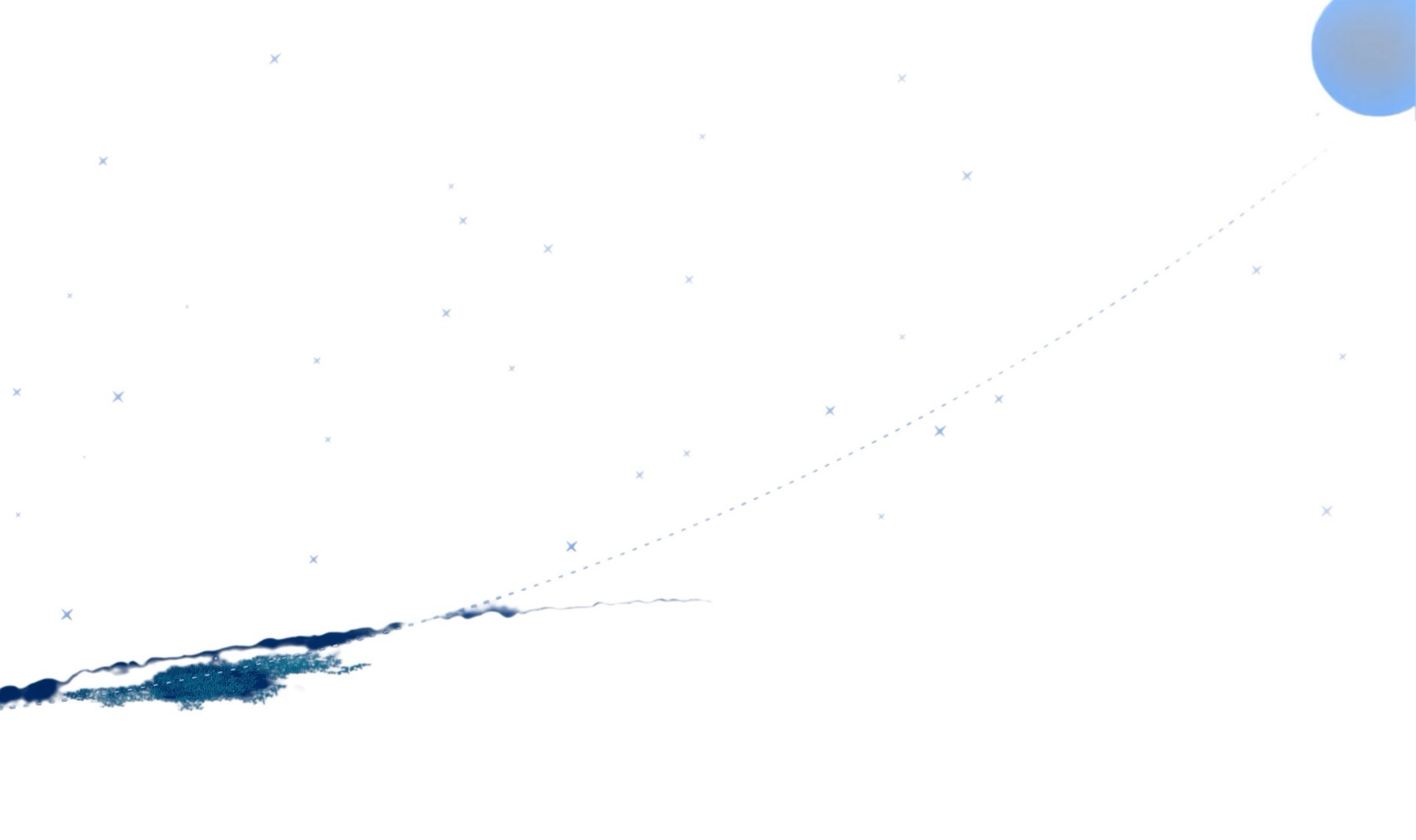


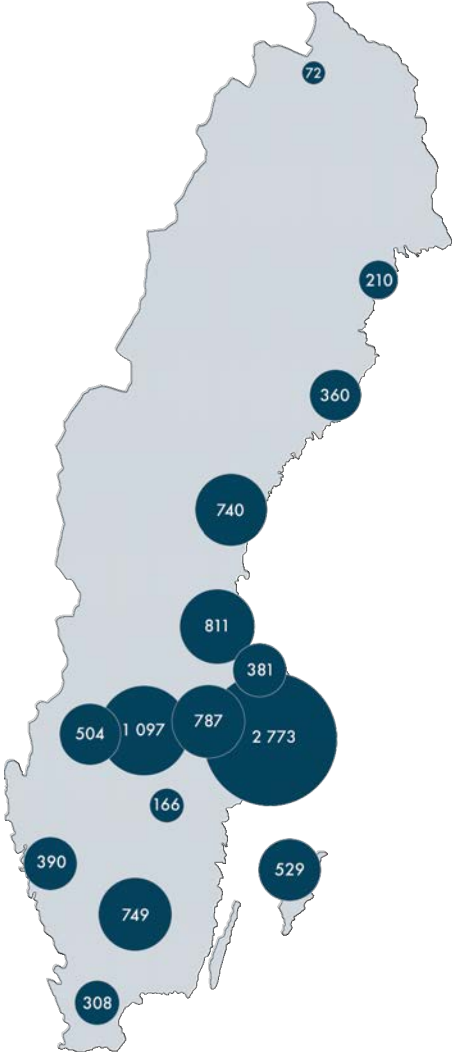


Det gröna fastighetsbolaget





DET GRÖNA FASTIGHETSBOLAGET



FRÅN LUND TILL KIRUNA

Lokal marknadskännedom

Visningar



VILKA BOR HOS OSS?



NAMN	Maja
ÅLDER	16-27 år
BOR	Hela Sverige (med primärt fokus på studieorter)
SYSSELSÄTTNING	Student på gymnasium, högskola eller universitet

% använder kanalen minst 1 gång/vecka:



92% 88% 87% 85% 58% 23% 22%

STUDENT

OM MAJA

Maja beskriver sig själv som en glad och positiv person med höga ambitioner och stor nyfikenhet på livet. Fritiden ägnar hon gärna åt att umgås med vänner, vara ute i naturen, laga god mat och träning. Andra stora intressen är musik, konst, fest och titta på serier.



VARFÖR VALDE MAJA EN BOSTAD HOS K2A?

- Det geografiska läget (30%)
- Chans till ett förstahandskontrakt (23%)
- Standard och planlösning (21%)
- Hyresnivån (11%)
- Miljöaspekten - viktigt att bo hållbart (7%)

VIKTIGT I VAL AV HYRESVÄRD

- Att hyresvärderna upplevs som seriös
- Lyhörddhet, bra service och hjälp när det behövs
- Bra kommunikation och information
- Hållbarhetsfokus

TOPP 5 – SOCIALA PLATTFORMAR

- 1 Instagram (nöje, inspiration, underhållning och ha koll på kompisarna)
- 2 Youtube (nöje, underhållning och vloggar)
- 3 Snapchat (kommunicera med vänner)
- 4 Facebook (studentgrupper, events, Marketplace, Messenger)
- 5 TikTok (underhållning och tidsfördriv)

VAD INSPIRERAS MAJA AV?

- Människor som vågar följa sina drömmar och gå sin egen väg
- Personlig utveckling
- Natur, kultur, konst och musik
- Medmänsklighet och välvilja
- Sin egen familj

HUR FÖREDRAR MAJA ATT KOMMUNICERA?

- Chatt (81%)
- Telefon (60%)
- Mejl (50%)
- Direktkontakt (43%)

PERSONLIGT





1

Kund får nys om K2A genom sociala medier

2

Ställer sig i K2A:s bostadskö

3

Laddar upp antagningsbesked

4

Anmäler sitt intresse på en bostad som ligger på K2A.se

5

Får ett erbjudande (3 kunder får ett erbjudande)

6

Den som tackat ja och har flest ködagar får ett avtal som signeras digitalt

VÄGEN TILL EN UTHYRD LÄGENHET



NYPRODUKTION

Vad krävs i marknadsföring och kommunikation för att vi ska lyckas hyra ut ett helt nytt projekt vid uthyrningsstart?

Exponering

Vår genomsnittliga CTR (klickfrekvens) på våra annonser är 4%

5 000 000

Klick

I snitt konverterar (köregistrering) 5% av våra besökare från betald trafik på k2a.se.

200 000

Konvertering

Eftersom inte alla registrerar sig i kön behöver bostad på en gång räknar vi med att 10% intresse vid uthyrningsstart.

10 000

Intressenter

Vi behöver 10 intressenter/objekt för att med god sannolikhet hyra ut ett projekt med 100 lägenheter.

1 000



100 uthyrda lägenheter

FRÅGOR?



Tack!

Det gröna fastighetsbolaget

