

KUNDANSKAFFNING FÖR VILLATJÄNSTER

SKAFFA RÄTT KUNDER

Från kall lokal uppmärksamhet till kvalificerade projektmöjligheter

Kundöversikt av systemet | Version 1.0

Utformat för etablerade bostadsentreprenörer med projekt av högt värde

Validerat genom aktiv tillämpning hos Marko Bygg & Sten

Framtaget av Vuk C. | 2026

ÖVERGRIPANDE ÖVERSIKT

En stabilare väg från uppmärksamhet till intäkt

Det här dokumentet beskriver den kundinriktade arkitekturen, de operativa förväntningarna och den föreslagna samarbetsmodellen. Detaljerade tekniska rutiner och bindande villkor hör hemma i separata interna dokument och avtal.

Bostadsentreprenörer lider sällan enbart av brist på arbete. De lider av fel typ av arbete, ojämn efterfrågan och för mycket tid som går åt till att jaga personer som inte är redo att köpa.

VINSTLÄCKAGET

Värdefull arbetstid förbrukas på projekt med låg marginal, otydlighet eller hög friktion.

INTÄKTSBERG-OCH-DALBANAN

Pipelinen är beroende av rekommendationer, säsonger och oförutsägbara efterfrågetoppar.

Det här systemet är utformat för att förändra

- Skapa ett jämnare flöde av lokal uppmärksamhet från villaägare i stället för att enbart förlita sig på rekommendationer.
- Föra de mest relevanta potentiella kunderna från medvetenhet till en tydlig konsultation eller offertförfrågan.
- Öka andelen seriösa projektmöjligheter genom tydligare positionering, snävare geografi och bättre kvalificering.
- Göra färdiga projekt till nya bevis, kreativa tillgångar och framtida efterfrågan.

SAMARBETET I EN MENING

Jag bygger och driver kundanskaffningssystemet. Du bidrar med hantverket, projektbevisen, annonsbudgeten, kapaciteten och snabb leaduppföljning.

Viktigt: Systemet är utformat för att förbättra kvaliteten och stabiliteten i pipelinen. Det garanterar inte ett fast antal leads, projekt eller intäkter.

Systemet - inte en samling fristående annonser

Värdet ligger i den kompletta bron mellan kall uppmärksamhet och en kvalificerad projektmöjlighet.

VAD DET ÄR

- En komplett lokal infrastruktur för kundanskaffning.
- Meta-setup, målgruppsbyggande, retargeting, formulär eller landningssidor.
- Testning av kreativa koncept och budskap baserat på verkliga projektbevis.
- Kvalificering, rapportering och framtagning av kundcase.
- Ett repeterbart ramverk anpassat till klienten, tjänsten och geografien.

VAD DET INTE ÄR

- En garanti för omedelbara projekt eller ett fast leadflöde.
- En ersättning för försäljning, offertarbete, kapacitet eller kundservice.
- Ett system som kan prestera utan användbara foton, videor och bevis.
- En anledning att annonsera utanför områden som företaget lönsamt kan betjäna.
- En ersättning för ett skriftligt avtal som definierar de kommersiella villkoren.

Bevisat i praktiken

01

Komplett funnel implementerad

TOF, spårning av varma målgrupper, MOF, instant forms och rapportering.

02

Kvalificerade förfrågningar genererade

Systemet har skapat förfrågningar från villaägare och projektmöjligheter.

03

Premiumprojekt i Limhamn

En stenuteplats validerade vägen från annonsering till betalt arbete.

04

Vinnande budskap identifierat

Dolda problem och undvikande av framtida kostnader skapade återkommande handling.

Nuvarande resultat stöder systemarkitekturen. De bevisar ännu inte identiska resultat i varje nisch, stad, säsong eller budget. Nya klienter behandlas som kontrollerade implementeringar - inte som garanterade kopior.

Kundanskaffningssystemet i korthet

Kall uppmärksamhet -> varm målgrupp -> retargeting -> tillit -> uppföljning -> kvalificerad projektmöjlighet.



LEVERANSLOGIK

Sex steg, ett sammanhängande resultat

Stegen är desamma mellan nischerna. Kreativt material, köpdrivare, geografi och kvalificeringsregler anpassas.

#	Steg	Vad som händer	Utfall	Primära mätvärden
1	TOF - Probleminsikt	Nå lämpliga villaägare med korta projektklipp, före/efter-bevis och problemdrivna budskap.	Kall lokal uppmärksamhet	CPM, kostnad per 3 s visning, hook/hold rate
2	Register över varm målgrupp	Spåra relevanta videotittare och engagemangskällor så att retargetingen förblir ren, aktuell och spårbar.	Kvalificerad retargetingpool	Målgruppsstorlek, källa, ålder, geografi, kvalitet
3	MOF - Beslutsaktivering	Retargeta personer som visat intresse med konsekvens, bevis, tydlighet och ett erbjudande om konsultation eller offert.	Lead eller handling på landningssidan	CPL, frekvens, konverteringsgrad, kvalitet
4	Tillit och bevis	Använd omdömen, process, referenser, projektbilder, pristydlighet och bevis på landningssidan för att minska tvivel.	Beslutsförtroende	Landningssidevisningar, formulärstarter, klick för samtal
5	Leadhantering	Bekräfta förfrågan direkt, kvalificera den och för livskraftiga möjligheter vidare till besiktning eller offert.	Bokad besiktning eller samtal	Kontaktgrad, svarstid, bokningsgrad
6	Resultat och tillväxthjul	Leverera arbetet, dokumentera intäkt och kvalitet, samla bevis och gör projektet till nytt kreativt material.	Betalt projekt + nya bevis	Vinstgrad, projektvärde, bruttovinst, material för kundcase

GRUNDLÄGGANDE ARBETSPRINCIP

Bygg inte om hela funneln när ett steg försvagas. Identifiera den svagaste länken, ändra en meningsfull variabel och bevara allt som redan har validerats.

Fem premiumsegment inom villatjänster

Systemet är byggt för tjänster där ett kvalificerat projekt kan motivera kostnaden för att skapa flera förfrågningar. Projektvärdena nedan är vägledande positioneringsintervall - inte garantier.

01

Stenarbete och exklusiv trädgårdsanläggning

Stenläggning & trädgårdsanläggning

Vägledande projektvärde: 40 000-250 000+ kr

Primär köpdrivare: Synlig stolthet, utomhusliv, hållbarhet

Stenuteplatser, stödmurar, premiumuppfarter, altaner och kompletta utomhusmiljöer.

02

Tak och yttre skydd

Takbyte & fasad

Vägledande projektvärde: 80 000-300 000+ kr

Primär köpdrivare: Riskskydd, säkerhet, bevarande av fastighetsvärde

Takbyten, strukturella reparationer, hängrännor, fasadrenovering och yttre skydd.

03

Premiumrenovering av interiör

Kök, badrum & totalrenovering

Vägledande projektvärde: 100 000-500 000+ kr

Primär köpdrivare: Vardagsliv, komfort, nyckelfärdig enkelhet

Köksrenoveringar, badrum, källarombyggnader och totalrenovering av villa eller lägenhet.

04

Strukturella tillbyggnader

Utbyggnad & tilläggsisolering

Vägledande projektvärde: 150 000-1 000 000+ kr

Primär köpdrivare: Mer utrymme, växande familj, värdeökning

Tillbyggnader, vindsinredningar, garage, vinterträdgårdar och energieffektiva uppgraderingar.

05

Tekniska system för bostäder

Värmepumpar, VVS & solceller

Vägledande projektvärde: 70 000-200 000+ kr

Primär köpdrivare: Avkastning, lägre kostnader, driftsäkerhet

Bergvärme, luft-vattenvärmepumpar, VVS-renoveringar, ventilation och solcellsintegration.

Systemet är selektivt av en anledning

Annonsering förstärker det som redan finns. Stark leverans, bevis, kapacitet och uppföljning är grundkrav.

EN STARK MATCHNING

Etablerad verksamhet

Normalt minst två års erfarenhet och flera slutförda projekt.

Användbara bevis

Ett tillförlitligt flöde av foton och videor som visar före, under, efter, team, process och finish.

Kommersiell kapacitet

Förmåga att lämna offert, planera och leverera mer arbete utan att försämra servicekvaliteten.

Tillväxtambition

Ett tydligt skäl att växa: starkare pipeline, bättre projekturval, ny personal, utrustning eller geografisk expansion.

Annonskapital

Klienten betalar mediabudgeten och överenskomna tredjepartsverktyg. Systemet behöver bränsle för att skapa räckvidd och data.

Leaddisciplin

Förfrågningar måste bekräftas snabbt, kvalificeras konsekvent och följas till ett tydligt utfall.

INTE REDO ÄN

Inga projektbevis

Företaget kan inte tillhandahålla trovärdiga foton, videor, omdömen eller referensarbeten.

Ingen uppföljningskapacitet

Leads lämnas obesvarade, offerter skickas sent eller hanteringen är inkonsekvent.

Inget lönsamt erbjudande

Företaget har inte definierat vilka projekt som är önskvärda eller vilket minimivärde som gör kundanskaffningen lönsam.

Ingen leveranskapacitet

Kalendern, bemanningen eller utrustningen kan inte hantera fler kvalificerade projekt.

Förväntningar på garantier

Ägaren förväntar sig fasta resultat oavsett säsong, budget, marknad, innehåll och försäljningsutförande.

Ingen återkopplingsloop

Företaget rapporterar inte samtal, besiktningar, offerter, vinster, förluster och orsaker.

INNEHÅLLSKRAV

Innehåll är inte ett kosmetiskt tillägg. Systemet är beroende av verkligt och relevant projektmaterial. När bevisen är svaga, återanvända eller saknar koppling till det önskade projektet blir prestationen svårare att upprätthålla.

IMPLEMENTERING

En stegvis lansering - inte en omedelbar start

Den exakta tidslinjen beror på kontots beredskap, tillgångarnas kvalitet, godkännanden, budget, målgruppens storlek och marknadsförhållanden.

FAS 0	Matchning och ekonomi <i>Före avtal</i>	Klargör idealiska projekt, serviceområde, kapacitet, minsta projektvärde, erbjudande, bruttomarginal och kommersiella villkor.
FAS 1	Infrastruktur och tillgångar <i>Cirka 1-2 veckor</i>	Granska eller skapa Meta Business-tillgångar, åtkomst, spårning, formulär/landningssida, CRM-flöde, leadnotiser och det första kreativa biblioteket.
FAS 2	Lansering och datainsamling <i>Vecka 2-4</i>	Lansera TOF- och konverteringskampanjer, bekräfta leverans, bygg varma målgrupper och verifiera leadflödet.
FAS 3	Optimering <i>Löpande</i>	Jämför kreativa mekanismer, leadkvalitet, målgruppskällor, CTA-styrka och uppföljningsprestation. Ändra en variabel i taget.
FAS 4	Skalning och bevishjul <i>Efter validering</i>	Öka endast budgeten när leverans, leadkvalitet, klientkapacitet och enhetsekonomi stödjer det. Gör färdiga projekt till nya tillgångar.
FÖRVÄNTANSHANTERING Tidiga signaler kan synas inom några dagar, men en ansvarsfull utvärdering kräver vanligtvis flera veckor. Säsong, geografi, kreativ kvalitet, budget, konkurrens, försäljningsrespons och projektekonomi påverkar resultatet.		

OPERATIVT PARTNERSKAP

Tydligt ansvar förhindrar missförstånd

Systemet fungerar när båda parter respekterar sitt expertområde och rapporterar vad som händer efter att leadet har kommit in.

SYSTEMOPERATÖR	FÖRETAGSÄGARE
• Bygg eller granska infrastrukturen för kundanskaffning. • Utveckla TOF-, MOF-, landningsside- och formulärtillgångar. • Hantera medieleverans, testning och målgruppshygien. • Leverera veckovisa prestations- och diagnosrapporter. • Översätt kampanjdata till specifika innehållsbeställningar. • Dokumentera vinnande budskap, målgrupper och kundcase.	• Tillhandahåll korrekt information om tjänster, geografi, kapacitet och prissättning. • Leverera aktuellt projektinnehåll och bevis enligt plan. • Finansiera annonsbudget och godkända tredjepartsverktyg. • Bekräfta nya förfrågningar snabbt och följ upp samma dag. • Rapportera kontakter, besiktningar, offerter, vinster, förluster och orsaker. • Leverera det hantverk och den kundupplevelse som annonserna utlovar.

Rekommenderad standard för snabb leaduppföljning

Om ägaren inte kan ringa direkt eftersom han eller hon är ute på ett projekt bör en automatisk bekräftelse skickas inom några minuter, följt av ett personligt samtal samma dag eller en bokad tid.

Exempel på bekräftelse: "Hej! Tack för din förfrågan till Marko Bygg & Sten. Jag är ute på ett projekt just nu och återkommer senare idag. Passar en kort avstämning efter kl. 16?"

ANSVARSUPPFÖLJNING

Mät hela den kommersiella kedjan

Råa formulärinskick är inte slutresultatet. Systemet blir mer värdefullt när marknadsförings- och försäljningsresultat kopplas samman.

Nivå	Det som spåras
UPPMÄRKSAMHET	Budget, räckvidd, CPM, kostnad per 3 s visning, hook rate, hold rate, frekvens
VARM MÅLGRUPP	Målgruppsstorlek, källa, datum, geografi, kvalitet, retargetingstatus, utmattningssignaler
LEADGENERERING	Formulärstarter, inskick, kostnad per lead, landningssidehandlingar, meddelanden, samtal
LEADKVALITET	Rätt geografi, tjänstematchning, ägande, projektstorlek, brådska, budgetkontext
FÖRSÄLJNING	Kontaktgrad, svarstid, bokad besiktning, skickad offert, offertvärde, invändningar
AFFÄRSUTFALL	Vunna projekt, inkasserad intäkt, direkta kostnader, bruttovinst, leadkälla, material för kundcase

Veckovis arbetsrytm

- Måndag: leveransstatus, målgruppsstillväxt, spårning och kontoproblem.
- Mitt i veckan: leadflöde, kontaktstatus, kvalitetsfeedback och inga onödiga ändringar.
- Veckoslut: konverteringsgranskning, kvalificerade möjligheter, försäljningsresultat och nästa test.
- Månadsvis: ekonomi, kapacitet, vunna projekt, innehållsinventering och skalningsbeslut.

DEFINITION AV FRAMGÅNG

Det primära kommersiella KPI:t är inte det billigaste leadet. Det är kostnaden och stabiliteten i kvalificerade projektmöjligheter som företaget lönsamt kan besiktiga, offerera, vinna och leverera.

Ett prestationspartnerskap med gemensamma incitament

Det här avsnittet beskriver den föreslagna modellen. Slutlig beräkningsgrund, attribueringsregler, betalningstidpunkt, moms, kostnader, avbokningar och tvister måste definieras i ett separat undertecknat avtal.

Föreslagen struktur

- Klienten betalar annonsbudgeten och godkända tredjepartsverktyg direkt.
- Inget operatörsarvode förfaller innan den första överenskomna resultattröskeln har uppnåtts enligt avtalet.
- Efter validering är det föreslagna prestationsarvodet 5% av dokumenterad bruttovinst från slutförda och betalda projekt som direkt kan hänföras till systemet.
- Avtalet måste definiera attribueringsfönster, kvalificerande lead, direkta projektkostnader, betalningsunderlag, återbetalningar, avbokningar och rapporteringsskyldigheter.

Inkasserad projektintäkt	100 000 kr
Överenskomna direkta projektkostnader	70 000 kr
Dokumenterad bruttovinst	30 000 kr
5% prestationsarvode	1 500 kr

KONSEKVENSKONTROLL

Det här exemplet är 5% av bruttovinsten, inte 5% av omsättningen. Översikten och avtalet måste använda samma beräkningsgrund konsekvent för att undvika tvister.

Varför modellen kan fungera

- Klienten bär mindre operatörsrisk i förskott under valideringen.
- Operatören belönas för kommersiellt värdefulla resultat i stället för enbart aktivitet.
- Båda parter måste upprätthålla transparent försäljnings- och projektrapportering.
- Modellen bör endast fortsätta om ekonomin förblir hållbar för båda parter.

NÄSTA STEG

Från översikt till kontrollerad implementering

Systemet bör endast lanseras när verksamheten, erbjudandet, tillgångarna, kapaciteten, ekonomin och ansvaret är tydliga.

1

Matchningssamtal

Bekräfta tjänster, projektvärde, geografi, kapacitet, tillväxtmål och kommersiell matchning.

2

Tillgångs- och kontogranskning

Granska bevis, innehållsinventering, Meta-tillgångar, spårning, landningssidor, formulär, CRM-flöde och leadhantering.

3

Skriftligt avtal

Definiera omfattning, annonsbudget, grund för prestationsarvode, attribuering, rapportering, godkännanden, ägande och uppsägning.

4

Bygg och lansera

Producera det första kreativa systemet, lansera kampanjer, verifiera flödet och påbörja strukturerad rapportering.

5

Validera och expandera

Bekräfta kvalificerade möjligheter, förbättra det svagaste steget och skala endast när ekonomin stödjer det.

AFFÄREN ÄR INTE ANNONSEN.

Tillgången är det dokumenterade system som återkommande förflyttar lämpliga villaägare från kall uppmärksamhet till ett kvalificerat kommersiellt samtal.

Den här översikten är informativ och utgör ingen garanti, juridisk överenskommelse, skatterådgivning eller finansiell rådgivning. Alla bindande villkor ska anges i ett separat undertecknat avtal som har granskats utifrån parternas faktiska omständigheter.