

Stugsajter och annat Internetstöd för uthyrare

Stugsajter

En stugsajt är en speciell webbplats som fungerar som en marknadsplats där de som vill hyra semesterbostad kan söka i ett utbud av logi från uthyrare. Uthyrarna kan vara privatpersoner eller företag. Objekten på sajten sträcker sig från stora hus till rum i vandrarhem och pensionat.

Det finns i skrivande stund minst 4000 fritidshus registrerade på olika svenska stugsajter. Det är svårt att uppskatta antalet närmare eftersom samma objekt ofta finns registrerat på flera sajter. Det finns drygt tioalet rikstäckande svenska obundna stugsajter, ungefär lika många utländska som har svenska stugor och dessutom några portaler som samlar flera stugsajter och länkar till dem utan att ha nämnvärt många egna stugor. Med en obunden sajt menar vi att sajten inte drivs av något företag med i huvudsak egna stugor eller av en medlemsorganisation som t.ex. SCR. Vi kan dela in de svenska stugsajterna i några kategorier:

Reklamsajter

Det finns ett antal rikstäckande stugsajter som vi kan beteckna reklamsajter där huvudbeståndet är svenska stugor. De kännetecknas av att du, ofta med självbetjäning, lägger upp din stuga och beskriver den med text och bilder. Kunden kan sedan söka med ett antal sökbegrepp för att hitta ett objekt han/hon är intresserad av.

Sökbegreppen är ofta geografiskt område, pris, antal bäddar, antal rum och viktigare utrustning såsom WC. Ofta kan man dessutom söka på om husdjur är tillåtet samt aktiviteter som bad och golf antingen med kryssrutor eller som fritextsökning. Nästan alltid finns det också en tjänst där den som söker stuga kan annonsera och där han/hon också kan få bevakning och via e-post få meddelande om nyinkomna objekt.

Om kunden blir intresserad av ett objekt på en sådan sajt måste han eller hon sätta sig i förbindelse med uthyraren för att försäkra sig om att en tänkt vecka är ledig och går att boka. Det gäller även för objekt där det finns en "bokningskalender" som visar vilka veckor som är uppbokade eftersom det alltid kan ha kommit till en bokning efter det att kalendern senast uppdaterades. Kunden kan inte heller själv lägga in en bokning. Det är en låg kostnad eller ingen kostnad alls för att ha sina objekt med på en reklamsajt. Många av dessa sajter har ett stort antal bannerannonser utspridda över sidorna eftersom intäkterna till stor del kommer från diverse reklam.

Bokningssajter

Det finns några stugsajter (Hyrbo, <http://www.hyrbo.se>, är en av dem) som förutom att vara annonssajter också ger möjlighet för kunden att boka online. De stora fördelarna dessa stugsajter har är kanske inte själva bokningstjänsten utan att kunden kan söka på ledig vecka. Kunden slipper kontakta ett antal uthyrare för att hitta alternativ som är obokade för en viss, önskad vecka. Kunden kan boka dygnet runt och det går inte att göra dubbelbokningar. Ofta kan man komplettera bokning av logi med bokning av tilläggstjänster såsom sänglinne och slutstädning. Kunden får ett bokningskvitto automatiskt via e-post men betalningarna ligger utanför bokningssystemen – att fakturera och ta emot pengar brukar dock inte privata stugägare se som någon större börda.

Bokningssajterna finansieras i huvudsak genom en avgift på bokningarna, ofta i form av en fast avgift och en låg provision på bokat belopp eller ett fast belopp per bokning. En annons på sajten utan bokningsmöjlighet kan däremot vara gratis.

Förmedlingssajter

Ett fåtal svenska rikstäckande sajter (men många stora danska och holländska sajter med svenska stugor) fungerar som förmedlingssajter och tar hela ansvaret för uthyrningen inklusive betalningstransaktionerna. Verksamheten liknar de traditionella turistbyråernas, men det hela sköts via nätet: bokning, fakturering, kortbetalning mm. Villkoren för stugägaren liknar också de traditionella turistbyråernas med en relativt hög provision, från 25 % och uppåt, samt ett minsta antal veckor som förmedlingen ska disponera under högsäsong.

Sattelitsajter

De finns slutligen några sajter som till viss del eller helt fungerar som bryggor åt stora, mera globala förmedlingssajter. Dessa, som vi kan kalla sattelitsajter, har då en mindre provision (ofta runt 4 %) på varje bokning som förmedlingssajten har erhållit från en kund som kommer från den aktuella sattelitsajten.

Hur väljer jag sajt för min stuga?

Lämpligen börjar du med att besöka några sajter som om du var en kund som söker en stuga. Vad ger sajten för intryck? Drunknar de stugor som finns där i annan reklam? Hur lätt är det att hitta något som passar dina önskemål som kund, vilka sökhjälpmedel finns? När du hittat ett objekt, kan du se all information du vill ha eller måste du kontakta uthyraren för komplettering?

Som uthyrare, tänk efter hur mycket service du vill ta på dig själv och hur mycket du vill ge via sajten. Dagens kunder är vana att boka till exempel teaterbiljetter via nätet när som helst på dygnet. Kan man inte boka din stuga online så kommer du förr eller senare att förlora kunder som förväntar sig ett lika smidigt förlopp när det gäller bokning av semesterlogi.

Var också observant när det gäller besöksstatistik. Många sajter visar att de har höga besökstal till sina förstasidor. Det kan vara viktigt på flera sätt, till exempel om man ska sälja annonsplats. Men för dig är det viktiga hur många besök du får till just din sida och vilka affärer det leder till för din del. En besökare som kommit in på sajtens förstasida räknas in i stugsajtens totala statistik. Försvinner han eller hon sedan ut med hjälp av ett reklamfönster blir det ingen affär, vare sig för dig eller för någon annan stuguthyrare på sajten.

Ge akt på om du enkelt kan komma i kontakt med den som står för sajten. Särskilt vid mer avancerade tjänster, som onlinebokning, kan det finnas behov av att diskutera med och få råd av sajtägaren. Vill du nå en större marknad än Sverige ska du välja en sajt där det finns flera språk, viktigast är engelska.

När du sedan valt sajt och ska lägga upp ditt objekt så lönar det sig att göra det med omsorg. Tänk på att besökaren med ett musklick kan lämna din objektbeskrivning och försvinna någon annan stans. Skriv in ditt objekts bästa egenskaper i början av stugubeskrivningen och försök formulera de första meningarna på ett målade sätt. Skriv inte någon lång sammanhängande text utan dela upp i småstycken. Använd inte långa eller ovanliga ord. Det är också mycket viktigt att du har några bra bilder att lägga in, se vårt kapitel om fototips.

Trender

Statistik från SCB pekar mot en trend där semesterresenärerna stannar allt kortare tid på varje plats och bokar sina resor och stugor allt senare. Det ökar kundens krav på information och bokningsmöjligheter via nätet.

En annan trend är att antal sajter och objekt ökar i snabb takt på nätet med påföljd att kunden får allt svårare att hitta det han/hon är ute efter i den enorma höstack som Internet utgör. För att hitta något som passar använder kunden sökmotorer, som Google, som söker hela nätet. Men kunden vill helst också ha en effektiv sökmotor för den stugsajt han/hon har hittat, ett filter för att hitta rätt objekt. Så kan du som uthyrare kanske få en ny kund som vill vara oberoende av bil om han/hon i sökningen kan sätta villkor för avstånd till busshållplats samtidigt med avstånd till affär och bad. För kunder som söker speciella egenskaper är priset ofta en andrahandsfråga!

(Detta är ett utdrag ur "IT för stuguthyrare". Hela skriften kan beställas via e-post till roland@erigus.se.)