

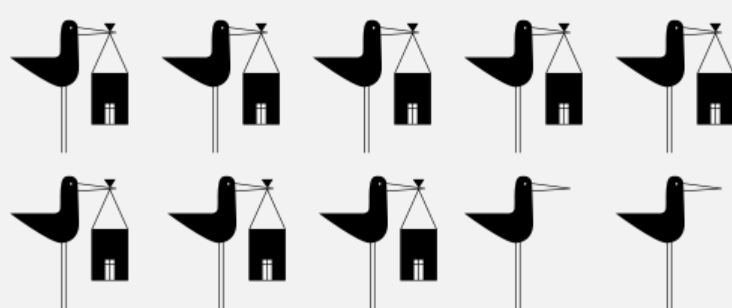


Sprider kunskap på ett
underhållande sätt

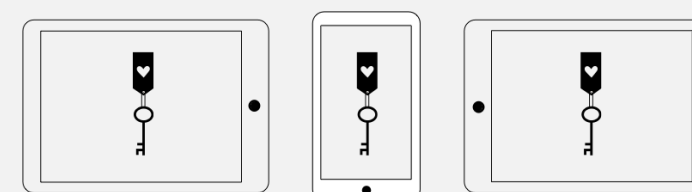
Med hjälp av Observify så har Hemnet:



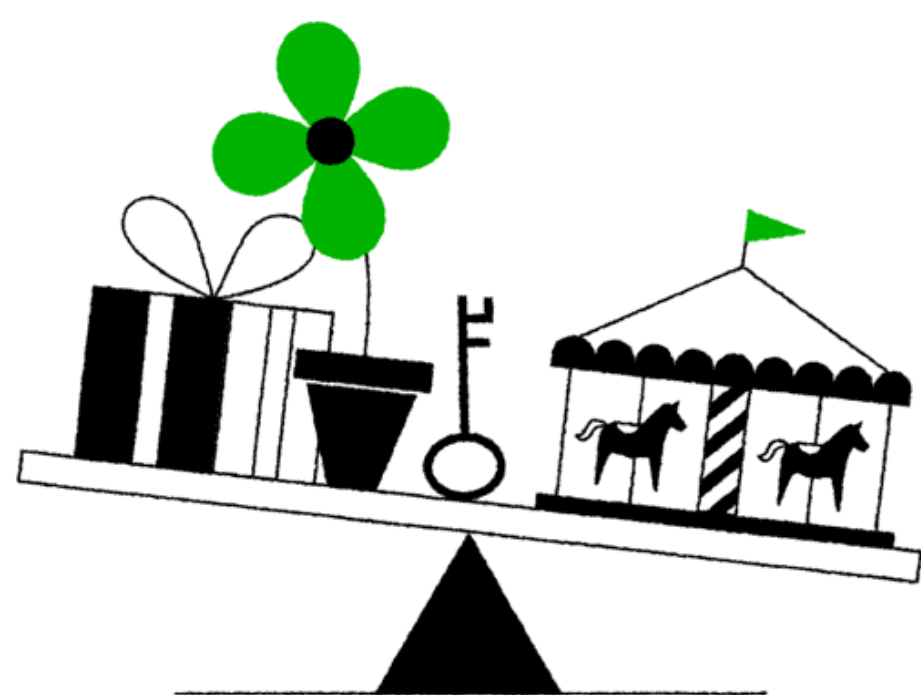
Kunnat följa upp vilka som kollar på serien och hur de delar den i sina nätverk



I detalj kunnat följa vad som sägs om serien



Kunnat identifiera nya influencers



VAD DRÖMMER DU OM?

Med över två miljoner unika besökare i veckan och drygt en miljon bostadsvisningar per dygn är det ingen överdrift att påstå att en majoritet av de svenska hushållen känner till Hemnets varumärke.

Hemnet lanserade i Maj 2016 webb-tv serien "Dröm Dig Hem" där ett av livets största beslut skildras i dokumentärform. Bostadssajten ville sprida kunskap om bostadsaffärer på ett underhållande vis.

Serien innehöll 80 avsnitt där fem nya avsnitt publicerades varje tisdag under fyra månaders tid. Detta genererade förtjänad media i form av press, bloggare, inlägg i sociala medier samt att deltagarna själva spred avsnitten i sina digitala nätverk.

Get in touch with Observify today!

✉ sales@observify.com ☎ +46 8 660 44 99

Observify

HEMNET FICK KOLL PÅ MÅLGRUPPEN

Observifys verktyg användes för daglig bevakning av Dröm Dig Hemserien och möjliggjorde för Hemnet att få insikter kring genomslaget av de olika avsnitten. Rapportfunktionen användes för att dela med sig av resultatet internt och personalen fick snabbt kunskaper i detalj över hur serien mottogs. Just möjligheten att snabbt dela resultaten med de anställda bidrog inte bara med viktig information utan bidrog även till att motivera de anställda.

Genom att kategorisera och strukturera upp de influencers som talade om serien, kunde Hemnet skapa sig en tydlig bild av hur konversationerna och reaktionerna växlade under hela tidsperioden; därmed skapades utrymme att förändra sin strategi löpande.

Hemnet fick även möjlighet att enkelt sortera och dela upp sina följare och anhängare i Observifys verktyg och hitta passande affiliates från sina respektive målgrupper.

Hemnet har fått bekräftelse att deras utbud intresserar en stor målgrupp i Sverige och man har även fått bättre koll på sina olika målgrupper.



Serien sändes i över 16 veckor och varje vecka drog vi lärdomar av Observifys bevakning. Med hjälp av den insamlade datan kunde vi förändra och förbättra programmet allt eftersom det sändes – det bidrog till att serien bara blev bättre och bättre. Tack vare bevakningen av sociala medier fick vi fördjupade insikter om hur serien togs emot av tittarna.



Marek Wolski
Brand Manager / Creative Strategist @Hemnet

Get in touch with Observify today!

✉ sales@observify.com ☎ +46 8 660 44 99

Observify