

5 grep som gjør boligannonsen sterkere på Reels

En kort, praktisk guide for meglere, utleiere og forvaltere. Du kan bruke den enten du lager filmen selv eller bestiller den.



Demonstrasjonsprosjekt laget av Lumio. Ikke et kundeoppdrag.

Reels og andre korte, stående videoer ser du på mobilen, oftest uten lyd, og ofte bare i et par sekunder før du bestemmer deg for å se videre. Det stiller andre krav enn en vanlig boligannonse. Du trenger ikke dyrt utstyr for å møte dem. Du trenger noen enkle vaner.

Guiden bygger på fem grep. Ingen av dem lover noe om resultater. De gjør filmen tydeligere, ryddigere og mer ærlig.

01

Start med det som faktisk er best

De første sekundene avgjør om noen blir værende.

02

Én ting per klipp

Ett rom, én rolig bevegelse.

03

Tekst som fungerer uten lyd

Korte stikkord som kan leses på mobil.

04

Vær ærlig om hva som er bearbeidet

Det viktigste av de fem.

05

Gjør det enkelt å gå videre

Ett tydelig neste steg.

Til slutt finner du et eksempel på en film på omtrent 35 sekunder, tre vanlige feil og en sjekkliste på ti spørsmål.

01

Start med det som faktisk er best

De første sekundene avgjør om noen blir værende. Det betyr ikke at du skal starte med noe spektakulært. Det betyr at du skal starte med det beste rommet eller den beste utsikten boligen har.

SLIK GJØR DU DET

- Gå gjennom bildene og velg ett, ikke tre. Velg rommet eller motivet som best viser hva som er spesielt med boligen: lyset i stuen, terrassen, kjøkkenet eller utsikten fra balkongen.
- Legg det først. Ikke begynn med fasaden hvis fasaden er det kjedeligste ved boligen.
- Unngå introer med logo og tittel som tar flere sekunder. Logoet kan komme på slutten, eller ligge diskret i hjørnet hele tiden.

Sjekk selv: Hvis noen bare ser de to første sekundene, forstår de hva slags bolig dette er?

02

Én ting per klipp

Et klipp på tre til fire sekunder rekker å vise én ting. Prøver du å vise hele stua, kjøkkenet og gangen i ett klipp, ser seeren ingenting av det.

SLIK GJØR DU DET

- Ett rom, én bevegelse. Kameraet kan gli rolig fremover, sidelengs eller langsomt inn mot en detalj. Ikke alt på en gang.
- Hold rekkefølgen logisk. Gå gjennom boligen slik en besøkende ville gått: inngang, stue, kjøkken, soverom, bad og utearealer. Hopper filmen vilkårlig mellom rom, blir det vanskelig å forstå hvordan boligen henger sammen.
- Hold bevegelsene rolige. Raske svinger og store zoom gir et urolig inntrykk, og de kan få rommene til å virke annerledes enn de er.

Sjekk selv: Kan du si hva hvert klipp viser med ett ord? «Stue». «Kjøkken». «Utsikt». Trenger du en hel setning, prøver klippet å vise for mye.

03

Tekst som fungerer uten lyd

De fleste ser Reels uten lyd, i hvert fall til å begynne med. Teksten må derfor bære informasjonen. Samtidig er mobilskjermen liten, og tekst som er for liten eller for lang, blir ikke lest.

SLIK GJØR DU DET

- Bruk korte stikkord, ikke setninger. «3 soverom · 78 m² · Balkong mot sør» fungerer. Et helt avsnitt gjør det ikke.
- Hold teksten innenfor trygt område. Instagram og Facebook legger knapper og bildetekst over nedre del av skjermen og noe av toppen. Hold viktig tekst vekk fra kantene, særlig nederst.
- Bruk god kontrast og en enkel skrift. Hvit tekst på lyst bilde forsvinner. En mørk, halvt gjennomsiktig bakgrunn bak teksten hjelper.
- Hent fakta fra annonsen, ikke fra hukommelsen. Areal, antall rom, adresse og pris skal være de samme som i selve annonsen. Står det noe annet i filmen, mister du tillit.

Sjekk selv: Slå av lyden og se filmen på telefonen, på en armlengdes avstand. Kan du lese alt uten å myse?

04

Vær ærlig om hva som er bearbeidet

Dette er det viktigste av de fem. En boligfilm som får boligen til å se annerledes ut enn den er, skaper problemer, både for den som kommer på visning og blir skuffet, og for deg som har markedsført boligen.

SLIK GJØR DU DET

- Ikke legg til noe som ikke finnes. Ingen møbler som ikke står der, ingen utsikt som ikke er der og ingen blå himmel hvis det var overskyet, med mindre du tydelig sier fra.
- Ikke fjern noe som er synlig på bildene, som kabler, skjevheter eller nabobygg, hvis det påvirker inntrykket av boligen.
- Merk filmen når den er laget med KI-verktøy, for eksempel «KI-animert fra originalbilder». Da vet seeren hva de ser på.
- Kjenn retningslinjene. Markedsføringsloven forbyr villedende markedsføring. Forbrukertilsynets veiledning om markedsføring av bolig, som ble laget sammen med Eiendom Norge, sier at illustrasjoner og andre virtuelle virkemidler må gi et representativt bilde av eiendommen. Les veiledningen før du bestemmer hvor langt bearbeidingen kan gå. Er du megler, er du ansvarlig for annonsen.
- Sjekk filmen mot originalbildene. Se klipp og bilde side ved side. Er rommet likt? Er vinduene like mange og like store? Er det samme gulv og samme farger?

Sjekk selv: Ville en kjøper som kommer på visning, kjent igjen boligen fra filmen?

05

Gjør det enkelt å gå videre

Filmen er ikke målet i seg selv. Den skal få folk til å ta neste steg, og det steget må være tydelig og lett.

SLIK GJØR DU DET

- Si hva neste steg er, én gang. «Se hele annonsen på FINN» eller «Send melding for visning». Ikke tre forskjellige oppfordringer.
- Legg lenken eller kontaktinformasjonen der folk faktisk finner den. På Instagram kan lenker i bildeteksten være vanskelige å trykke på, så en lenke i profilen fungerer ofte bedre. På FINN kan megleren legge inn en video fra YouTube eller Vimeo i boligannonsen, hvis kontoret har utvidet prospekt-pakke.
- Hold filmen kort. 30 til 45 sekunder er ofte nok til å vise en bolig. Lengre filmer krever mer av seeren, og færre ser dem til slutten.
- Bruk samme mal på flere boliger. Har du mange enheter, hjelper det at filmene ser ut som de hører sammen. Det gir gjenkjennelse og sparer deg for å ta nye valg hver gang.

Sjekk selv: Vet seeren hva de skal gjøre etterpå, og klarer de å gjøre det på under ti sekunder?

EKSEMPEL

En film på omtrent 35 sekunder

Tallene er veiledende, ikke en fasit.

TID	KLIPP	TEKST
0–4 s	Boligens beste motiv, for eksempel stua med lys fra vinduet	Adresse eller område
4–8 s	Kjøkken	«Åpen løsning» (bare hvis det stemmer)
8–12 s	Hovedsoverom	Antall soverom
12–16 s	Bad	Kort stikkord
16–24 s	To til tre klipp: balkong, utsikt, fellesareal	Areal og etasje
24–35 s	Rolig avslutning på et rom, med kontaktinformasjon	Neste steg

PASS PÅ

Tre vanlige feil

- **For mange rom.** En film som viser alt, viser ingenting. Velg ut det som er viktigst.
- **For rask klipping.** Seeren rekker ikke å se hva rommet er. Gi hvert klipp tid.
- **Tekst som ikke stemmer med annonsen.** Selv små avvik, som feil areal eller feil etasje, gjør at hele filmen virker mindre troverdig.

Ti spørsmål før du publiserer

- | | | |
|----|--|--------------------------|
| 01 | Starter filmen med boligens beste motiv? | ☐ |
| 02 | Viser hvert klipp én ting, med rolig bevegelse? | ☐ |
| 03 | Kan filmen forstås uten lyd? | ☐ |
| 04 | Er teksten lesbar og innenfor trygt område? | ☐ |
| 05 | Stemmer alle fakta med annonsen? | ☐ |
| 06 | Er ingenting lagt til eller fjernet som ikke er på bildene? | ☐ |
| 07 | Er filmen merket, hvis den er laget med KI? | ☐ |
| 08 | Har fotografen eller rettighetshaveren godkjent at bildene brukes til video? | ☐ |
| 09 | Er neste steg tydelig, og lett å gjøre? | ☐ |
| 10 | Har du sett filmen på mobil, uten lyd, før publisering? | ☐ |

Det siste punktet tar to minutter og avdekker mer enn noe annet.

Til slutt

Gode boligfilmer handler sjelden om effekter. De handler om å vise boligen tydelig, rolig og ærlig, i et format folk faktisk ser. Mye av dette kan du gjøre selv, med bildene du allerede har.

Vil du heller ha det gjort, lager Lumio Eiendomsvideo korte, stående boligfilmer fra eksisterende bilder, merket «KI-animert fra originalbilder», for 2 490 kr per bolig.

lumiovideo.no

Guiden er allmenn veiledning og ikke juridisk rådgivning. Lumio er et varemerke under Kit-Pro Eidet ENK, org.nr 937 485 263.