

# Lokatorzy

## Strategia produktu

Oliwia Kawa

Natalia Koperska

Aleksandra Przegendza

Hania Sobolewska

Dawid Zalewski

SWPS UX/PD 2021/2022





# Spis treści

- 03** Executive summary
- 04** Definicja produktu
- 05** Grupa docelowa
- 07** Propozycja wartości
- 08** Customer Journey Map
- 10** Konkurencja i inspiracje
- 13** Model biznesowy
- 16** Key Performance Indicators
- 19** Rozwój produktu

# Executive summary

- 1** Coliving to **nowoczesna forma wspólnego mieszkania**, w której lokatorzy posiadają prywatną sypialnię, dzielą się natomiast wspólnymi przestrzeniami, np. kuchnią i salonem. Coliving jest **popularny w dużych miastach** jako sposób na niedrogie życie dla **studentów, młodych dorosłych** lub osób często zmieniających miejsce zamieszkania.
- 2** Zgłęбилиśmy potrzeby osób, które najczęściej decydują się na mieszkanie ze współlokatorami – studentów i młodych dorosłych. Przeprowadziliśmy **desk research** oraz **10 indywidualnych, pogłębionych wywiadów**.
- 3** Nasze badania wykazały, że odpowiednio dobrany **współlokator jest kluczowy** dla zadowolenia z zamieszkiwanej przestrzeni. Brak porozumienia między lokatorami jest często powodem zmiany mieszkania.
- 4** Obecnie dostępne popularne rozwiązania na polskim rynku skupiają się na wynajmie mieszkań, pomijając ważny aspekt **współwynajmowania i dopasowania lokatorów**.
- 5** Chcemy stworzyć **produkt** łączący w sobie elementy portali zawierających ogłoszenia wynajmu oraz portali i grup społecznościowych, dedykowany wyłącznie poszukiwaniu współlokatorów i mieszkań.

# Definicja produktu

## Problem

Obecna sytuacja ekonomiczna motywuje ludzi do współdzielenia przestrzeni mieszkalnej.

Znalezienie współlokatora nie jest łatwym zadaniem, a współdzielenie przestrzeni jest często rozczarującym doświadczeniem.

Jak znaleźć współlokatora i mieszkanie odpowiadające naszym preferencjom i jakich kanałów użyć do poszukiwań?

## Cel

Stworzenie produktu umożliwiającego szukanie współlokatorów i mieszkań według wyznaczonych kryteriów.

## Nasza wizja

Produkt łączący w sobie elementy portali zawierających ogłoszenia wynajmu oraz portali i grup społecznościowych, dedykowany wyłącznie poszukiwaniu współlokatorów i mieszkań. Za pomocą specjalnej ankiety profilującej i odpowiednich algorytmów, nasz produkt będzie umożliwiał znalezienie współlokatorów idealnych. Tak dobrane osoby przy pomocy wbudowanego komunikatora będą mogły lepiej się poznać jeszcze przed decyzją o wspólnym wynajmie.

# Desk research

## Coliving na świecie

Z colivingu obecnie najchętniej korzystają **Chińczycy**. W Państwie Środka już 2,5 mln osób żyje w tego typu mieszkaniach. W 2019 roku firmy colivingowe zarobiły tam łącznie około **6,7 miliarda dolarów**. Na drugim miejscu są **Indie**, gdzie mieszkania współdzielili ze sobą **130 tys. osób**. Jednak i **Europejczykom** coliving nie jest obcy. Z danych pozyskanych przez międzynarodową agencję nieruchomości JLL tę formę mieszkania wybrało już **23 tys. osób** i spodziewać należy się dalszego **wzrostu** tej liczby, bo na rynku w ciągu najbliższych 3 lat ma pojawić się **25 tys. tego typu inwestycji**.

za: [Raport The Global Coliving 2020, The HouseMonk](#)

## Coliving w Polsce

Przestrzenie colivingowe są **popularne szczególnie wśród obcokrajowców, ale też studentów**, a pierwszy tego typu budynek powstał w Poznaniu. Według raportu Coliving opracowanego przez Think.co **znaczącą grupę odbiorców stanowią też tzw. młodzi dorośli w wieku 25-34 lat**.

za: [Raport Coliving, Think.co](#)

# Grupa docelowa: desk research

## Młodzi dorośli

Z raportu Eurostatu wynika, że w grupie 25-34 latków aż 30% kobiet i 44% mężczyzn w Polsce nadal mieszka z rodzicami, średnia dla europy do odpowiednio 20 i 32%.

[za: Coliving.Think.Co](#)

Jak podaje GUS, stanowi to ok 2 mln osób. Choć większość z nich ma już stałą pracę i zakończyła edukację, ich zarobki nie pozwalają im na wyprowadzkę i samodzielne życie.

## Studenci

Raport Gumtree "[Jak mieszkają polscy studenci?](#)" wskazuje, że mieszkanie na studiach wynajmuje 69% studentów, z czego aż 95% z nich decyduje się na dzielenie mieszkania z innymi.

Według danych GUS w Polsce w roku akademickim 2020/2021 było ok 1,2 mln studentów. Jeśli przyjmiemy dane dostarczone przez Gumtree za aktualne, oznacza to, że ok. 850 tys. studentów dzieli przestrzeń z innymi.

**Łącznie jest to ok. 3 mln potencjalnych odbiorców**

# Grupa docelowa: podsumowanie badań



Osoby decydują się na wynajęcie przestrzeni w dzielonym mieszkaniu głównie z **przyczyn finansowych**



**OLX, Otodom**, grupy na **Facebooku** jedynie fragmentarycznie odpowiadają na potrzeby użytkowników szukających przede wszystkim osoby, a nie przestrzeni do mieszkania



Respondenci narzekają na to, że dostępne w serwisach ogłoszeniowych **oferty są nieczytelne** i/lub **wybrakowane** oraz często **nieaktualne**



Respondenci chcieliby móc **skontaktować się** z potencjalnym współlokatorem

# Grupa docelowa: podsumowanie badań

Obecne schematy działania oraz platformy, które koncentrują się wyłącznie na wynajmie mieszkań sprawiają, że **potrzeba poznania odpowiedniego współlokatora nie jest priorytetem**. Respondenci, opisując proces, skupiali się na kwestiach finansowych, lokalizacji, standardzie mieszkania, natomiast opisując swoje doświadczenia już po zamieszkaniu, to właśnie **lokatorzy okazali się czynnikiem decydującym o komforcie mieszkania i mieli znaczący wpływ na decyzję o dalszym współwynajmowaniu**

- 10/10** badanych przyznaje, że **dobry kontakt ze współlokatorem jest bardzo istotny**
- 10/10** badanych przyznaje, że obecne rozwiązania **nie spełniają w pełni ich potrzeb**
- 08/10** badanych wskazało, że posiadanie współlokatorów daje **poczucie domowej atmosfery** w wynajmowanym mieszkaniu
- 06/10** badanych narzeka na **trudności z komunikacją, dostosowaniem się do wcześniejszych ustaleń** oraz **poszanowaniem prywatności** współwynajmujących, brak pełnej swobody w użytkowaniu przestrzeni
- 05/10** respondentów twierdzi, że **niedopasowanie współlokatorów pod względem charakterów** jest problematyczne. Inny styl życia, odmienny sposób spędzania wolnego czasu może powodować dyskomfort



# Główna konkurencja

Zobacz szczegółową analizę konkurencji →

Roomster	OLX/OTODOM/Gumtree	Facebook (marketplace/grupy)
<p><b>Co oferuje/zalety:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>zakładanie własnego profilu i przeglądanie profili innych osób</li><li>określenie preferencji dotyczących współlokatora</li><li>łatwa komunikacja z kandydatami</li><li>dodawanie ogłoszeń mieszkań</li><li>weryfikacja tożsamości</li></ul> <p><b>Czego brakuje/wady:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>szczegółowe informacje o nawykach/cechach osób wystawiających ogłoszenie</li><li>brak wystandaryzowanych ogłoszeń (różny zakres informacji, brakujące opisy)</li><li>abonament blokujący dostęp do opcji „społecznościowych”</li><li>bardzo mało ogłoszeń w Polsce</li></ul>	<p><b>Co oferuje/zalety:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>dodawanie ogłoszeń mieszkań</li><li>bezpłatne</li></ul> <p><b>Czego brakuje/wady:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>brak możliwości tworzenia profilu i przeglądania profili innych osób</li><li>brak opcji wyszukiwania współlokatorów (serwisy oferują jedynie informacje o mieszkaniach)</li></ul>	<p><b>Co oferuje/zalety:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>łatwa komunikacja z kandydatami</li><li>dodawanie różnego typu ogłoszeń</li><li>bezpłatne</li></ul> <p><b>Czego brakuje/wady:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>możliwe ograniczenie dostępu do profili użytkowników</li><li>brak wartościowych informacji na profilach użytkowników</li><li>wyszukiwanie współlokatorów</li><li>nie jest podstawową funkcją platformy, często opiera się na zaangażowaniu użytkowników i dedykowanych grupach</li></ul>

# Persony

Zobacz szczegółowy opis person →



## Klaudia

### Potrzeby i cele

- wynajęcie tanio mieszkania/pokoju
- spotkanie z przyszłym lokatorem przed przeprowadzką
- współlokator odpowiadający charakterologicznie preferencjom Klaudii
- poczucie, że jej przestrzeń osobista zostanie uszanowana przez nowych współlokatorów
- poczucie, że będzie bezpieczna w nowym mieszkaniu
- znalezienie mieszkania w dobrej lokalizacji; blisko uniwersytetu



## Kornel

### Potrzeby i cele

- nowa przestrzeń o lepszym standardzie
- mieszkanie z osobą, z którą będzie potrafił się dogadać
- mieszkanie w dobrej lokalizacji, blisko jego miejsca pracy
- znalezienie odpowiedniej przestrzeni w krótkim czasie
- współlokator o podobnym trybie życia



## Sara

### Potrzeby i cele

- zawarcie nowej, ciekawej znajomości
- dzielenie kosztów i obowiązków w dzielonej przestrzeni
- możliwość stworzenia domowej atmosfery
- znalezienie współlokatorki, z którą uda jej się zaprzyjaźnić
- znalezienie lokatorki, która będzie wyznawała te same wartości i zasady w kwestii dzielenia się przestrzenią mieszkalną
- znalezienie osoby, która będzie mogła opiekować się psem Sary

# Value Proposition – analiza danych

Analiza **jobs to be done** wykazała, że zadania i cele wybranych person są do siebie zbliżone.

Poszczególne różnice zostały pogrubione poniżej:

Poszukiwania współlokatora	Poszukiwania współlokatora
Określenie kosztów wynajmu i <b>definiowanie kryteriów mieszkania</b>	<b>Określenie kosztów najmu</b>
Przeglądanie ogłoszeń	Przeglądanie i <b>zamieszczanie ogłoszeń</b>
Nawiązanie kontaktu z potencjalnymi współlokatorami, umówienie się na spotkanie	<b>Odbieranie telefonów</b> , nawiązanie kontaktu i umówienie się na spotkanie
Spotkanie z potencjalnym współlokatorem/właścicielem	Spotkanie z potencjalnym współlokatorem
<b>Sprawdzenie umowy</b> , podpisanie i najem	<b>Przygotowanie umowy</b> , podpisanie i najem

Największymi problemami napotykanymi przez osoby były **problemy z komunikacją** czy **brak wiedzy** podczas podpisywania umów. Wśród problemów specyficznych Klaudii i Kornela znalazły się:

- niewystarczające opcje selekcji mieszkań,
- niedokładne opisy w ogłoszeniach,
- nieaktualne ogłoszenia
- mało wiarygodne zdjęcia mieszkania.

Dla wszystkich person zdecydowaną zaletą podczas poszukiwań jest **możliwość poznania przyszłego współlokatora**.

# Value Proposition – funkcjonalności

Na podstawie analizy *jobs to be done*, *pains* i *gains* stworzyliśmy następującą propozycję wartości:

## Wymagane

- **Profilowanie użytkowników** – na podstawie ankiety użytkownicy dostarczają informacji na swój temat i określają swoje preferencje, dzięki czemu wyświetlane ogłoszenia spełniają określone kryteria. Umożliwi to znalezienie idealnie dopasowanego współlokatora
- **Ogłoszenia mieszkań i współlokatorów** – ujednolicona forma ogłoszeń zawierająca określony zestaw informacji, co sprawi, że każde z ogłoszeń będzie kompletne
- **Przeglądanie bazy i filtrowanie** – możliwość precyzyjnego filtrowania wyników poszukiwań
- **Komunikator** - ułatwi poznanie przyszłych współlokatorów oraz znacznie usprawni proces kontaktowania się z użytkownikami
- **Weryfikowanie ogłoszenia** – możliwość oceny przez użytkowników danego mieszkania pod względem zgodności z opisem i zdjęciami
- **Wystawienie opinii**

## Dodatkowe

- Zasób **treści edukacyjnych i informacyjnych** na temat umów i najmu



Zobacz Value Proposition  
Canva →

# Customer Journey Map

- Obecnie **brakuje dedykowanego rozwiązania** przeznaczonego do szukania współlokatora oraz dającego informacje na temat potencjalnych przyszłych współlokatorów
- Dzisiejszy proces wymaga od ludzi korzystania z  **dodatkowych kanałów komunikacji** w celu nawiązania kontaktu, **zweryfikowania potencjalnych lokatorów** oraz **przedstawienia ogłoszenia na własnych warunkach**
- **Facebook** jest aktualnie jedną z **najpopularniejszych platform** do zamieszczania ogłoszeń
- Wiele ogłoszeń jest **nieaktualnych**
- Ludzie często mają **problemy z kontaktem** z osobą wystawiającą ogłoszenie
- Bywa, że **zdjęcia nie odzwierciedlają rzeczywistego wyglądu** mieszkania
- Zdarza się, że **umowy o najem są niezrozumiałe** i zawierają **niekorzystne warunki**

Obecne schematy działania oraz platformy, które koncentrują się wyłącznie na wynajmie mieszkań sprawiają, że **kwestia dobrania i poznania przyszłego współlokatora jest drugoplanowa**, a często nawet pomijana – dla wielu ludzi proces szukania mieszkania/współlokatora choć nie jest długi, bywa **stresujący i rozczarujący**

"Nie miałam zbyt wielu możliwości poznania współlokatora. Fajnie jeśli idąc oglądać mieszkanie będą tam wszyscy lokatorzy"



















"Jest całkiem sporo ogłoszeń, ale chciałabym też mieć możliwość, aby skontaktować się z lokatorami"

"Spróbuję dodać ogłoszenie na fb na zwerzolibnej grupce. Tam przynajmniej jest mniej osób i wiem, z kim rozmawiam"

"Od rana do nocy męczą mnie telefony, mam wrażenie, że ludzie w ogóle nie przeczytali ogłoszenia"

Zobacz Customer Journey Map →

# Inspiracje: 3 kategorie

Funkcjonalne	Emocjonalne	Wizualne
 <b>tinder</b> Dopasowanie użytkowników	 <b>cosibella</b> Kontakt z użytkownikiem	 <b>headspace</b> Estetyka 2D
 <b>airbnb</b> Organizacja treści, ocenianie	 <b>InPost</b> Nieformalność, humor	 <b>HERoines</b> Kolorystyka
 <b>LinkedIn</b> Potwierdzanie cech osób	 <b>Esquire</b> Sposób zadawania pytań	 <b>duolingo</b> Zabawne animacje
 Czaty grupowe, wideorozmowy	 <b>obido</b> Artykuły o wynajmowaniu	
 <b>Roomi</b> Ścieżki szukania	 <b>BuzzFeed</b> Quizy ze zdjęciami	
 <b>Uber</b> Bezpieczeństwo i weryfikacja	 <b>SpareRoom</b> Speed Roommating Events	
 <b>Pinterest</b> Ankieta profilująca	 <b>F.R.I.E.N.D.S</b> Emocje, więź, kontekst kulturowy	
 <b>Flatmates.com.au</b> Ocena responsywności osoby zamieszczającej ogłoszenie		

# Inspiracje: 5 głównych

 tinder	 airbnb	 Messenger	 F.R.I.E.N.D.S	 Pinterest
<p>Aplikacja do randek, dopasowująca użytkowników o podobnych cechach.</p> <p>Szalenie inspirująca jest dla nas możliwość wyszukiwania i przeglądania profili użytkowników, którzy zostają dopasowani na podstawie preferowanych cech.</p>	<p>Platforma do rezerwowania noclegów zarówno w hotelach, jak i prywatnych mieszkaniach, krótkoterminowo i długoterminowo.</p> <p>Inspiruje nas przede wszystkim architektura informacji tego produktu, a także przejrzystość i łatwość kontaktu między użytkownikami.</p>	<p>Komunikator internetowy służący do wysyłania wiadomości, zdjęć, filmów i innych plików, a także połączenia głosowe oraz wideorozmowy.</p> <p>Chcemy wbudować do naszego produktu komunikator posiadający takie same funkcje.</p>	<p>Amerykański serial komediowy opowiadający o perypetiach grupy przyjaciół mieszkających w Nowym Jorku.</p> <p>Inspiruje nas przedstawiona idealna wizja współdzielenia mieszkania, odczucia jakie wzbudza w fanach oraz tworzenie bliskiej relacji z odbiorcami.</p>	<p>Serwis społecznościowy umożliwiający dzielenie się materiałami wizualnymi.</p> <p>Bardzo podoba nam się rozbudowana, multimedialna ankieta profilująca zainteresowania użytkownika, która wypełniana jest na etapie rejestrowania się w serwisie.</p>

# Metafora

Nasz produkt nie jest jak pudełko czekoladek. Zawsze wiesz, na kogo trafisz.

Nasz produkt pozwala **wyeliminować element zaskoczenia** podczas współwynajmowania mieszkania.

Chcemy to osiągnąć dzięki dokładnemu **profilowaniu** użytkowników, ustaleniu ich priorytetów, potrzeb i wartości. W ten sposób będziemy w stanie dobrać odpowiednich współlokatorów. Pomoże to **uniknąć rozczarowania** wspólnym użytkowaniem przestrzeni i pomoże stworzyć wymarzoną przestrzeń mieszkalną.







## Model biznesowy

- Platformy i kanały
- Sposoby monetyzacji
- Key Performance Indicators
- Rozwój produktu

## Strona internetowa: desktop

- komfort przeglądania ogłoszeń
- czynność wymagająca uwagi i skupienia
- umożliwi **łatwe przeglądanie** wielu ogłoszeń jednocześnie

Używanie naszego produktu na desktopie zapewni **komfort przeglądania ogłoszeń** zawierających dobrej jakości zdjęcia i zbiór niezbędnych informacji.

## Strona internetowa: mobile

- **możliwość szybkiej weryfikacji informacji** takich jak adres, niezależnie od tego, gdzie aktualnie znajduje się użytkownik
- **szybki dostęp** do komunikatora

W dalszym etapie rozwoju produktu planujemy stworzenie w pełni funkcjonalnej **aplikacji Android**, ze względu na popularność tego systemu operacyjnego w Polsce. Ułatwiłaby ona komunikację pomiędzy użytkownikami poprzez powiadomienia o otrzymanych wiadomościach.

Przewidujemy również stworzenie **aplikacji iOS**, żeby dotrzeć do jak największej grupy użytkowników.

# Sposoby monetyzacji

## Reklamy na stronie

Popyt na rynku mieszkaniowym nie maleje, przez co możemy przewidzieć dużą rotację użytkowników oraz spore zainteresowanie ogłoszeniami.

## Współpraca z aplikacjami

...i innymi platformami oferującymi narzędzia, dzięki którym współdzielenie mieszkania jest łatwiejsze; kalendarz, organizacja budżetu, listy zakupów, etc. Dlaczego? chcemy dać użytkownikom odczuć, że nasze wsparcie nie kończy się na odnalezieniu właściwej osoby i przestrzeni.

## Opłata za lepsze pozycjonowanie ogłoszenia

## Treści sponsorowane

Umieszczanie edukacyjnych treści. Wnioski z przeprowadzanych badań wskazują, że treści tego typu nie są łatwo dostępne, a wiele osób otwarcie mówi o braku wiedzy w tym temacie i rzeczywistej potrzebie oraz chęci dowiedzenia się więcej.

## Dodatkowe usługi

Np sprawdzanie umowy którą użytkownik ma podpisać. Najem to dla wielu ważna decyzja, do której chcą być przygotowani.

## Konto premium

Przy natłoku ogłoszeń znaczny ułatwieniem będzie dostęp do proponowanych ofert przed innymi użytkownikami.



# Key Performance Indicators

Sukces naszego produkt będzie mierzony za pomocą między innymi Google Analytics poprzez:



stale rosnącą **liczbę nowych użytkowników**, min. 100 nowych użytkowników tygodniowo w dużym mieście



stale **rosnąca liczba ogłoszeń**, min. 100 ogłoszeń dodawanych tygodniowo w dużym mieście



**zadowolenie** z używania produktu oceniane poprzez wskaźnik NPS (Net Promoter Score) powyżej 50




średnia **ocena produktu** przynajmniej 4.0 / 5



stale rosnąca **liczba odsłon** strony internetowej

Wskaźnik sukcesu naszego produktu jest oparty na **analizie konkurencji (link)** oraz inspiracji z zagranicznych rynków.

# Minimum Viable Product



Tworzenie i publikowanie ogłoszeń (dwie opcje: współlokator, mieszkanie)



Ankieta profilująca preferencje dotyczące poszukiwanego współlokatora / mieszkania



Funkcja dopasowania użytkowników na podstawie preferencji



Opcja wyszukiwania z filtrami



Czat z innymi użytkownikami



Ocena deklarowanych cech użytkowników /mieszkań



Dodawanie ogłoszeń do obserwowanych

## Rozwój: aspekt funkcjonalny

### Bliższa przyszłość:

1. **aplikacja mobilna** ułatwiająca przede wszystkim szybką komunikację między użytkownikami
2. **powiadomienia / pop-upy** z proponowanymi ogłoszeniami dopasowanymi do wskazanych preferencji (sprawi, że użytkowników nie ominą najlepiej dopasowane ogłoszenia)
3. **wideokonferencje** (dodatkowa funkcja komunikatora pozwalająca jeszcze lepiej poznać potencjalnych współlokatorów)

### Dalsza przyszłość:

4. **tooltipy** pełniące **funkcję edukacyjną i pomocniczą** podczas wynajmowania mieszkania jak i całego procesu szukania i przygotowań (bez konieczności szukania w internecie czy czytania bloga użytkownicy będą mieli "pod ręką" wszystkie najważniejsze informacje dotyczące wynajmu)
5. **blog edukacyjny** pozwalający użytkownikom poszerzenie wiedzy na tematy związane z wynajmem mieszkania czy komunikacji między współlokatorami (porady zamieszczone w aplikacji)
6. **usługa konsultowania umów** (użytkownicy będą mogli skonsultować podpisywaną umowę z radcami prawnymi pod kątem jej legalności i potencjalnych konsekwencji).

## Rozwój: aspekt biznesowy

1. **współpraca z uczelniami wyższymi** (organami ds. domów studenckich)
2. **współpraca z deweloperami** budującymi **colivingowe** przestrzenie w polskich miastach
3. wejście na **zagraniczne rynki** (kiedys)

