



TIPS OCH TRENDER FÖR DIN **BOSTADSANNONS**

HUSFOTO I SAMARBETE MED GUBI

FOTO: Annci Gustavsson @ [GUBI showroom](#)



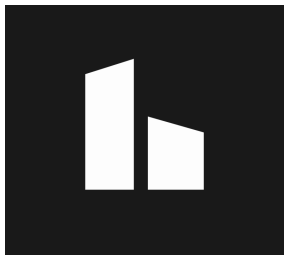
HUR SKAPAR DU EN BOSTADSANNONS SOM SÄLJER 2021?

FOTO: Annci Gustavsson @ [GUBI showroom](#)

Det är frågan vi på **Husfoto** ställde oss själva inför det nya året. För att svara på frågan tog vi oss till **GUBI**s showroom på Norrlandsgatan 6 i Stockholm för inspiration, diskussion och en kopp kaffe.

Med oss tog vi många års erfarenhet av interiör- & arkitekturfotografering och styling, samt ett öppet sinne och många frågeställningar. Vilka trender ser vi, och vilka kommer hålla i sig? Hur kan just din annons sticka ut och väcka intresse? Hur kan du ge den ett försprång till marknaden?

Tillsammans landande vi i följande...



Husfoto är Sveriges ledande nätverk av bostadsfotografer, med ca 150 fotografer anslutna över hela landet. Husfoto har funnits med och drivit utvecklingen av Sveriges bostadsannonser i snart 15 år.

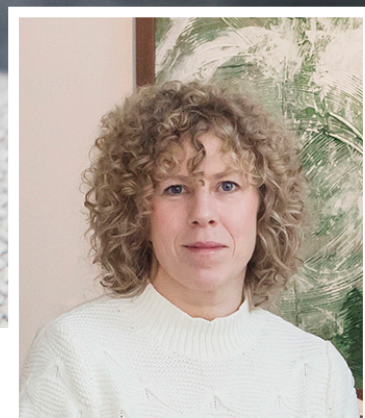
GUBI 

GUBI är ett danskt designhus världskänt för sina djärva, eleganta möbler och inredningsartiklar. GUBI:s visionära kollektion kombinerar ikoniska och bortglömda objekt från förr med morgondagens designklassiker.



VÄLJ RÄTT BILDER SOM GÖR INTRYCK

FOTO: Annci Gustavsson @ [GUBI showroom](#)



Annci Gustavsson

Husfoto / YTA Creative.

Annci startade som frilansande fotograf, arbetade i många år som Bildchef för Erik Olsson Fastighetsförmedling och är idag coach / utbildare för fotografer i Husfoto.

1. Satsa på en riktigt **bra förstabild**

Lägg någon minut extra på att välja rätt förstabild som visar det unika i bostaden, gärna redan vid fotografering i samråd med fotograf. Detta möjliggör fler klick. Förstabilden ska marknadsföra bostadens uttryck genom hela affären och även i efterföljande marknadsföring.

2. **Känsla och trivsel** > bilder av yta.

Köpare är olika personligheter som tilltalas av olika bildutsnitt. Bilder på infallande ljus eller känslan av att sitta vid köksbordet och blicka ut, förhöjer de dokumenterande bilderna av bostadens yta. Säljande bilder på hur livet i bostaden kan förväntas bli väger tungt och kompletterar varandra vilket ger effekt av annonsens helhet.

3. Väl valt bildflöde **imponerar**.

De som letar bostad scrollar igenom många bilder. Välj bilder i annons med omsorg, Välj de starkaste bilderna som (kick)start av din bildvisning. Annonsen riktar sig likväl till köpare som till dina nästa säljare. En välkomponerad annons imponerar!



Styling

INRED DIGITALT MED **E-STYLING**



Felicia Holmgren

Husfoto

Felicia har bakgrund inom flera av Sveriges största mäklarbyråer samt som stylist på Scandinavian Homes. Idag ansvarar hon för Stockholmsregionen inom Husfoto.

FOTO: Annci Gustavsson @ [GUBI show room](#)

1. Visa bostadens **potential**

Många spekulanter har svårt att se bostadens potential, speciellt om den befintliga inredningen inte är neutral eller känns omodern. Med E-styling kan man enkelt visa förbättrad vision, utan behöva flytta en enda möbel.

2. Ett **kostnadseffektivt** alternativ

Många säljare vill inte lägga pengar på styling, även om dom förstår syftet. E-stylingen ger mäklaren och säljaren ett billigare alternativ till den fysiska stylingen.

3. **Hållbart** för både miljön och din tidsplan

Genom e-styling kan du snabbt få en bostad stylad oavsett om bostaden skall annonseras som kommande försäljning eller på Hemnet. Med E-styling behövs inte möbler fraktas för att skapa en inbjudande känsla i bilderna.

VILL DU FORTSÄTTA DISKUSSIONEN?



FOTO: Annci Gustavsson @ [GUBI show room](#)

Vi på Husfoto vill alltid prata bostadsannonser. Därför erbjuder vi en **kostnadsfri analys av din bildprofil** där vi ser över dina senaste annonser ur flera perspektiv - Vilken kvalitetsnivå och stil har dina bilder? Är stylingen rätt i tiden och för din marknad? Hur utmärker sig dina annonser från dina konkurrenter i området? Klicka nedan för att ta dina annonser till nästa nivå!

BOKA ANALYS

GUBI® hus**foto**