



Høgskolen i **Hedmark**

Campus Rena
Avdeling for økonomi- og ledelsesfag

Jenny Marlene Elvegård og Irina Westrum

Bacheloroppgave

**Kundetilfredshet og
eiendomsmeglingsloven**

Customer satisfaction and the Act relating to
Estate Agency Activities

Bachelor i eiendomsmegling

Våren 2016

Samtykker til utlån hos høgskolebiblioteket JA X NEI

Samtykker til tilgjengeliggjøring i digitalt arkiv Brage JA X NEI

Forord

Dette er en oppgave som vi har skrevet i forbindelse med vårt avsluttende semester på bachelorgraden i eiendomsmegling ved Høgskolen i Hedmark avdeling for økonomi- og ledelsesfag. Det har vært en svært lærerik prosess, og det har vært spennende både å snakke med erfarne eiendomsmeglere og å undersøke et tema vi selv synes er veldig interessant.

Det har vært en utfordring, men vi er fornøyde med resultatet og håper det er flere som kan ha nytte av oppgaven vår.

Vi ønsker å takke for all hjelp vi har fått i forbindelse med oppgaven, både fra veileder, de ansatte i administrasjonen, medstudenter, og familie. Vi ønsker også å takke alle de hyggelige eiendomsmeglerne som deltok i undersøkelsen vår, og som var svært imøtekommende og hjelpsomme.

Rena, 25. april 2016

Jenny Elvegård og Irina Westrum

INNHold

FORORD	3
NORSK SAMMENDRAG	6
ENGELSK SAMMENDRAG (ABSTRACT)	7
LISTE OVER FIGURER	8
1. INTRODUKSJON	9
1.1 INNLEDNING	9
1.2 PROBLEMSTILLING	10
1.3 AVGRENSNINGER	10
1.4 DISPOSISJON	11
2. TEORI	12
2.1 EIENDOMSMEGLINGSLOVEN - UTFØRELSEN AV OPPDRAGET	13
2.2 GOD MEGLERSKIKK	16
2.3 KVALITET I EIENDOMSMEGLINGSTJENESTEN	17
2.4 FORVENTNINGER OG KUNDETILFREDSHET	18
2.5 TEORETISKE ANTAGELSER OM KUNDENS FORVENTNINGER	21
3. METODE	23
3.1 VALG AV METODE	23
3.2 FORSKNINGSDESIGN	23
3.3 VALG AV INFORMANTER OG DATAINNSAMLINGSMETODE	24
3.4 DATAKVALITET – RELIABILITET OG VALIDITET	25
3.5 FORSKNINGSETISKE HENSYN	28
4. ANALYSE	29
4.1 INNLEDNING	29

4.2	ER EIENDOMSMEGLINGSLOVEN DEKKENDE NOK?	29
4.3	KUNDENS FORVENTNINGER TIL EIENDOMSMEGLEREN	32
4.4	KUNDETILFREDSHET I EIENDOMSMEGLINGSTJENESTEN	36
5.	AVSLUTNING	38
5.1	KONKLUSJON	38
5.2	VIDERE FORSKNING PÅ TEMAET	40
	LITTERATURLISTE	41
	VEDLEGG	42

Norsk sammendrag

Denne oppgaven dreier seg om temaet kundetilfredshet i eiendomshandler. Oppgaven har undersøkt problemstillingen «Er det tilstrekkelig å holde seg til dagens lovpålagte krav for å gjøre kunden tilfreds?». Metoden som er brukt i denne undersøkelsen er kvalitative tilnærminger med gruppe- og dybdeintervjuer, og et enkeltcasesdesign med eiendomsmeglere som case. Det ble valgt kriteriebasert utvelgelse da eiendomsmeglere var vår målgruppe for undersøkelsen. Det ble intervjuet åtte meglere fra ulike eiendomsmeglerforetak, som ble innhentet ved hjelp av rekruttering via telefon og snøballmetoden.

Teorien som er lagt til grunn for den videre undersøkelsen av oppgaven er eiendomsmeglingslovens kapittel 6 om oppdragsutførelsen, samt Woodruffs og Gardials teori om kundetilfredshet. Det er også viet en del plass til begrepene kvalitet og forventninger da dette er svært sentrale påvirkningsfaktorer for kundetilfredshet. Den relevante teorien ble brukt til å tolke funnene fra intervjuene og for å finne sammenhenger mellom de aktuelle temaene i oppgaven; eiendomsmeglingsloven, kundens forventninger, og kundetilfredshet.

Gjennom undersøkelsen kom det frem at kundene i svært liten grad fokuserte på de lovpålagte kravene til eiendomsmeglerne, men heller på andre trekk slik som eiendomsmeglerens personlighet, tilgjengelighet til tjenesten, og å få en god pris for eiendommen. Disse aspektene er ikke lovpålagte for eiendomsmeglere, men er likevel svært viktige for at kunden skal bli tilfreds ved bruk av megler i en eiendomshandel. Vi fant ut at det å følge de lovpålagte kravene i eiendomsmeglingsloven ikke nødvendigvis er det avgjørende for kundetilfredshet.

Engelsk sammendrag (abstract)

This assignment revolves around the theme of customer satisfaction in real estate services. The thesis explores the issue of whether it is enough for realtors to follow the statutory requirements to satisfy customer expectations in terms of real estate services. The methods used in this study were qualitative approaches with personal interviews, and a single case design with realtors as the case. We chose a criteria-based selection of realtors. We interviewed eight realtors from various real estate agencies, who were recruited by telephone and the snowball-method.

The literature we found relevant for the further study of the assignment was chapter six in the estate agency act, as well as Woodruff and Gardials theory of customer satisfaction. It is also devoted some space to the factors “quality” and “expectations”, as they have an important impact on customer satisfaction. We used the relevant literature to interpret the findings from the interviews and to uncover links between the themes in this study; the estate agency act, customer expectations, and satisfaction.

Throughout the assignment we discovered that customers seldom focuses on the statutory requirements for real estate agencies, but rather on other features such as the realtors personality, availability of the service, and getting a good price for the estate. These aspects are not mandatory for real estate agencies, but still very important for the customers to be satisfied when using a realtor. In this assignment, we found out that following the statutory requirements of the estate agency act is not necessarily essential for customer satisfaction.

Liste over figurer

Figur 1: *The Customer Satisfaction Theory*.....19

1. Introduksjon

1.1 Innledning

For bare noen få år tilbake ble profesjonsyrket eiendomsmegling underlagt en ny og forbedret lov der eiendomsmegler ble en beskyttet tittel, jf. LOV-2007-06-29-73 (endret 2015). Før denne tid kunne nesten hvem som helst selge boliger i Norge og kalle seg for eiendomsmegler, og det er klart at det da oppsto både problemer og misnøye. Mange var nok kritiske til meglere, og profesjonen har lenge hatt et dårlig omdømme som følger av mangelfull lov og forskrift (Bråthen & Solli, 2011). Etter lovendringen i 2007 ble det lovpålagt med utdanning for å kunne jobbe som eiendomsmegler, og mange ukvalifiserte aktører forsvant fra bransjen (Bråthen & Solli, 2011). Yrket fikk et nytt pust og folks tillit til eiendomsmeglere kom sakte på vei tilbake igjen. I dag er eiendomsmeglernes omdømme betydelig forbedret, men det er fortsatt en vei igjen å gå for at yrket skal få mer tiltro fra samfunnet (Bråthen & Solli, 2011).

Dette er en av mange grunner til hvorfor eiendomsmeglingsbransjen er så spennende, og som ferske meglerstudenter som snart skal ut i jobb så er det spesielt interessant og lærerikt for oss å se på hvilke forventninger kundene har til oss i forhold til hva vi er lovpålagt å gjøre. Er det nok å kun holde seg til de arbeidsoppgaver som loven setter krav om, eller er det nødvendig å strekke seg litt lenger for at kjøper og selger skal bli fornøyd? Vi ønsker å se enda nærmere på de lovmessige rammene som er satt for eiendomsmeglere, og om disse i praksis er utfyllende og gode nok.

Gjennom personlige erfaringer og folkemunne har vi fått inntrykk av at det finnes misoppfatninger om hvilke arbeidsoppgaver og hvilket ansvar eiendomsmeglere egentlig har. På bakgrunn av dette har vi en antagelse om at det kanskje settes litt store forventninger til megleren ved boligsalget. Vi tror at mange generelt har høye forventninger til eiendomsmeglere, både når det gjelder profesjonalitet, tilgjengelighet, fremtreden og prisantydning på boligen. For oss er dette et svært aktuelt tema, da det er viktig å vite hva som skal til for å øke kundetilfredsheten slik at man klarer å beholde klientene sine, og komme seg fram i denne konkurransefylte bransjen. I et lengre perspektiv er det ønskelig at

et økt fokus på kundetilfredshet vil være med på å endre samfunnets bilde av eiendomsmeglingsbransjen, og at dens omdømme således forbedres slik at flere velger å bruke eiendomsmegler til sin eiendomshandel.

1.2 Problemstilling

Vi mener det vil være interessant for oss å utforske de lovpålagte kravene til eiendomsmegleren ved utførelsen av et oppdrag opp imot forbrukernes forventninger til tjenesten. Vi har ikke funnet noe særegen forskning rundt dette temaet, og vi mener ut ifra dette kan oppgaven være et verdifullt bidrag til forskningen. Således vil vi kunne ha unik forkunnskap når vi etter hvert begynner å jobbe i eiendomsmeglingsyrket, i tillegg til at andre forhåpentligvis også kan ha nytte av denne oppgaven.

Vi har valgt å definere problemstillingen slik:

«Er det tilstrekkelig å holde seg til dagens lovpålagte krav for å gjøre kunden tilfreds?»

Problemstillingen vi har valgt har som formål å vurdere om de lovpålagte kravene er nok til å tilfredsstille partene i en eiendomsmeglingshandel. Enheter her er kundene, og variablene er tilfredshet og oppfylling av forventningene. Tilfredshet er den avhengige variabelen mens oppfylling av forventningene er den uavhengige, og det at kundetilfredshet henger tett sammen med forventninger kommer vi til å gå nærmere inn på i teoriavsnittet i oppgaven.

1.3 Avgrensninger

Oppgaven er avgrenset til å kun fokusere på forbrukerforhold. Med forbrukerforhold menes tilfeller der oppdragsgiver er en fysisk person som ikke hovedsakelig handler som ledd i

næringsvirksomhet, jf. emgll. (2007) § 1-3. Dette vil altså si personer som anvender eiendomsmeglingstjenesten til egen bruk, slik som ved kjøp av bolig til seg selv.

Grunnen til at vi velger å avgrense problemstillingen slik, er fordi forbrukere ofte har lite eller ingen kunnskap om de aktuelle lovene, samt lite erfaring da eiendomshandler er noe de fleste foretar seg svært sjelden. Derfor er flere bestemmelser i loven preseptoriske, altså ufravikelige i forbrukerforhold, i motsetning til for næringsdrivende. Vi viser her til eiendomsmeglingsloven av 2007. Forbrukere mangler rett og slett kunnskap om hvilket ansvar eiendomsmeglere har og hva som er lovmessig påkrevd av dem i forbindelse med en eiendomshandel, og det er derfor grunn til å tro at dette er del av årsaken til forbrukeres høye forventninger.

1.4 Disposisjon

Denne oppgaven er bygd opp for å presentere og besvare den overordnede problemstillingen på en god og oversiktlig måte. Dette har vi gjort ved å først begynne med en gjennomgang av relevant teori og viktige begreper for undersøkelsen. Videre i kapittel tre fremlegges hvilken metode som har blitt valgt for undersøkelsen og begrunnelser for dette, samt eventuelle svakheter ved metodevalget, og etiske hensyn vi har i denne forbindelse. I tillegg vil det i denne delen bli redegjort for datamaterialets kvalitet og årsaker til mulige svakheter ved dette. I kapittel fire kommer oppgavens analysedel hvor resultatene fra undersøkelsen vil bli presentert og tolket. Her vil vi drøfte funnene og understøtte dem med relevant teori. I det femte og siste kapittelet er oppgavens avslutning. Her vil det gis en avsluttende konklusjon på bakgrunn av vår analyse og teori. Helt til slutt vil det kort bli redegjort for eventuelle svakheter ved undersøkelsen som kan forbedres til videre forskning.

2. Teori

Oppgaven vår inneholder to nøkkelbegreper: forventninger og kundetilfredshet. Vi kommer til å bruke disse begrepene til å styre og avgrense tolkningen vår av en tilfredsstillende eiendomsmeglingstjeneste.

Først blir det gjort rede for de lovpålagte kravene til utførelsen av en eiendomshandel. Her holder vi fokus på eiendomsmeglingsloven fordi denne er den mest sentrale for eiendomsmeglere og problemstillingen vår. Vi kommer til å konsentrere oss om kapittel 6 i eiendomsmeglingsloven som handler om selve oppdraget. Det er ved utførelsen av oppdraget at «moment of truth» skjer, for det er her at samhandlingen mellom kunden og eiendomsmegleren finner sted (Wilson, 2012). Dette er grunnlaget for kundens videre vurdering av tjenesten som han/hun har opplevd, og er derfor sentralt for problemstillingen.

Et eget underkapittel blir dedikert til god meglerskikk fordi dette er en lovpålagt ramme som er svært sentral og viktig i eiendomsmeglingsloven, jf. emgll. (2007) § 6-3 om god meglerskikk. Denne krever at oppdragstakerens handlinger hele tiden skal vurderes opp mot hver enkelt situasjon, og at eiendomsmegleren skal sørge for at begge partene i en eiendomshandel får like mye hjelp og omsorg, selv om megleren i hovedsak gjør oppdraget på vegne av oppdragsgiveren, jf. emgll. (2007) § 6-3 først ledd. Denne paragrafen er åpen for ulike tolkninger, og derfor skal vi prøve å belyse den nærmere.

Underveis belyses også begrepet kvalitet fordi det har en svært sentral rolle i den helhetlige kundeopplevelsen (Wilson, 2012). Eiendomsmeglingstjenesten går i seg selv ut på å gjennomføre eiendomshandelen på en tilfredsstillende måte, men for kjøperen og selgeren så antar vi at eiendommen er minst like viktig for den totale opplevelsen. Dette tror vi kan gjøre målingen av kundetilfredshet i eiendomsmeglingstjenesten krevende. Selv om eiendomsmeglere oftest blir ansatt av selgere, så skal megleren være en mellommann og sørge for at både kjøperens og selgerens opplevelse blir slik som de forventer (jf. emgll. § 6-3).

Til slutt fremlegges Woodruff og Gardial (1996) sin teori om kundetilfredshet (expectations-disconfirmation) for å se på sammenhengen mellom begrepene «forventninger» og

«kundetilfredshet», og gjøre rede for hvordan denne modellen gjelder også for eiendomsmeglingstjenesten. Vi har ikke funnet noen tidligere teorier som gjelder eiendomsmeglingslovens kvalitet i forhold til kundetilfredshet og forventninger, derfor inkluderer vi den overnevnte teorien fra feltet økonomi- og ledelsesvirksomhet. Grunnen til hvorfor det har vært vanskelig å finne teori som fokuserer seg direkte på vårt empiriske felt kan være fordi dagens eiendomsmeglingslov av 2007 er relativt ny. Vi kommer senere i oppgaven til å vurdere om denne teorien er et tilstrekkelig supplement for å belyse problemstillingen.

2.1 Eiendomsmeglingsloven - utførelsen av oppdraget

I dette kapittelet vil vi forklare hva eiendomsmeglingslovens virkeområde er, og gå detaljert inn i eiendomsmeglingslovens kapittel 6 som handler om oppdragsutførelsen. Oppdragsutførelsen er sannsynligvis som kundene bedømmer eiendomsmeglingstjenesten ut ifra. Gjennomgåelsen av dette kapittelet gir også en grov beskrivelse av hvilke trinn man går gjennom i en eiendomshandel, fra søk etter en profesjonell utøver av tjenesten, til kontraktsinngåelsen.

Eiendomsmeglingslovens virkeområde er å bistå begge partene i en eiendomshandel på en uavhengig måte, jamfør eiendomsmeglingsloven (2007) § 1-1. Med partene menes kjøper/selger og medkontrahenten. Kort sagt går gjennomføringen av oppdraget ut på at megleren skal sørge for at det gis en pengeytelse fra kjøper mot en rådighet over en eiendom fra selger på en trygg måte. Eiendomsmeglerens oppgave er å passe på at gjennomføringen av eiendomstransaksjonen skjer lovmessig, at *ytelse mot ytelse*- prinsippet blir ivaretatt, og minimere risikoen for begge partenes tap.

Oppdragstaker og ansvarlig megler

Eiendomsmeglingslovens (2007) §§ 6-1 og 6-2 handler om hvilke krav som stilles til oppdragstaker og ansvarlig megler, samt hvilke oppgaver de har. Oppdragstaker er den som utfører eiendomsmeglingstjenesten og som har kompetanse jamfør eiendomsmeglingslovens

(2007) §§ 4-1, 4-2, 4-3 eller 4-5 tredje ledd. Selv om en megler har all nødvendig kompetanse for å gjennomføre et oppdrag, så skal det være en ansvarlig megler som gjennomfører de vesentligste elementene eiendomsmeglingsoppdraget, jf. emgll. (2007) § 6-2 andre ledd. Det henvises til disse paragrafene for å senere få rede på om kompetansekravene har noe å si for kundetilfredsheten.

Oppdragsavtalen og oppdragets varighet

Når kunden velger å bruke eiendomsmeglingstjenesten til et eiendomsmeglingsforetak så er det lovpålagt at det blir satt sammen en skriftlig oppdragsavtale mellom oppdragstakeren og oppdragsgiveren, jamfør eiendomsmeglingsloven (2007) § 6-4. Denne skal inneholde relevante opplysninger som opplysninger om kunden, eiendomsmeglingsforetaket, oppdragets karakter og vederlaget.

Jamfør emgll. (2007) § 6-5 skal eiendomsmeglingsoppdragets varighet ikke overskride seks måneder med mindre det ikke blir fornyet i nye seks måneder. Dersom megleren eller kunden av eventuelle grunner vil avlyse oppdraget kan det gjøres uten varsel. Uansett har eiendomsmegleren krav på vederlag for den gjennomførte tjenesten uavhengig av varigheten jf. emgll. (2007) § 6-5 tredje ledd.

Oppdragstakerens undersøkelses- og opplysningsplikt

Paragraf 6-7 i eiendomsmeglingsloven (2007) er særdeles viktig, og handler om oppdragstakerens undersøkelses- og opplysningsplikt. Eiendomsmegleren er pålagt å utarbeide et prospekt i henhold til lovbestemte krav som senere skal brukes til å beskrive eiendommen og gi mulige interessenter informasjon før kjøpet, jf. emgll. (2007) §6-7 andre ledd:

(2) Oppdragstakeren plikter før handel slutes å gi kjøperen en skriftlig oppgave som minst inneholder følgende opplysninger:

1. eiendommens registerbetegnelse og adresse,
2. eierforhold,
3. tinglyste forpliktelser,
4. tilliggende rettigheter,
5. grunnarealer,

6. bebyggelsens arealer og angivelse av alder og byggemåte,
7. eventuell adgang til utleie av eiendommen eller deler av denne til boligformål,
8. ferdigattest eller midlertidig brukstillatelse,
9. ligningsverdi og offentlige avgifter,
10. forholdet til endelige offentlige planer, konsesjonsplikt og odelsrett,
11. spesifikasjon over faste løpende kostnader,
12. hvis kjøpesum er fastsatt, totalkostnad som omfatter andel av fellesgjeld, alle gebyrer, avgifter og øvrige kostnader,
13. hvis kjøpesum ikke er fastsatt, en samlet oppstilling som omfatter prisantydning, andel av fellesgjeld, alle gebyrer, avgifter og øvrige kostnader, samt summen av disse beløpene, og
14. hva som er avtalt om meglers vederlag, jf. § 7-2.

Her må eiendomsmegleren må være ytterst nøye med å gi korrekte opplysninger om alt som en eventuell kjøper før handelen kan regne med å få, jamfør emgll. (2007) § 6-7 første ledd. Dersom megleren føler at kjøperen bør opplyses om flere opplysninger utover de minimumskravene som er satt i loven, så skal megleren sørge for å fremlegge disse. Hvis eiendomsmegleren gir uriktige eller unnlater å gi alle nødvendige opplysninger så vil dette være gyldig grunn for kjøperen til å reklamere, samt at eiendomsmegleren kan bli tiltalt for å ha brutt loven.

Oppdragstakerens plikter ved kontraktsslutningen og gjennomføringen av handelen

Når kjøperen har akseptert budet, og bindende avtale er inngått så er det viktig at megleren utarbeider en kjøpekontrakt. Kvaliteten på innholdet og utformingen av kontrakten gjenspeiler hvor grundig de tidligere opplysningene har blitt innhentet. Etter eiendomsmeglingslovens (2007) § 6-8 skal det lages en skriftlig kjøpekontrakt med alle vesentlige vilkår for handelen. Som oftest inneholder kontrakten kjøpesum og betalingstidspunkt, eventuelle avtaler partene har seg imellom, og tidspunkt for overtakelsen (Bråthen & Solli, 2011). I motsetning til oppdragsavtalen som er en avtale mellom selger og eiendomsmegler, så er kjøpekontrakten en avtale mellom selger og kjøper (Bråthen & Solli, 2011).

Etter at kjøpekontrakten er undertegnet er det tid for siste fase, oppgjørsfasen, der oppdragstakeren blant annet utarbeider og tinglyser skjøtet, et dokument som overdrar eiendomsretten fra selgeren til kjøperen. Her henvises det til emgll. (2007) § 6-9. Denne fasen kan antas å være den mest tekniske av de overnevnte fordi den krever at megleren bruker ferdighetene som han/hun har tilegnet seg gjennom utdanning og erfaring svært nøye slik at oppgjøret blir gjennomført korrekt.

2.2 God meglerskikk

God meglerskikk er en av de mest vesentlige delene i utøvende eiendomsmegling fordi selve paragrafen er elastisk og kan tolkes på flere måter. «Kravet om å utføre oppdraget i samsvar med god meglerskikk er generell, og kommer til anvendelse der oppdragsavtalen eller loven ikke inneholder en mer presis regulering av meglers plikter overfor oppdragsgiver og hans medkontrahenter» (Rosen & Torsteinsen, 2013, s.221). Grunnen til hvorfor denne delen av loven er viktig er på grunn av at den må vurderes skjønnsmessig, og presset ligger ofte på hvordan eiendomsmegleren selv tolker den.

Det henvises her til eiendomsmeglingsloven (2007) § 6-3:

§ 6-3. God meglerskikk

- (1) Oppdragstaker skal i sin virksomhetsutøvelse opptre i samsvar med god meglerskikk med omsorg for begge parters interesser. Oppdragstakeren må ikke opptre på noen måte som er egnet til å svekke tilliten til oppdragstakerens integritet og uavhengighet.
- (2) Oppdragstakeren skal gi kjøper og selger råd og opplysninger av betydning for handelen og gjennomføringen av denne.
- (3) Oppdragstakeren skal ikke inngå avtale om eiendomsmegling dersom inngåelse av slik avtale er satt som vilkår i avtale om annet enn eiendomsmegling.
- (4) I forbindelse med eiendomsmeglingsoppdrag kan det ikke settes som vilkår at oppdragsgiveren inngår avtale om ytelser som ikke står i rimelig sammenheng med oppdraget.

Sammenliknet med de tidligere nevnte paragrafene i eiendomsmeglingsloven så er god meglerskikk det punktet som har nærmest sammenheng med begrepet synlig kvalitet, som vi kommer tilbake til i neste underkapittel. I motsetning til de lovpålagte kravene nevnt tidligere, så avhenger kravet om god meglerskikk av situasjonen. Megleren må håndtere hver situasjonen etisk riktig på bakgrunn av hva markedet for øyeblikket definerer som riktig, og derfor er dette begrepet også dynamisk (Bråthen & Solli, 2011). Det er ingen bestemt oppskrift på hvordan oppdragstakeren skal takle ulike situasjoner, for eksempel når oppdragstakeren møter mennesker i samlivsbrudd eller økonomiske problemer. Et annet eksempel er hvordan megleren skal håndtere at partene har ulike oppfatninger om hva prisen på eiendommen skal være. Bråthen og Solli (2011, s.40) definerer etiske problemstillinger slik: «Enkelt kan det sies at de fleste etiske problemstillingene oppstår der jussen ikke kan gi et klart svar. Det er nettopp når de etiske problemstillinger kommer på spissen at saker kan være vanskelig å håndtere for eiendomsmegleren».

Vi nevnte tidligere at eiendomsmeglingsloven er preseptorisk, til fordel for kunden. Selv om internrutiner, Kredittilsynet, og erfaring fra bransjepraksis virker som rettvise pekepinner til å konkretisere god meglerskikk, er ikke disse strenge og definerte rammer, og nettopp derfor blir den situasjonsbestemte tolkningen opp til megleren (Bråthen og Solli, 2011). Megleren har et stort ansvar når det gjelder å tolke begreper som tillit, omsorg og rimelighet (Bråthen & Solli, 2011).

2.3 Kvalitet i eiendomsmeglingstjenesten

Synlig og ikke-synlig kvalitet

Vi nevnte tidligere begrepet «moment of truth», som på norsk kan oversettes til «sannhetens øyeblikk». Sannhetens øyeblikk er ifølge Wilson når eiendomsmegleren har direkte kontakt med kunden (2012). Her påvirkes kundens oppfatning og relasjon til bedriften (Wilson, 2012), og vi benevner derfor dette som synlig kvalitet. Eiendomsmeglere kan defineres som

frontpersonalet ved at det er de som fronter markedet og er bedriftens «ansikt utad». Eiendomsmeglingsforetaket består likevel ikke bare av eiendomsmeglerne som dets ansikt utad til kunden, men består også av bakenforliggende støttefunksjoner som kvalitetskontroll, administrasjon og en eventuell oppgjørsavdeling (Bråthen & Solli, 2011). Disse støttefunksjonene benevnes i denne oppgaven som ikke-synlig kvalitet fordi de ikke er del av selve kundemøtet.

Selv om eiendomsmegling defineres som en tjenesteorientert organisasjon så består tjenesten også i å produsere visse bi-produkter, slik som en oppdragsavtale, salgsoppgave, kjøpekontrakt og oppgjørsoppstilling. Disse blir ikke nødvendigvis utformet i sannhetens øyeblikk sammen med kunden, men en del av opplysningene om eiendommen innhentes ofte av megleren på forhånd uten å ha direkte kontakt med oppdragsgiveren. Utførelsen av dette kan også påvirke kundetilfredsheten selv om det ikke nødvendigvis er «synlig» for kunden.

De bakenforliggende støttefunksjonene til en tjeneste kan være minst like viktige for hvor god, profesjonell, eller velutformet utførelsen av tjenesten blir. Ikke-synlig kvalitet er derfor med på å påvirke den totale kvaliteten på tjenesten og dermed også kundetilfredsheten.

2.4 Forventninger og kundetilfredshet

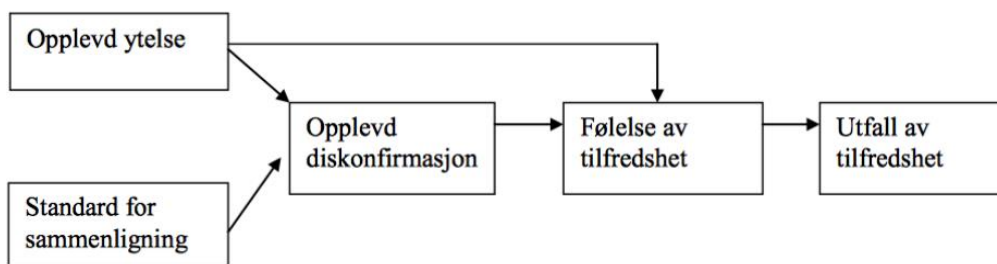
Zigler og Paulsen (2012, s.23) definerer kundetilfredshet slik: «Kundetilfredshet er et uttrykk for om forventningene til et produkt blir innfridd». Kundetilfredshet og forventninger er altså to uttrykk som henger tett sammen. Dersom forventningene til partene i eiendomshandelen blir innfridd så oppnår man kundetilfredshet.

Woodruff og Gardials teori om kundetilfredshet

Woodruff og Gardials teori knytter sammen begrepene forventning og kundetilfredshet.

Woodruff og Gardial forklarer den opplevde ytelsen som hvor fornøyd kunden var med den servicen som er gitt fra kundens perspektiv. Kunder opplever en gitt service forskjellig ut ifra sine standarder for sammenlikning. I følge Woodruff og Gardial (1996) er standarder for

sammenlikning ofte tidligere opplevelser, markedsføringen av tjenesten som tilbys, og erfaringene i ens omgangskrets. Disse settes opp mot hverandre og resulterer i opplevd diskonfirmasjon. Dersom diskonfirmasjonen er positiv fører det til en følelse av tilfredshet og at forventningene har blitt innfridd, og om den er negativ, blir kunden utilfreds fordi servicen ikke nådde kundenes forventninger. Hvis kunden ble fornøyd vil utfallet av det være tillit, pålitelighet og godt omdømme til bedriften, mens det motsatte kan føre til klager, dårlig omdømme og at kunden ikke har lyst til å komme tilbake (Woodruff og Gardial, 1996)



Figur 1: “The Customer Satisfaction Theory” Woodruff og Gardial (1996, s. 88)

Dersom man tar modellen i bruk i eiendomsmeglingsammenheng og for hvordan kundetilfredshet kan nås, så kan det vises med følgende eksempel:

Kunden har ansatt en megler for å selge sin eiendom, og han ble fornøyd med servicen som har blitt gitt ham. En slektning fortalte kunden at han brukte denne megleren og var veldig fornøyd. Siden både kunden og familien hans er enige i at servicen var tilfredsstillende så ble kunden fornøyd. Dette fører til at kunden sprer gode rykter, såkalt «word of mouth», og resultatet blir at omdømmet til bedriften forbedres.

Vår tolkning er at denne teorien kan i praksis stemme for eiendomsmegling slik vi viste i eksempelet over. Likevel er det et par kritiske punkter man må være klar over for å ta modellen i bruk for fullt. Det å selge en eiendom er for de fleste en stor begivenhet, og det er ikke noe man gjør så ofte, dermed vil standarder for sammenlikning i flere tilfeller være få. Selve opplevelsen av tjenesten skjer som oftest på et bestemt tidspunkt, men dersom man kjøper en bolig kan det gå lang tid fra eiendomsmeglings servicen ble ytt, til man finner

eventuelle feil eller mangler i etterkant. Selv om kunden ble tilfredsstilt, kan det fort snu seg. Dette kommer vi mer inn på under presentasjonen av våre teoretiske antakelser.

Eiendomsmegling er en tjeneste, det vil si at det utføres en ikke-fysisk ytelse fra oppdragstakeren, til partene i handelen (Wilson, 2012). Derimot så hjelper eiendomsmegleren oppdragsgiveren med å selge et fysisk produkt.

Både kjøperen og selgeren har sine egne forventninger til utførelsen av eiendomsmeglingstjenesten. Forventningene til partene vil være forskjellige ut ifra segmentet de tilhører, som blir definert av kriterier som demografi, livssituasjon og økonomien i landet for å nevne noen punkter (Kotler, 2005). Vi har noen teoretiske antagelser om hvilke referansepunkter de fleste kundene bruker når vi snevrer inn forventningene til selve eiendomsmeglingstjenesten. Disse blir presentert under.

2.5 Teoretiske antagelser om kundens forventninger

Nedenfor fremlegges noen teoretiske antakelser om hva som kan være med på å forme kundenes forventninger til eiendomsmeglingstjenesten og således også kundetilfredsheten (Bråthen & Solli, 2011, s. 11).

Salgspris

Når en eiendom selges så er det naturlig å tro at de aller fleste ønsker at eiendommen skal selges for høyest mulig pris for å få større fortjeneste. Bråthen og Solli (2011) mener at selgeren ofte sammenlikner sin eiendom mot prisene i nabolaget, og fokuserer mindre på selve eiendommen og prisutviklingen i boligmarkedet.

Siden det er stor konkurranse i eiendomsmeglingsbransjen så velger selgeren noen ganger å innhente flere meglere til oppdraget, og det kan tenkes at det for noen eiendomsmeglere kan friste å sette en høyere prisantydning på eiendommen for å tiltrekke og vinne kunder. Dette er for det første ikke lov, jf. markedsføringsloven (2009) § 7 om villedende handlinger. For det andre skapes urealistiske forventninger hos kunden som kun vil slå negativt ut på megleren når boligen ikke selges til den antatte prisen. Som megler skal man jobbe for å unngå dette, og alltid sette prisantydningen på et realistisk nivå.

Tidsaspektet

Vi tror også at mange av de som ansetter en megler tenker at eiendommen skal bli solgt i et nokså kort tidsrom. Dette blir ikke alltid tilfelle da det noen ganger kan ta lang tid å gjennomføre salget dersom det skal utføres på en riktig og kvalitetssikker måte.

Svakheter ved eiendommen

Som kjøper har man kanskje den oppfatningen at eiendommen er i god stand når den selges gjennom en profesjonell utøver og det ikke er opplyst om noen markante mangler eller svakheter. Dersom det i ettertid kommer frem at eiendommen ikke var så feilfri som det fremgikk av annonsen og/eller salgsoppgaven, så hender det at kjøperen legger skylden på eiendomsmegleren som ikke opplyste om disse manglene.

«Megleren er en ekspert på sitt område, men ikke på tekniske forhold, kompliserte juridiske spørsmål og andre forhold som faller utenfor det man med rimelighet kan forvente av en megler.» (Rosen & Torsteinsen, 2013, s.248).

Med dette menes det at det ikke er meglerens ansvar å grundig undersøke eiendommen. Megleren har som oftest svært begrenset kompetanse når det kommer til byggets tekniske og bygningsmessige tilstand.

3. Metode

3.1 Valg av metode

I denne undersøkelsen er det hovedfokus på å finne ut av hvilke meninger og oppfatninger eiendomsmeglere har i forhold til temaet, og det har derfor blitt valgt å gjennomføre kvalitativ metode for å belyse problemstillingen. Vi har bestemt oss for å kun forholde oss til kvalitative tilnærminger og innhente myke data. Kvalitativ metode egner seg godt for fenomener som er forsket lite på tidligere slik som det temaet vi har valgt å undersøke (Johannesen, Tufte og Christoffersen, 2010). Det ble i startfasen vurdert om det ville være hensiktsmessig med metodetrianglering, altså å gjennomføre både kvalitative og kvantitative metoder for å få både bredde og dybde i vår undersøkelse, men vi kom fram til at det ville bli ressurskrevende å gjennomføre dette. En av ulempene med metodevalget er da at man ikke får representativitet og bredde i undersøkelsen, dette er bevisst valgt bort for å kunne bruke mer tid og ressurser på å innhente gode kvalitative data.

Kvalitativ metode dreier seg mye om fortolkning av datamateriale, og det å gå i dybden for å finne mening og forståelse rundt et fenomen (Johannesen et al., 2010). Det er nettopp det vi ønsker å gjøre i vår studie, og ved å gjennomføre en kvalitativ studie vil man kunne få detaljerte og kvalitetsrike data. Det ble derfor valgt å bruke dybdeintervjuer som kvalitativ metode for datainnsamlingen.

3.2 Forskningsdesign

Med utgangspunkt i problemstillingen så vi på hva og hvem vi ønsket å undersøke, og hvordan vi så skulle gjennomføre det. Vi valgte å gjøre en tverrsnittsundersøkelse av et enkeltcase med flere analyseenheter, og brukte derfor et enkeltcasedesign til vår oppgave. «Forskningsdesign er «alt» som knytter seg til en undersøkelse» (Johannesen et al., 2010, s.73). Hvor mange informanter som skulle delta, hvor lang tid vi hadde til disposisjon, og hvilke ressurser som var tilgjengelig er også med på å danne grunnlaget for forskningsdesignet. I vår studie ble det kun mulig å gjennomføre en tverrsnittsundersøkelse

på grunn av begrenset med tid. En av ulempene med det er at vi ikke kan se på kausale sammenhenger og endringer over tid, slik man kan ved for eksempel en longitudinell undersøkelse (Johannesen et al., 2010). Utvelgelse av informanter, metodetilnærming, og kvalitetssikring blir vi å gå nærmere inn på i egne underkapitler.

3.3 Valg av informanter og datainnsamlingsmetode

I valget av informanter tok vi utgangspunkt i et homogent utvalg basert på vår målgruppe som var eiendomsmeglere. Vi konkluderte tidlig med at vi ønsket å intervju eiendomsmeglere fremfor kunder da vi tror de sitter med svært mye kunnskap og erfaring om emnet. Selv om det blant annet er kundenes forventninger vi ønsker å kartlegge, så tror vi at meglere sannsynligvis har jobbet med såpass mange kunder at de har et samlet større og bedre bilde av kundenes forventninger og en god oversikt over kundetilfredshet.

Det vi så gjorde var å prøve å få tak i eiendomsmeglere på en rask og enkel måte. Vi valgte her å bruke utvalgsstrategien kriteriebasert utvalg, og telefon og snøballmetoden som rekrutteringsmetode. Kriteriet var at informantene måtte jobbe som megler i et eiendomsmeglingsforetak. Rekrutteringen av informanter begynte med at vi kontaktet flere ulike meglerkontorer via telefon. Dette var for å kunne rekke ut til mange meglere på relativt kort tid. Telefonlistene fant vi på de aktuelle meglerkontorenes hjemmesider på internett. Gjennom snøballmetoden kom vi videre i kontakt med flere informanter som raskt ønsket å stille til intervju. For oss var det hensiktsmessighet det viktigste da vi ønsket å gå i dybden hos noen få eiendomsmeglere. Vi antok derfor at en utvalgsstørrelse på mellom fem og ti informanter var nok.

Til datainnsamlingen valgte vi å bruke metoden intervju. Intervju er en god metode for å innhente data fra et begrenset antall personer, og for å gå i dybden og blant annet undersøke menneskers erfaringer slik som vi ønsket i denne studien. Når vi overveide hvilke metoder vi skulle bruke for å innhente informasjon så holdt vi fokus på hva som i størst grad ville hjelpe oss å besvare vår problemstilling. Vi ønsket utdypende og detaljert informasjon om temaet vårt, og kom derfor fram til at personlige dybdeintervjuer ville være mest formålstjenlig. Videre konkluderte vi med at observasjon og gruppesamtaler ble upraktisk og vanskelig for oss å gjennomføre, så vel som uhensiktsmessig for å belyse problemstillingen.

Vi valgte å bruke en overordnet semistrukturert intervjuguide hvor vi ga informantene mulighet til å uttrykke seg og svare slik de selv ønsket. Vi tilpasset intervjuene til hver enkelt informant slik at vi hadde mulighet til å gå litt frem og tilbake mellom spørsmålene underveis. Slik kunne vi sørge for å få dekkende svar hvis noe var uklart, eller dersom det kom opp noe som vi syntes var særlig interessant og ønsket å vite mer om. Vi ga rom for at vi kunne stille oppfølgings spørsmål der vi anså det som nødvendig, og åpnet for dialog mot slutten av intervjuene. Vi endte med å gjennomførte fire dybdeintervjuer og ett gruppeintervju til vår undersøkelse. Dybdeintervjuene besto av eiendomsmeglere fra tre ulike meglerhus i samme by. Gruppeintervjuet ble gjennomført i en annen mindre by, og inkluderte tre erfarne meglere som valgte å diskutere spørsmålene sammen og gi oss ett felles svar til undersøkelsen.

3.4 Datakvalitet – reliabilitet og validitet

Datainnsamlingen er en vesentlig del av forskningsopplegget, og det har i forbindelse med dette vært svært viktig for oss at datamaterialet har en tilfredsstillende kvalitet. For å oppnå holdbare og troverdige analyseresultater har vi sørget for at datamaterialet har blitt innhentet og behandlet på en korrekt og fortrolig måte, og dette har vi tatt hensyn til gjennom hele forskningsprosessen. Dataene skal være relevante i forhold til å kunne belyse problemstillingen, så vel som pålitelige (Johannesen et al., 2010). I vurderingen av datakvaliteten har vi sett på flere forskjellige forutsetninger. Det finnes hovedsakelig to overordnede kvalitetskriterier som inneholder de viktigste kvalitetsvurderingene: validitet og

reliabilitet. Disse har vi tatt særlig hensyn til under databehandlingen, og blir videre forklart under.

Reliabilitet

Reliabilitet betyr dataenes pålitelighet. Reliabilitet dreier seg i hovedsak om nøyaktigheten av dataene, hvilken måte de har blitt samlet inn på, og hvordan de til slutt bearbeides (Johannesen et al., 2010). I en kvalitativ undersøkelse kan det være vanskelig å vurdere dataenes reliabilitet. Grunnen til det er at vi ved kvalitativ forskning ikke bruker strukturerte teknikker og således ikke kan kontrollere hva informantene svarer og i hvilken retning samtalen går. Om informantene faktisk svarer hva de mener eller om de prøver å stille sin bedrift i et godt lys er en av problemstillingene ved kvalitativ datainnsamling; dette er systematisk bias. I undersøkelsen vår opplevde vi at et par av de yngre informantene som deltok virket til å svare litt slik som de følte de «måtte» svare, altså at svarene ikke alltid hørtes ut som deres personlige meninger men heller litt innøvde svar. Dette er vår personlige oppfatning av situasjonen, men kan være en indikator på manglende kompetanse. Det vil i så fall trekke ned på dataenes reliabilitet.

Intervjuene kan også tolkes på ulike måter, og det er derfor vanskelig og i noen tilfeller lite hensiktsmessig å vurdere påliteligheten til dataene (Johannesen et al., 2010). Det fantes likevel noen grep vi kunne gjøre for å undersøke dataenes reliabilitet. Et av dem var å gjøre en «test-retest». Til denne studien valgte vi å ikke gjøre en test-retest da vi ikke ønsket å bry informantene mer enn nødvendig, og var glade for at de i det hele tatt hadde tid og lyst til å møte oss til det første intervjuet. I tillegg til dette ville det være veldig ressurskrevende. En annen måte å øke påliteligheten til dataene er ved å se på hvilken måte de har blitt innhentet, og derfor valgte vi å gjengi en detaljert beskrivelse av forskningsprosessen og situasjonen i forbindelse med datainnsamlingen. Vi mener at datainnsamlingen har blitt gjort på en god og pålitelig måte.

Validitet

Validitet relaterer seg til dataenes troverdighet og i hvilken grad undersøkelsen besvarer problemstillingen. Dette kriteriet er svært viktig da det overordnede målet med denne studien

er å underbygge og svare på problemstillingen. Dataenes validitet skal bevise at vi faktisk har reflektert over undersøkelsens formål og belyser selve hensikten med forskningen vår (Johannesen et al., 2010). Vi har sørget for at det er tydelig sammenheng mellom det empiriske feltet vi undersøker og datamaterialet som vi har innhentet og analysert. Dette har vi gjort ved å bruke relevant teori som understøtter analysen og intervjuer som spesifikt dreier seg om forskningsspørsmålene.

Ved vurderingen av kvalitative data er det særlig tre typer validitet som er relevante - kompetansevaliditet, kommunikativ validitet, og pragmatisk validitet (Grønmo, 2004). Når det gjelder kompetansevaliditet så anser vi oss selv som praktisk lite erfarne innenfor temaet vi undersøker, men har likevel en del teoretisk kunnskap å støtte oss på fra utdanningen vår. Kompetansevaliditet dreier seg altså om hvordan vår kompetanse til å innhente data kan ha påvirket påliteligheten til datamaterialet. Selve gjennomføringen av forskningsstudien er heller ikke noe vi har mye erfaring med, og disse forutsetningene er derfor svekkende for vår undersøkelse med tanke på kompetansevaliditet.

For å styrke dataenes troverdighet så har vi hatt fokus på å skaffe bekreftelse og konsensus fra kildene våre på at resultatene stemmer. Dette kalles for kommunikativ validitet som går ut på at vi som forskere diskuterer innholdet i datamaterialet sammen med andre, gjerne kildene/informantene (Grønmo, 2004). For å være sikre på at vi fikk korrekte og dekkende nok svar fra informantene så valgte vi å stille oppfølgingsspørsmål underveis der vi anså det nødvendig, samt at vi avsluttet alle intervjuene med å oppsummere hovedfunnene. Slik kunne vi utelukke eventuelle svakheter ved dataenes kommunikative pålitelighet.

I oppgavens avslutning vil vi drøfte hvordan vi mener studien kan forbedres og eventuelt brukes til videre forskning. Pragmatisk validitet handler om samsvaret mellom datamaterialet og senere handlinger, og om resultatene fra vår undersøkelse gir grunnlag for fremtidige forbedringer i det bestemte fagområdet (Grønmo, 2004).

3.5 Forskningsetiske hensyn

For å ivareta god forskningsetikk gjennom hele prosessen har vi prøvd å i størst mulig grad ta forskningsetiske hensyn. Samfunnsvitenskapelig virksomhet reguleres av forskningsetikk, og må blant annet bygge på de tre grunnleggende prinsippene for forskningens sannhetsforpliktelse. Disse prinsippene forteller at vitenskapen skal baseres på sannhet og overordnet verdi; at oppfatninger av sannheten skal være teoretisk, metodologisk og kontekstuel forankret; og at logiske og rasjonelle kriterier legges til grunn ved datainnhenting (Grønmo, 2004). Vi har tatt hensyn til disse prinsippene ved først og fremst sørge for total anonymisering av både informantene og dataene vi innhentet. Det ble for sikkerhets skyld ikke tatt lydopptak av intervjuene. Ved prosjektets ende når oppgaven er helt ferdigstilt vil all informasjon og data utenom oppgaven slettes. Før intervjuene ble alle informantene opplyst om dette, i tillegg til hensikten med undersøkelsen og hva svarene ville bli brukt til. De ble også informert om at oppgaven kanskje vil bli publisert på internett.

I selve intervjuene brukte vi konkrete spørsmål som rettet seg direkte mot vår problemstilling, samt noen få oppfølgingsspørsmål for å utdype eller avklare disse. Vi unngikk spørsmål om sensitive opplysninger og spørsmål som var irrelevante for problemstillingen. Det ble heller ikke brukt noen «ledende spørsmål», og informantene ble på ingen måte manipulert eller presset til å svare noe annet enn hva de selv ønsket. I analysearbeidet passet vi på å fremstille svarene fra undersøkelsen på en så korrekt og direkte måte som mulig. Vi mener med dette at vi har gjennomført undersøkelsen på en god etisk måte.

4. Analyse

4.1 Innledning

I dette kapitlet kommer vi til å presentere og analysere resultatene fra vår undersøkelse. Det vil først bli redegjort for hvilke syn informantene har på dagens eiendomsmeglingslov og hvilke faktorer innenfor og utenfor loven som de tror kan påvirke kundetilfredsheten. Så vil det bli redegjort for hva eiendomsmeglerne i vår undersøkelse legger i ordet kundetilfredshet, og til slutt en presentasjon av hva de selv tenker om kundenes forventninger og hvordan sammenheng de tror dette har med kundetilfredshet.

4.2 Er eiendomsmeglingsloven dekkende nok?

Først spurte vi informantene hva de synes om dagens eiendomsmeglingslov. Det kom frem at de fleste hadde en fellesnevner. Flere av eiendomsmeglere sa at eiendomsmeglingsloven i helhet er grundig og dekkende nok:

«Jeg synes at dagens eiendomsmeglingslov henger sammen med det markedet krever. Det er en grei retningslinje».

(Sitat fra informant)

Deretter gikk vi dypere inn i temaet om informasjonsinnhenting. Et tydelig fellestrekk var at alle eiendomsmeglerkontorene brukte takstmann til alle boligsalgene.

Et interessant funn som følge av intervjuene var at alle informantene svarte at eiendomsmeglingsloven er dekkende i forhold til informasjonsinnhenting. Samtidig sa alle at de brukte takstrappert, og at de hadde egne kontrollrutiner og skjemaer. I teorien som omhandlet informasjonsinnhenting ble det slått fast at det ikke er noe krav i eiendomsmeglingsloven om å ansette en takstmann til verdivurderingen av en bolig. I eiendomsmeglingslovens (2007) paragraf 6-7 står det heller ingen steder at man er lovpålagt til å innhente en takstrappert.

Flere av informantene vi intervjuet mente at god meglingskikk var det viktigste man skulle rette seg etter. Dette samstemmer med teorien hvor vi gikk grundig inn i eiendomsmeglingslovens (2007) § 6-3. Informantene hadde fokus på at denne paragrafen var en av de mest sentrale siden det var denne som gikk på selve megleren som person.

«Det jeg føler man må fokusere mest på er å opplyse kjøperen om alt, og god meglerskikk, fordi det er dette man blir straffet mest på om man gjør noe feil»

(Sitat fra informant)

Noen av informantene mente at eiendomsmeglingsloven er for streng. De kom frem til at dersom man har god erfaring, i tillegg til den påkrevde utdanningen, så vet man hvordan man skal behandle eiendomstransaksjoner på en tilfredsstillende måte uten å måtte ha en lov i tillegg.

«Den beskriver ikke det man ønsker. Vi vil at yrket skal være mindre regulert, fordi erfaringen er viktigst. Myndighetene vil regulere eiendomsmeglingen pga. dårlig omdømme».

(Sitat fra informant)

Informantene begrunnet dette med at eiendomsmeglingsloven var for teknisk, og at kunden heller baserer sin oppfatning av tjenesten blant annet på meglerens personlighet og prisen de oppnår i boligsalget.

Det kom frem av intervjuene at kundene ikke fokuserer på hvor korrekt oppdraget blir gjennomført i forhold til eiendomsmeglingsloven. Ingen av informantene ga uttrykk for at de trodde dette var avgjørende for om kunden ble tilfredsstilt og at tjenesten ble utført etter forventningene. Men som beskrevet i teorien så er denne loven likevel ekstremt viktig for eiendomsmeglere å følge siden den er preceptorisk i forbrukerforhold.

Et tydelig hovedtrekk i funnene våre var at alle informantene vi intervjuet brukte takstmann til hvert enkelt oppdrag. Dette ble gjort for å nøye gjennomgå det tekniske ved eiendommen siden eiendomsmeglere ikke er pålagt å ha kunnskap om det byggetekniske ved en bolig. Likevel er det som tidligere nevnt ikke lovpålagt å ansette en takstmann til eiendomsmeglingsoppdrag. Når vi dro inn dette punktet under problemstillingen, altså om

det er tilstrekkelig å følge de lovpålagte kravene for å tilfredsstille kunden, så var det vanskelig å komme fram til en konklusjon. Selv om eiendomsmeglere både ansetter takstmenn og gjør mer enn hva de er lovpålagt til, så virket det ikke som om det påvirket kunden sin tilfredshet med eiendomsmeglingstjenesten.

Man kan tenke seg at forbrukere som ansetter eiendomsmegler til å utføre boligsalget ikke selv er så kjent med gjennomføringen, eller har satt seg grundig inn i det lovmessige. Dette kan være en av årsakene til hvorfor kundene ikke anser dette som så viktig for deres tilfredshet. Informantene ga uttrykk for at andre trekk i eiendomsmeglingstjenesten var langt viktigere i avgjørelsen om kundetilfredshet.

I følge Woodruff og Gardials teori så kan informasjonsinnhenting som meglere er pålagt å gjøre virke inn på kundetilfredsheten. Likevel fremkom det av intervjuene at meglerne mener at den ikke-synlige kvaliteten ikke hadde noen påvirkning på kundetilfredsheten. I neste tema kommer vi til å gå inn på hvordan andre referansepunkter har større innflytelse på kundens tilfredshet i motsetning til det å følge eiendomsmeglingsloven.

Flere av informantene mente at paragrafen om god meglerskikk i eiendomsmeglingsloven er den viktigste man skal kunne, så det underbygger vår antakelse om at meglerskikk er et særdeles viktig tema.

De geografiske og demografiske forskjellene vi fant var at informantene i den større byen syntes at eiendomsmeglingsloven er dekkende nok, mens informantene fra den mindre byen mente at den var for detaljert. Informantene fra den mindre byen mente også at eiendomsmeglingstjenesten burde basere seg på å ha erfaring om markedet og personlige egenskaper istedenfor at man strengt skal følge loven. En mulig grunn til forskjellene kan være at informantene i den mindre byen hadde jobbet i bransjen mye lengre, før eiendomsmeglingsloven av 2007 trådte i kraft og eiendomsmegler ble en beskyttet tittel som krevde utdanning.

4.3 Kundens forventninger til eiendomsmegleren

Etter gjennomføringen av intervjuene var det helt klart noen fellestrekk når det gjelder informantenes oppfatning av kundenes forventninger. I teorien vår ble dette definert som standarder for sammenligning, eller referansepunkter. Det største fellestrekket blant våre informanter var kundenes prisfokus. Dette underbygger vår tidligere antagelse om at pris er et av referansepunktene de fleste kunder har i forbindelse med eiendomshandler, og kan således antas å være en standard for sammenligning. I flere av intervjuene mente informantene at salgpris var svært sentralt. Her kom det fram at kundene ofte har urealistiske tanker og forventninger om deres egen bolig, og at disse forventningene blant annet kan skyldes meninger fra venner, familie eller bekjente. En av informantene mente at prisfokuset var større i byer. De var likevel jevnt over enige om at en høy salgpris på boligen var noe omtrent alle selgere forventer at megleren klarer å få til. Noen ganger kunne selgeren til og med være så opptatt av salgsprisen at kvaliteten på resten av salgoppdraget ikke spilte noen rolle.

«Megleren kan ha gjennomført oppdraget på en perfekt måte, og likevel stå igjen med en kunde som er misfornøyd med alt dersom salgsprisen ikke blir like høy som forventet»

(Sitat fra informant)

Et annet viktig fokus rettet seg mot tilgjengelighet og tidsaspektet. Dette understøtter vår neste antagelse om referansepunkter, og kan derfor også antas å være en typisk standard for sammenligning i eiendomshandler. I et par av intervjuene kom det frem at kundene ofte er opptatt av at megleren gjennomfører oppdraget på kort tid og at kunden forventer at boligen skal selges så raskt som mulig.

«Jo kortere tid det tar å selge, jo mer fornøyd blir kunden.»

(Sitat fra informant)

Det kom også frem av intervjuene at kundene forventer at eiendomsmegleren er tilgjengelig til enhver tid. Kunden ønsker ofte muligheten til å kunne kontakte megleren når som helst når de selv trenger det, og at megleren da setter av tid til å svare og ta hånd om kunden.

«Man må være tilgjengelig til alle døgnetts tider.»

(Sitat fra informant)

Her la noen av informantene til at kundene likevel er svært forskjellige og at de må se an kunden og situasjonen. Dette er i tråd med vår teori som forklarte at hvert enkelt individ har ulike forventninger ut ifra blant annet demografiske og personlige forskjeller.

«Det er forskjellige typer kunder og forskjellige typer salg, og man må prøve å tilpasse seg til hver enkelt kundes behov. »

(Sitat fra informant)

Det var også flere av informantene som tok opp tillit som et viktig punkt i eiendomsmeglingstjenesten. Boligsalg dreier seg ofte om store summer og noens private formue, og grunnen til salget kan noen ganger skyldes svært personlige årsaker som megler får rede på gjennom oppdraget. Det er naturlig å tro at de fleste kunder da ønsker en tillitsperson som de kan stole på i behandlingen av deres personlige formue og sensitiv informasjon. I teorien ble vi kjent med at tillit var utfallet av en fornøyd kunde, og at dette påvirker kundetilfredsheten. Det er helt klart at tillit vil være viktig for kjøpers og selgers totale kundetilfredshet. Dette nye funnet som ble oppdaget under gjennomføringen av intervjuene støttes opp av Morgan og Hunt (1994) sin tillitsteori, ettersom at tillit til megler indirekte senker «propensity to leave»-faktoren. Tillit kan nok klassifiseres både som et referansepunkt i seg selv og som et utfall av andre innfridde referansepunkter i eiendomshandelen.

En av informantene svarte at de fleste av deres kunder ønsket en erfaren megler. Dette var det ingen andre informanter som nevnte, men derimot var det én som mente at kundene ønsket en «god selger». Det ble også sagt at enkelte forventer nok folk på visning, men dette ble heller ikke understøttet av noen andre informanter. På gruppeintervjuet kom det fram at noen kunder vil ha en lav pris på meglertjenesten og at enkelte i noen få tilfeller også prøver

å prute ned prisen. Dette blir dog litt i grenseland med tanke på om det kan klassifiseres som et referansepunkt ifølge vår teori. Dette er funn som vi kan anta at ikke er blant de vanligste standardene for sammenlikning i eiendomshandler, men likevel viktige for meglere å ta hensyn til.

Som tidligere beskrevet, så antok vi at standarder for sammenlikning ville være få ettersom eiendomshandler i forbrukerforhold er noe forbrukerne gjør sjelden. De standardene vi fant som gjentok seg i denne undersøkelsen var pris, tid, tilgjengelighet og tillit. Dette understøtter vår opprinnelige antagelse om at det ville være få referansepunkter, og at vi trodde pris og tid var blant de vanligste. Vi kan på bakgrunn av dette argumentere for at de fleste kunder måler sin opplevelse av eiendomshandelen i forhold til nettopp disse referansepunktene. Tilfredsheten hos kundene vil således være ut ifra hvor store avvik det er fra disse referansepunktene, og det er derfor viktig at eiendomsmeglere tar særlig hensyn til disse punktene for å oppnå høy kundetilfredshet. Dersom meglere klarer å oppnå dette vil det ifølge teorien vår være med på å bygge tillit til megleren, samt styrke påliteligheten og omdømmet til meglerforetaket.

Informantene hadde også noen meninger om hvordan man bør ta hånd om kundenes forventninger for at de skal bli fornøyde. Noen mente at det var viktig å minst gjennomføre oppdraget på en god måte, mens noen mente at man må tilpasse seg hver enkelt kunde og jobbe deretter. Det var flere som var enige i at man må kartlegge forventningene tidlig i prosessen, og avklare hva det er kunden ønsker. Her mente noen at man må legge veien videre frem slik som kunden ønsker, imens andre mente det var viktigst å være ærlig og senke forventningene ned til et realistisk nivå, og ikke love mer enn man kan holde. En av informantene mente at høyere erfaring påvirker utfallet av eiendomshandelen og da følgelig kundetilfredsheten, samt at mange kunder ønsker en erfaren megler.

At oppdraget skal gjøres så fort som mulig tror vi at kan føre til slurv eller lettvinløsninger som fraviker de lovpålagte oppgavene. Dette ble understøttet av en informant som påsto at noen meglere utsetter utferdigelsen av salgsoppgaven for at salgsprosessen skal gå raskere. Dette er ikke i tråd med loven, da emgll. (2007) § 6-7 sier at kjøper har rett på salgsoppgave og alle nødvendige opplysninger før handel sluttet. Det at kundene krever at salgsprosessen

skal gå så raskt kan også føre til andre scenarioer som eksempelvis at megleren ikke innhenter nødvendig legitimasjon og informasjon fra partene, at megler ikke innhenter nok opplysninger om eiendommen slik loven krever, eller at budrunder blir gjennomført på feil måte for å få fortlgang på salget. Dette referansepunktet er nok ikke så heldig for eiendomsmeglerbransjen, både med tanke på problemstillingene ovenfor, samt at det kan skape økt arbeidsbelastning for meglerne.

Ut ifra eiendomsmeglerens synspunkt så spiller demografiske forskjeller inn på kundenes forventninger, og de mente derfor at det er viktig å tilrettelegge for de ulike kundenes behov. Dette underbygges av vårt resonnement i teorikapitlet om at kundenes referansepunkter varierer ut ifra ulike karakteristika. I motsetning til produkter så er tjenester unike, og ifølge teorien vår finnes det ingen fasitsvar på hvordan man som megler skal håndtere sannhetens øyeblikk.

Når vi dro inn de geografiske forskjellene kunne vi ikke finne noen fremtredende sammenhenger eller ulikheter mellom informantene. De erfaringsmessige bakgrunnene kunne derimot se ut til å ha en påvirkning på svarene. Her fant vi en sammenheng mellom de to yngste informantene som begge i ulik grad svarte på en litt «innøvd» måte. Man kan her anta at de yngste i bransjen ikke har erfaring nok til å ha dannet seg et eget bilde av hvilke forventninger kundene har til dem. Dette er hva vi under metodekapitlet har vurdert som mulig systematisk bias.

Den siste teoretiske antagelsen vi hadde om kundenes forventninger var svakheter ved eiendommen. Det var ingen av informantene som nevnte denne faktoren i det hele tatt i vår undersøkelse. Årsaken til dette tror vi er at informantene kan ha fått inntrykk av at spørsmålene som ble stilt i intervjuene rettet seg mot deres oppfatning av selgers perspektiv. Dette ville vært rimelig av dem å tro siden meglere hovedsakelig tar oppdrag på vegne av selger.

4.4 Kundetilfredshet i eiendomsmeglingstjenesten

Vi ønsket å finne ut hva informantene la i ordet “kundetilfredshet”, fordi kundetilfredshet henger tett sammen med forventningene som oppgaven også handler om. Selv om informantene ga forskjellige svar på hva de tenker om ordet kundetilfredshet, så var alle svarene likevel nokså sammenfallende. Kundetilfredshet er et begrep som kan defineres på mange forskjellige måter, men alle informantene uttrykte hva de selv la i begrepet på en nokså lik måte. Dette er et godt eksempel på at man kan forklare et fenomen på mer enn én måte uten at det nødvendigvis er feil.

Nesten alle informantene vi intervjuet la vekt på at kundetilfredshet handlet om å gjøre kunden fornøyd. Det var en overenstemmelse om at kunden er fornøyd når de har mottatt tjenesten de betalte for.

” Kunden smiler når han går ut døra ”

(Sitat fra informant)

Det fremkom av intervjuene at kundetilfredsheten avhenger mye av kundenes møte med eiendomsmeglere. Flere meglere vi intervjuet sa at kundens inntrykk av eiendomsmeglingstjenesten baserte seg mye på hvordan man som meglere håndterte selve kundemøtet, altså sannhetens øyeblikk.

Kun en av informantene la til at når de hører begrepet kundetilfredshet tenker de på den såkalte” dominoeffekten”. Det de mente med dette var at det er viktig å tilfredsstille kunden for å oppnå et positivt rykte i markedet, fordi det er større sannsynlighet for at en kunde snakker positivt om bedriften og anbefaler den videre til personer i sin omgangskrets dersom de ble tilfredsstilt med tjenesten. Dette stemmer overens med eksempelet om «word of mouth» som ble brukt tidligere i teorien om kundetilfredshet.

Generelt virket det som at alle eiendomsmeglerne i vår undersøkelse hadde en overensstemmende mening om hva de legger i ordet kundetilfredshet. Det handler om at

kunden er fornøyd, føler at de har blitt behandlet rettferdig, og fikk den tjenesten de betalte for.

Det fremkom ikke i noen av intervjuene at det var noen definitiv geografisk forskjell. Grunnen til dette kan være at begrepet kundetilfredshet er allment for markedet, og ikke bare rettet til eiendomsmeglingstjenesten. For at hvilken som helst bedrift skal bli suksessfull er det viktig at kunden blir fornøyd og man får et positivt utfall av gjennomføringen av tjenesten slik Woodruff og Gardials (1996) sin teori om kundetilfredshet beskriver.

5. Avslutning

5.1 Konklusjon

Problemstillingen handler om det er nok å følge de lovpålagte kravene for å tilfredsstille kunden. I denne oppgaven fremkom det mange interessante funn, og det var flere tydelige trekk og sammenhenger som peker mot en felles konklusjon på slutten. Det kom frem av undersøkelsen at informantene jevnt over var enige om at det forventes mye av dem som eiendomsmeglere og at kundene gjerne har høye forventninger. Dette understøtter vår opprinnelige oppfatning om at noen kunder setter høye forventninger til eiendomsmeglere. Videre skal vi konkludere med hvordan disse forventningene er med på å påvirke den totale kundetilfredsheten, og hvordan eiendomsmeglingsloven spiller inn på dette.

Når det gjaldt eiendomsmeglingsloven så fikk vi litt tvetydige svar fra informantene om de mente denne var dekkende nok eller ikke. Eiendomsmeglingslovens (2007) § 6-7 beskriver minimumskravene til informasjon som eiendomsmegleren må innhente til et salgoppdrag. Det var flere av informantene som var enige i at både loven i sin helhet og eiendomsmeglingslovens (2007) § 6-7 var dekkende nok, men likevel mente de samtidig at det ikke er tilstrekkelig nok å gjøre et oppdrag uten hjelp av takstmann og interne sjekklister blant annet. Vi konkluderte derfor med at det i forhold til informasjonsinnhenting ikke er tilstrekkelig nok å kun følge de lovpålagte kravene i eiendomsmeglingsloven.

Eiendomsmeglingslovens (2007) § 6-3 beskriver god meglerskikk. Denne kan antas å være den viktigste både for kundens og meglerens del, da denne dreier seg om at megleren skal være ærlig og redelig, opptre upartisk med omsorg for begge partene, og være rådførende og gi alle opplysninger som kan forventes av kunden. I intervjuene kom det fram at det i forbindelse med klagesaker ofte er denne spesifikke paragrafen som det slås hardest ned på, og derfor er det særdeles viktig at megler tar hensyn til denne.

Ut ifra eiendomsmeglernes synspunkt ser det ut til at kundene hovedsakelig vurderer sin oppfatning av meglertjenesten ut ifra uformelle aspekter utenfor loven. Her kom det fram av undersøkelsen at det var salgsprisen, meglerens tilgjengelighet, oppdragets varighet

tidsmessig, og tillitsbåndet mellom megler og kunden som var de mest sentrale faktorene. Eiendomsmeglere må også ha en appellerende personlighet og fremtreden - en såkalt «selgerpersonlighet», og klare å vise at de både er profesjonell og tillitsfull ovenfor kunden. Mange av disse aspektene omfattes ikke spesifikt av loven, og det er derfor vanskelig å vurdere om eiendomsmeglingsloven da likevel er dekkende nok i forhold til å gjøre kunden fornøyd.

Det vi kan konkludere med er at det først og fremst er viktig at eiendomsmeglere følger de lovpålagte rammene, men at dette ikke nødvendigvis er det avgjørende for om kunden blir tilfredsstilt eller ikke. Det er altså ut ifra undersøkelsen salgspris, tilgjengelighet, personlighet, og tidsaspektet som er det sentrale for kundene, men at de lovpålagte kravene likevel er viktig for helhetsvurderingen av tjenesten. Konklusjonen vår blir dermed at det i seg selv ikke er nok å kun følge de lovpålagte kravene for at kundene skal bli tilfreds, men at man må strekke seg litt lenger og ta hensyn til disse uformelle aspektene som ikke nødvendigvis omfattes av loven.

5.2 Videre forskning på temaet

Oppgaven baserer seg på det empiriske feltet og analysen av funnene i denne kvalitative undersøkelsen. Teorien som er innhentet har vært både relevant og utfyllende nok for å analysere funnene i undersøkelsen. Vi mener derfor at teorien har vært et tilstrekkelig supplement i denne oppgaven fordi analysen i stor grad kunne brukes til å besvare undersøkelsens problemstilling. Dette er en kvalitativ undersøkelse med få informanter, men vi mener det er sannsynlig at funnene våre er generaliserbare for eiendomsmeglingstjenesten. Undersøkelsen gir mye god informasjon som kan brukes som en pekepinn for hvordan kundetilfredsheten påvirkes og hvilke faktorer det kan være nyttige å ta hensyn til. Oppgaven kan også brukes som et godt utgangspunkt eller springbrett for videre forskning. Som tidligere nevnt så er det svært lite litteratur og forskning på akkurat dette temaet, og vi mener derfor at denne oppgaven vil være et nyttig bidrag til forskningen.

Litteraturliste

Andreassen, T & Lunde, T. (2001). *Offentlige tjenester. Prinsipper for økt brukermedvirkning*. Oslo, Norge: Gyldendal Akademisk.

Bråthen, T. & Solli, M. (2011). *Lærebok i praktisk eiendomsmegling*. Oslo, Norge: Norges eiendomsmeglingsforbund.

Eiendomsmeglingsloven, LOV-2007-06-29-73. (2015).

Grønmo, S. (2004). *Samfunnsvitenskapelige metoder*. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad & Bjørke AS.

Kotler, P. (2005). *Markedsføringsledelse*. Oslo: Gyldendal akademisk.

Morgan, R. & Hunt, S. (1994). *The Commitment-Trust Theory of Relationship Marketing*. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.

Rosen, K. & Torsteinsen, D. (2013). *Eiendomsmegling – rettslige spørsmål*. Oslo, Norge: Gyldendal Akademisk.

Wilson, A. (2012). *Services marketing: integrating customer focus across the firm*. London, England: McGraw-Hill.

Woodruff, R. B. & Gardial, S. F., (1996) *Know Your Customer - New Approaches to Understanding Customer Value and Satisfaction*. Massachusetts, USA: Blackwell Publishers Inc.

Zigler, C. & Paulsen, B. (2012). *Markedsføringsledelse – kort og godt*. Oslo, Norge: Universitetsforlaget.

Vedlegg

Vedlegg 1

INTERVJUGUIDE

Vi ønsker å finne ut hvordan man oppnår høy kundetilfredshet.

«Er det tilstrekkelig å holde seg til dagens lovpålagte krav for å gjøre kunden tilfreds?»

Innledning

Før intervjuet begynner skal informantens gjøres oppmerksom på følgende punkter:

- Presentere oss selv og prosjektet
- Informere om undersøkelsens formål (hva den dreier seg om, hva vi ønsker å finne ut av, og hva den vil bli brukt til)
- Anonymitet og informantens rett til å avbryte underveis
- Intervjuets omtrentlige varighet (ca. 20 min)
- Oppgaven kan oversendes ved ferdigstillelse hvis ønskelig (mailadresse)
- Oppgaven blir publisert på nett dersom den får en god karakter

Spørsmål

1. **Hvor lenge har du jobbet som eiendomsmegler?**
2. **Hva tenker du når du hører ordet kundetilfredshet?**

3. Hvilke forventninger tror du kunder har til dere som eiendomsmeglere?
4. Tror du det er noen sammenheng mellom kundetilfredshet og kundens forventninger?
5. Hvordan kan man ta hensyn til kundenes forventninger på en tilfredsstillende måte?
6. Hva synes du om dagens eiendomsmeglingslov?
7. Når det gjelder informasjonsinnhenting, mener du at loven er dekkende nok?
8. Har du erfart at kundene forventer mer av deg, eller har for høye forventninger? På hvilke måter i så fall?
9. Mener du det er nok for dagens eiendomsmeglere å kun følge de lovpålagte kravene for at kundene skal bli fornøyde?
10. Eiendomsmegleryrket preges av mye konkurranse og meglere yter kanskje mer enn nødvendig, tror du at de høye forventningene hos kundene skyldes dette?

Avslutning

- Er det noe informanten ønsker å tilføye?
- Oppsummer hovedpunktene og avklar eventuelle uklarheter
- Ønsker informanten oppgaven tilsendt på mail etter ferdigstilling?