidet version af Tilbudsknappen, hvor brugeren har mulighed for at ændre forudsætninger, vil give oplevelsen af øget værdi især i målgruppen med nogen eller meget indsigt i realkreditlån.

Anbefaling: Selvom testen ikke gav anledning til at ændre på scope af konceptet, bør der i videreudviklingen af Tilbudsknappen gennemføres flere test, hvor en udvidet version stilles til rådighed for deltagerne. Den anbefaling er baseret på dialog om funktionaliteten, som fandt sted i de kvalitative interview ifm. brugertesten. Især to af deltagerne udtrykte ønske om at kunne ændre forudsætningerne, da ideen blev forelagt for dem.

I de efterfølgende test bør det afklares, om udvidelsen af funktionaliteten og dermed en øget kompleksitet står mål med den oplevede værdi af Tilbudsknappen eller reelt flytter fokus fra indhentning af tilbud over til selve prissammenligningen. I den testede version synes der at være balance mellem de to dele af konceptet, som sikrer, at brugeren rent faktisk kommer i gang med tilbudsindhentningen.

Forløb

Når deltagerne i testen først får klikket på Tilbudsknappen, synes forløbet at være enkelt og relativt overskueligt. Når deltagerne i slutningen af testen skal sætte tre ord på Tilbudsknappen, er det ord som "enkel", "effektiv" og "bekvem", der går igen i forskellige varianter. Det skal bemærkes, at deltagerne udelukkende bruger positive ord om den service, de er blevet præsenteret for. Det betyder dog ikke, at der ikke er mulighed for at optimere forløbet. Især i den sidste del – selve tilbudsindhentningen – er det uklart for flere deltagere, hvad der egentlig kommer til at foregå. Flere er usikre på, om de får et tilbud eller blot bliver ringet op af en sælger fra en bank. Uklarheden kan skyldes mangler i formidlingen undervejs. Deltagerne er dog indforstået med, at de er nødt til at levere flere oplysninger, inden der kan leveres et egentlig tilbud. Flere bliver lidt trætte ved tanken, og her har vi et grundæggende problem i løsningen. Der kan ikke leveres tilbud før banken har modtaget alle relevante dokumenter til kreditvurdering og beregning af lånet. Det vil helt sikkert afholde en del fra at benytte den sidste del af forløbet. De orker ikke at samle dokumenterne eller for den sags skyld bruge tid på møder med forskellige banker, medmindre de rent faktisk ønsker at købe huset. Og i de tilfælde skal det tit gå meget stærkt.

Måske er det ikke kun tiden, der skal bruges, eller udfordringer med at fremskaffe de relevante dokumenter, der er problemet. Forbrugeren kan også let føle, at de bliver "klientgjort" i tilbudsprocessen. Som en enkel deltager udtrykte det: "Så skal jeg sidde der til møder med bankerne, som ikke vil låne mig penge, fordi min økonomi er for dårlig. Jeg gider ikke rigtig at bruge tid på det."

Anbefaling: Konceptet for Tilbudsknappen udgør et relativt enkelt forløb fra første klik på knappen til indhentning af tilbud på realkreditlån. Det gør konceptet stærkt, men det bør overvejes at justere sidste del, så brugeren ved udfyldelse af formularen kan bestille detaljerede beregninger fra de fire realkreditinstitutter på det valgte lån og samtidig bede om at blive kontaktet af en eller flere banker med henblik på at få egentlige tilbud. Tilkendegivelsen af, at man ønsker at blive kontaktet, bliver således en ekstra mulighed, der kan tilvælges, fremfor at være hovedformålet med at udfylde formularen. Det er vores vurdering, at flere vil udfylde formularen, og flere vil sandsynligvis også tilkendegive, at de ønsker at blive kontaktet af en bank i det nye reviderede forløb.

Formidling

Prototypeforløbet er gennemført for at konkretisere konceptet og teste den overordnede idé. Målet har ikke været en test af den eksakte udformning. Når det er sagt, gav testen centrale indsigter omkring netop formidling, placering af knapper osv., som kan være nyttige i forbindelse med en evt. udvikling af tilbudsknappen. De er derfor nævnt i det følgende:

- Det fremgår ikke klart, hvorfor der er blevet taget udgangspunkt i et 30-årigt fastforrentet obligationslån. Deltagerne laver ikke koblingen til den standardberegning, der er i salgsopstillingsdokumentet.
- Det fremgår ikke klart, at der kun er fire realkreditinstitutter at vælge imellem. Det overraskede flere deltagere. Det bør fremgå tydeligere.
- Det var uklart for flere deltagere, hvad der reelt kom til at ske, når de klikkede "Send" på formularen sidst i prototypen. Det bør være mere klart.
- Det er uklart, hvornår brugerne kan forvente at høre fra bankerne, når formularen er sendt. Formuleringen "Snarest muligt" opleves lige så diffus, som den er.
- En enkelt deltager stillede spørgsmålstegn ved, hvor mange tilbud man rent faktisk må indhente. Det fremgik heller ikke klart af prototypen.

Anbefaling: Det siger sig selv, at der skal arbejdes videre med formidlingen – omend prototypen faktisk tester rigtig godt. Den er udviklet over nogle få uger, og den kan naturligvis gøres bedre. I hvert eneste trin af forløbet skal der ryddes ud i uklarheder og indforståetheder.

Mængden af informationer i det detaljerede overblik synes at være udmærket dækkende for deltagerne behov. Hvis der skal ændres noget, skal der nok hellere være færre informationer end flere. Fx kunne det overvejes at udelade tabellen for sammenligning af hovedstolen. Deltagerne er optagede af, hvad de skal betale i gebyrer, i bidrag, i rente og i løbet af lånets løbetid. Det bør overvejes at holde den mere ensartede struktur i det detaljerede overblik – altså hvad skal du betale i gebyrer, i rente, i bidrag og samlet i løbets løbetid. Det er de informationer, som deltagerne efterspørger for at kunne vurdere, hvem de ønsker tilbud fra.

Noter

1. Prototypen blev udviklet og testet, inden lancering af tjekboliglaan.dk, der er en ny digital service, som giver forbrugerne mulighed for at sammenligne priser på de boliglån, som banker og realkreditinstitutter har ydet det seneste kvartal. Tjekboliglaan.dk blev lanceret i januar 2017.

Kontakt

Mark Thomsen

M: 3025 8073

Mark.t@adviceas.dk

advice

