



Fler ögon på bostadsannonsen – Hemnet lanserar ny kampanj om räckviddens betydelse

Nu inleder Hemnet sin nya rikstäckande varumärkeskampanj "Fler ögon på din annons". Kampanjen sätter ljust på Hemnets främsta styrka – räckvidden – och hur 40 miljoner besök varje månad skapar de bästa förutsättningarna för en framgångsrik bostadsaffär.

Att sälja en bostad är ofta livets största affär, och målet för de flesta säljare är enkelt: att nå så många relevanta köpare som möjligt. Hemnets nya kampanj konkretiserar värdet av att synas på Sveriges mest välbesökta bostadsmarknad genom att visa hur hög synlighet ökar chanserna till ett bra slutresultat.

Budskapet i kampanjen är tydligt: fler ögon på annonsen ökar sannolikheten för fler besökare på visningen, vilket i sin tur ökar chanserna för fler budgivare och i förlängningen möjligheten till ett högre slutpris.

– Med den här kampanjen vill vi göra vår räckvidd begriplig och relevant för alla som går i säljtankar. Genom att lyfta fram de 40 miljoner besök vi har varje månad påminner vi om att Hemnet är den självklara platsen för att maximera chanserna till en riktigt bra bostadsaffär, säger **Mattias Bogren**, Marketing Director på Hemnet.

Strategisk satsning på storstadsregionerna

Kampanjen kommer att synas intensivt under perioden vecka 12 till 18. En betydande del av medieinvesteringarna är riktade mot Stockholm, Göteborg och Malmö för att möta marknadens behov i dessa tillväxtregioner.

Genom en bred mediemix som inkluderar video, utomhusreklam, sociala medier, digital annonsering samt ljud och podcasts, säkerställer Hemnet en maximal räckvidd och närvaro där säljare och köpare befinner sig.

– För en säljare handlar det om att inte missa några möjligheter. Att välja marknadsplatsen med störst publik är det mest effektiva sättet att öka sannolikheten för konkurrens om sin bostad och därmed förbättra chanserna till bästa möjliga slutpris, fortsätter **Mattias Bogren**.

Om kampanjen

- **Tema:** Fler ögon på din annons / Sveriges mest välbesökta bostadsmarknad.
- **Period:** Vecka 12–18.
- **Kanaler:** Video, utomhusreklam, sociala medier, digital annonsering, ljud och podcast.
- **Mål:** Öka utbudet samt stärka varumärkets preferens och kännedom om Hemnets räckvidd.
- **Byråer:** Nord DDB (reklam) Hearts & Science (media)



För mer information, kontakta:

Pressförfrågningar

Staffan Tell, Head of PR

M: +46 733 67 66 85

E: staffan.tell@hemnet.se

Om Hemnet

Hemnet driver Sveriges ledande bostadsplattform. Bolaget grundades som ett branschinitiativ 1998 och har sedan dess utvecklats till en värdeskapande marknadsplats för bostadsmarknaden. Genom att erbjuda en unik kombination av produkter, insikter och inspiration har Hemnet byggt varaktiga relationer med köpare, säljare och fastighetsmäklare i över 25 år. Hemnet delar tillsammans med sina målgrupper en gemensam passion för hemmet och drivs av att vara en oberoende och självklar plats för människor att vända sig till vid de olika bostadsbehov som uppstår genom livet. Detta reflekteras i bolagets vision att vara nyckeln till din bostadsresa, där Hemnet med sina produkter och tjänster vill öka effektiviteten, transparensen och rörligheten på bostadsmarknaden. Hemnet är noterat på Nasdaq Stockholm ("HEM").

Följ oss: hemnetgroup.se / [Facebook](#) / [Linkedin](#) / [Instagram](#)

Bifogade bilder

[Hemnet Kampanj](#)

[Hemnet Kampanj 2](#)

[Mattias Bogren Marketing Director Hemnet](#)