



www.DrHouse.no

EN LITEN

PRESENTASJON



**HVA ER
DRHOUSE.NO?
EN KORT INTRO**



DrHouse.no

Innhold

DRHOUSE.NO

PRESENTASJON



www.DrHouse.no

Trykk på logoen og du får
opp skjema for
innmelding

01

VELKOMMEN TIL
DrHouse.no

DrHouse.no skal være et nettmagasin der du finner info om og lenker til alt som har med bolig/hytte/bygg å gjøre. Du skal kunne finne nyheter og redaksjonen skal følge med og legge ut nytt fra messer og andre medier i inn- og utland. Leverandørene skal kunne sende pressemeldinger med nyheter som DrHouse.no legger ut videre. Nettstedet skal fungere som et magasin med tydelig informasjonsvinkling. Nyttig er nøkkelordet. Likevel skal det se bra ut med god og brukervennlig design. DrHouse.no skal følge bygge- og oppussingsprosjekter og legge ut filmer, bilder og informasjon om dette slik at det kan følges av alle. DrHouse.no skal gi deg oversikt over fagpersoner, leverandører, utdanning, kurs, messer og det meste annet som er bolig/bygg relatert. DrHouse.no skal være "knutepunktet" som utgjør en god smeltedigel av praktisk, vakkert og forbrukerrettet godt stoff, som i tillegg til egne reportasjer også melder om interessant stoff fra andre nettsteder. Med forbrukeren og hans/hennes behov for tilgjengelighet og ønske om relevans til egen situasjon og stil skal DrHouse.no forankre seg som det naturlige startpunktet for ethvert boligrelatert nettsøk.

03 HILSEN REDAKTØREN
04 Litt om idéen til DrHouse.no

05 TYPISK EIENDOMSKJØPER
06 Kjennetegn

07 WEBSIDEN
08 Slik ser den ut

09 NEWSLETTER
10 DrHouse.no's nyhetsbrev

11 MEDIEUTVIKLING
12 Om film, tv, You-Tube...

13 OM NETTBRUK
14 Hva sier statistikken osv?

15 FASADER
16 Et stilig hus med moderne
fasade og materialbruk

17 OM WEB INNHALDET
18 Oversikt - kategorier

19 HVILKEN STIL HAR DU?
20 Om det å finne sin stil

21 KJØKKEN
22 Hva skjer på kjøkkenet?

23 BAD
24 Ditt eget velvære rom

25 SOVEROMMET
26 Vårt nye "satsnings"rom

27 HÅNDVERK - PRAKTISK
28 Hvordan bruke nettsiden?

29 GJØR DET SELV
30 Sånn gjør du det

31 TJENESTER
32 Bank, forsikring, megling mm

33 HAGE
34 Utelivet er høyt elsket
35 BAKSIDE



www.DrHouse.no

Trykk på logoen over og se vår
inspirasjonsvideo.

08

FORSIDEN
WEB
DrHouse.no



13
OM NETTBRUK
Hva sier statistikk
og trender?

Innholdet i denne presentasjonen er bare en kort beskrivelse av hva du kan vente å finne på DrHouse.no. Det er viktig for oss at du forstår at dette er noe alle kan ha glede og nytte av. Hvis noe er uklart eller du vil ha mer info er det bare å ta kontakt. Vi har gjort en grundig markedsanalyse. Den kan du få lese - konfidensielt.

Hilsen Redaktøren



For snart et år siden begynte jeg å jobbe fulltid (og vel så det) med en idè jeg har hatt i mange år.

Jeg har jobbet i rundt 20 år med reportasjer om bolig, interiør, arkitektur og praktiske gjør det selv stoff som frilans journalist og fotograf for de fleste interiørmagasiner og ukebladene, vært med å starte opp BoligPluss (som sjefredaktør), gitt ut bøker, jobbet som eiendomsmegler, både før og etter denne perioden, startet en av Norges første konseptbutikker på Bislett i Oslo, Madam Mim, som jeg gjorde om til en en-gros-forretning (og importerte åtte 40-fots containere med tre-ender i året) som nå er et stort firma som heter Covent Garden Collection. Jeg har åndet og levd for boligstoff i hele mitt voksne liv, kun avbrutt av to år på sosiologistudier i 2011-2013. Jeg trodde faktisk jeg var ferdig med bolig som tema på grunn av sosiologien, men så har studiene, som også har vært kvalitativ og kvantitativ statistikk, fått meg til å innse at jeg kan bruke disse forskjellige erfaringene innen boligsegmentet til noe spesielt. Jeg fikk den smarte (synes jeg, da) ideen at jeg burde sette mine erfaringer i system og lage en webside der disse smelter sammen til en oversiktlig helhet.

Alt henger sammen med alt, sier jeg. Med det mener jeg at hvis du er interessert i boligen din, skal bevege deg i boligmarkedet, eller bare vil bli inspirert, så henger ting sammen. En boligkjøper er interessert i mer enn boligpriser og interiørtips. De som har kjøpt seg ny bolig skal forsikre boligen, flytte, kanskje pusse opp, kjøpe noen nye møbler, kvitte seg med noe, installere alarm, skifte vinduer og så videre innen de kommer så langt at de kan pynte med puter i sofaen. I hele denne kjeden av ulike behov vil de trenge hjelp til å velge de leverandørene som har det de trenger. Det er mange ting som skal på plass i et boligskifte og her vil min idè, DrHouse.no, være det naturlige førstevalget for å lettest mulig finne gode løsninger på de utfordringene og behovene som måtte oppstå. Det finnes ikke noe nettsted som dekker dette segmentet slik DrHouse.no vil gjøre. DrHouse.no vil ta denne nisjen i markedet. DrHouse.no vil være den som samler og deler og gir brukeren en god og positiv opplevelse. Nettet er kommet for å bli. Det er DrHouse.no også! Velkommen!

Gro

Gro Flaaten
gro@drhouse.no



E I E N D O M S H A N D E L

TYPISK



EIENDOMS KJØPER



1 Folk som er i salg/kjøp prosess (dvs eiendomsmegler-/utbyggers kunder) i bolig/bygg-markedet og alle som trenger tips, ideer, opplysninger om noe bolig/bygg relatert. Dette er den målgruppen nettstedet DrHouse.no primært skal være til for.

2 Firmaer som har produkter og (eller tjenester i bolig/bygg segmentet) er den målgruppen som i tillegg til DrHouse.no, vil ha glede og nytte av nettstedet som et sted der man kan nå kunder og forbrukere. Ved å legge inn firmanavn, produktnavn, web-lenker under riktig kategori(er) vil det tjene forbrukeren å få en oversiktlig informasjon når de går inn på DrHouse.no og leverandøren vil kunne benytte seg av DrHouse.no's tilbud om å legge ut nyhetsstoff både på web og i nyhetsbrev. Jo flere som legger inn "lenken" sin jo bedre for forbrukeren, men også mer igjen for leverandøren når "alle" starter søket sitt på DrHouse.no når de skal finne nytt og nyttig og bolig/bygg. For dem som jobber innen bolig/bygg segmentet kan det dukke opp nye muligheter ved "delingsmetoden" til DrHouse.no som de ellers ville ha gått glipp av. DrHouse.no ønsker at alle skal dele for på den måten å få mer tilbake.

3 De som selger/kjøper bolig er interessert i mer enn boligpriser og interiørtips. De som har kjøpt seg ny bolig skal forsikre boligen, flytte, kanskje pusse opp, kjøpe noen nye møbler, kvitte seg med noe, installere alarm, skifte vinduer og så videre innen de kommer så langt at de kan kjøpe pynteputer til sofaen. I hele denne kjeden av ulike behov vil de trenge hjelp til å velge de leverandørene som har det de vil ha. Det er mange ting som skal på plass i et boligsifte og her vil DrHouse.no være det naturlige førstevalget for å lettest mulig finne gode løsninger på de utfordringene og ønskene som måtte oppstå. Det finnes ikke noe nettsted som dekker dette segmentet slik DrHouse.no vil gjøre. DrHouse.no vil ta denne nisjen i markedet. DrHouse.no vil være den som samler og deler og gir brukeren en god og positiv opplevelse. Nettet er kommet for å bli. Det er DrHouse.no også!

4 De mest attraktive forbrukerne er de som er i boligmarkedet, enten de skal kjøpe leilighet, hus eller fritidsbolig/hytte. Det er også denne kjøpegruppen som søker mest etter boligrelatert stoff på nettet. De er "opplært" mye pga Finn.no, men som statistikkene viser, er det også en økende trend for nettsøk, særlig via mobil og nettbrett.

I følge en undersøkelse fra IDG - publisert 16. januar 2012 - har iPad for alvor endret våre medievaner, både privat og i jobbforbindelse. TNS Gallup har estimert at så mange som 600 000 nordmenn hadde anskaffet seg et nettbrett i løpet av tredje kvartal 2011, og at like mange har planer om å skaffe seg et nettbrett i den nærmeste fremtid.

Utfordringene til tradisjonelle medier står i kø. Vi leser mindre innhold på papir (avis og bøker) og konsumerer mer innhold fra mobile enheter. Internett-trafikken våre mobile enheter genererer er nå større via apper enn på mobile nettsider, samtidig som nesten ingen bedrifter har laget nettopp apper eller mobile utgaver av sine nettsider.

Undersøkelsen satte seg som mål å se hvordan norske vaner har endrete seg, og i hvilken grad de er sammenfallende med IDG-rapporten.

IDG-rapporten kan du laste ned her:

<http://www.idgconnect.com/download/8007/ipad-business-survey-2012?source=connect>

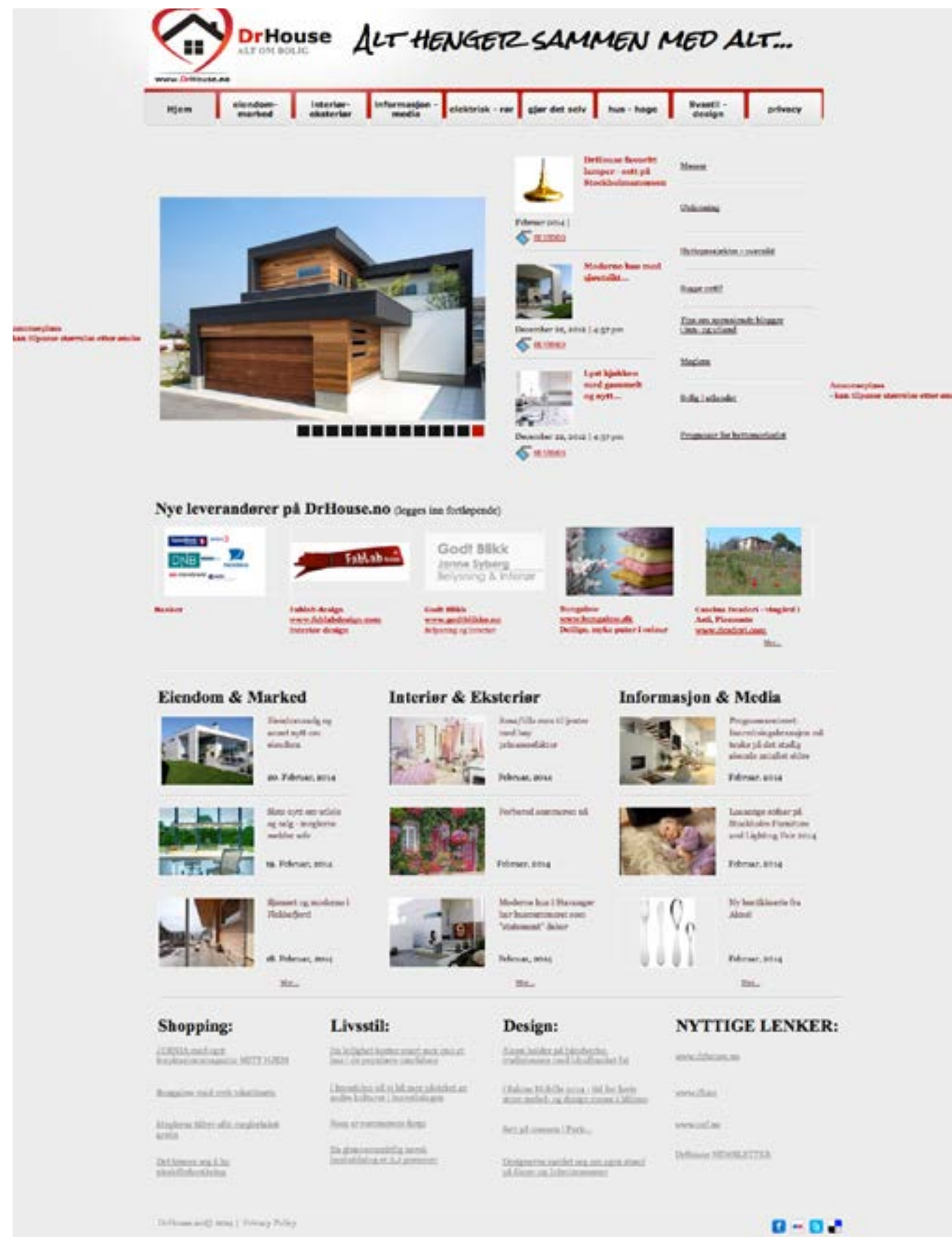
Kilde: HansPetter.info

WEB DrHouse.no

WEBSIDEN HAR EN ENKEL LAYOUT SOM GJØR DET LETT Å FINNE FREM TIL RIKTIG PRODUKT ELLER INFORMASJON. SIDENE KOMMER TIL Å VÆRE I STADIG UTVIKLING ETTERSOM INNHOLDET VOKSER. DET VIL BLI LAGT VEKT PÅ Å LEDE FORBRUKEREN TIL NYE REPORTASJER OG IKKE MINST TIL LEVERANDØRENE EGENE LENKER. DET BLIR OPP TIL LEVERANDØRENE Å SENDE MELDING TIL DRHOUSE.NO OM NYHETER OG PRESSE-MELDINGER, MEN DEN SOM ER AKTIV KAN FÅ STORT UTBYTTE AV DENNE DELINGSMODELLEN. NYHETS-BREVET VIL FORSTERKE NYHETENE.



Trykk på bildet så du kan studere det nærmere.



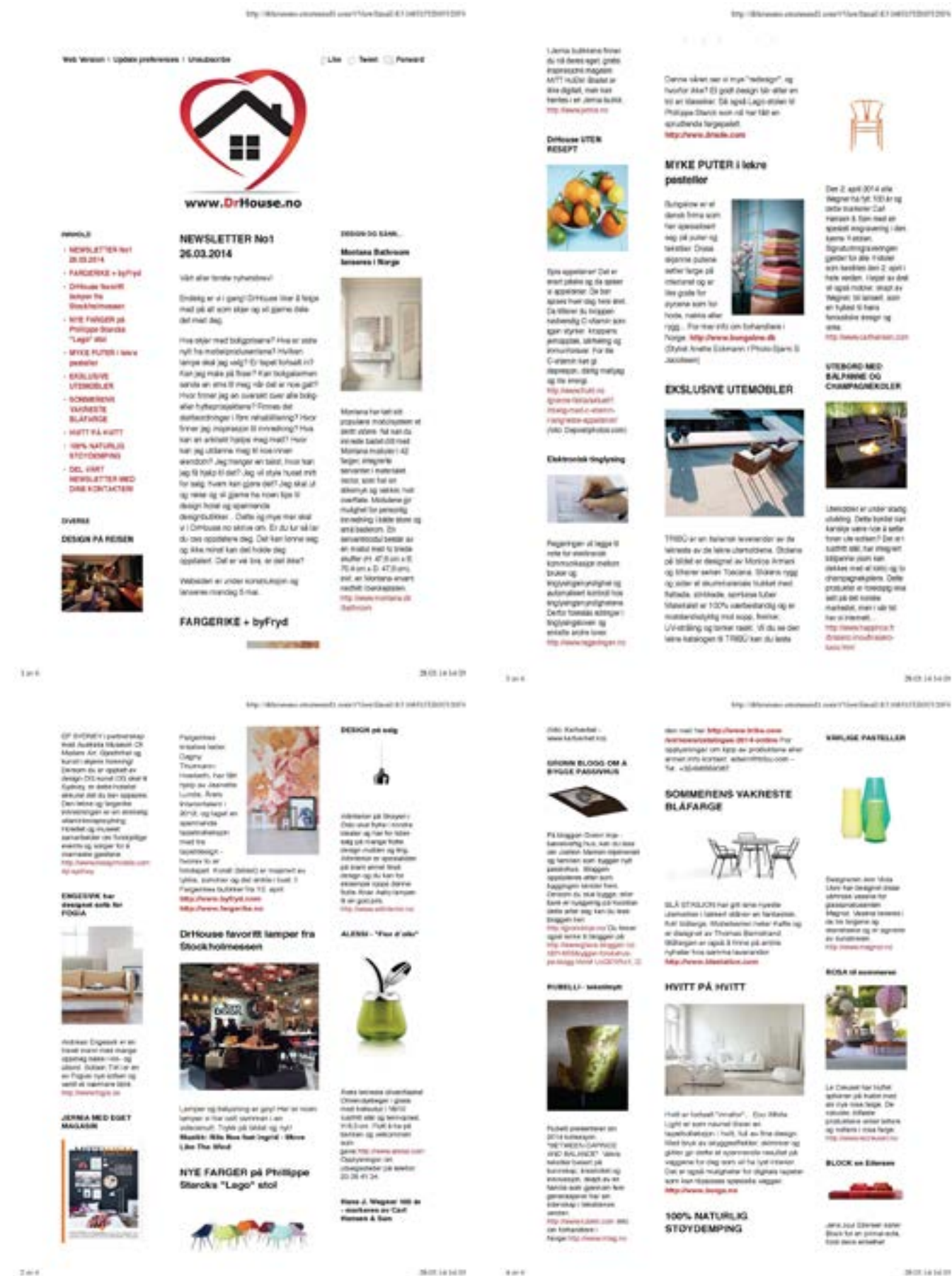
NEWSLETTER

DrHouse.no

NYHETS-BREVET VIL FORSTERKE NYHETENE. NYHETSBREV ER EN FIN MÅTE Å HOLDE KONTAKT MED FORBRUKEREN PÅ OG TIL Å VISE AT MAN HAR NYTT Å MELDE. DET SKJER STADIG NYE TING INNEN TRENDER, NYE PRODUKTER, REKORDSALG AV BOLIGER OSV, MEN OGSÅ LOVVERK OG ANNEN INFORMASJON ENDRES. VED Å MELDE OM DETTE I NYHETSBREVET FÅR FOLK EN GRUNN TIL Å LESE MER PÅ DrHouse.no OG OGSÅ TIL Å SØKE VIDERE PÅ LEVERANDØRENE LENKER. DET ER IKKE LETT Å FØLGE MED PÅ ALT SOM ER NYTT, MEN DET HJELPER DrHouse.no til med.



Trykk på logoen og meld deg på nyhetsbrevet!



Trykk på bildet så du kan åpne nyhetsbrev no 1.

DETTE BØR DU VITE

OVERSIKT

FØLGER DU MED I MEDIEUTVIKLINGEN?

VET DU HVOR DU SKAL FINNE TING NÅR DU TRENGER INFORMASJON, HJELP ELLER PRODUKTER? BRUKER DU NETTET NÅR DU SØKER ETTER NOE? DA ER DU IKKE ALENE, MER ENN HALVPARTEN AV OSS GJØR DET OG DENNE ANDELEN ØKER OG ØKER. DrHouse.no SKAL HJELPE DEG Å FINNE DET DU SØKER ETTER OG HJELPE DEM SOM HAR PRODUKTER OG TJENESTER MED Å FORMIDLE DET.



Film, YouTube, TV, video – BEVEGELIGE BILDER

-er noe vi stadig ser mer og mer av. Enten enkle, i omgjort .gif, som er en type stillestående bilder satt i bevegelse

Video på nett, spesielt via YouTube, har blitt en opplæringskanal og underholdningskanal uten sidestykke.

Det lastes opp 100 timer video per minutt på YouTube. Videoene er 16 min i snitt.

YouTube har et enormt innhold og det er vanskelig å stikke seg ut.
Må få folk til å velge "ditt brand" sier Mats Clausen fra YouTube

”Let the message dictate the format, instead of the format dictate the message”.

Folk ser på YouTube for:

1. UNDERHOLDNING
2. LÆRING



Vi skal også på sos. medier,
selvsagt – men vi venter til vi er på web...



Vi vet: folk bruker skjermer – hele tiden – overalt
Mobil vil bli stor del av folks informasjons konsumpsjon
Vi kommuniserer på mottakers vilkår, - ikke kommunikatørens
Consumers demand quality of content

DrHouse.no skal lage reportasjer både fra og om leverandørenes egne spesialområder, men også egenproduserte. Det vil bli vektlagt kvalitet i bruk av materialer og gode og praktiske beskrivelser der forbrukeren både kan få tips om hvor ting er å få kjøpt, hvordan ting kan gjøres og hvor det er mulig å få tak i håndverkere.

Det vil bli en blanding av video- og fotoreportasjer. Video som type dokumentar.

25% ser YouTube på mobilen

25% ser på store flater

25% ser på desktop



NETT

DET SKJER PÅ NETTET

“ALLE” SURFER

SSB's tall for medievaner (25.3.14) er klare: - Skal du nå dine kunder må du tenke "nett".

DrHouse.no gjør det og vi skal hjelpe deg og ditt firma å nå dem!

Tony Haile, CEO i Chartbeat skrev i Time om "Det du tror du vet om web er feil". Han mener at det er oppmerksomhet og engasjement som teller. Klikk som måling for hva folk leser er ikke

holdbart. Les bloggen til Nic Bourne om dette her:

http://www.theequitykicker.com/2014/03/17/moving-away-clicks-links-attention-quality/?utm_content=bufferbb8d0&utm_medium=social&utm_source=linkedin.com&utm_campaign=buffer

DrHouse.no har tenkt det samme, det kommer ikke an på hvor mange klikk du gjør, men hva du stopper opp og leser. Dette vil vi i DrHouse.no konsentrere oss om. Vi vil følge med i markedet

og finne spennende ting om boligrelaterte saker og dele videre.

DrHouse.no satser på nettet. Vi gjør som SSB's statistikker viser og vil treffe folk på web. Det er der de er. Daglig. I 112 minutter! I 2012, gjennomsnittlig 95 minutter - en økning på 17 minutter på et år! Hvis folk i snitt bruker nærmere to timer på nettet, hva bruker de det til?

SSB dokumenterer hjemme-pc-bruken slik: 16-19år, 84% og 35-44, 82%. Høyt utdannete med høy inntekt benytter den mest. * 85% er på internett i løpet av døgnet
*** 49% henter inn fakta eller bakgrunnsstoff**
 * 27% ser på annonser
 * 52% ser på nyheter fra andre kilder, mens nyheter totalt blir lest av 74% og blader 15%
 Tallene lyver ikke og det gir oss i DrHouse.no enda større tro på at vi tenker riktig. Fremtiden er nå, det gjelder å være på plass der det skjer: på nettet!

DrHouse.no har statistikken på sin side når vi lanserer på nett.

Vi mener at det leserne finner på nettet skal være nytt og oppdatert, nyttig og inspirerende. DrHouse.no skal være førstevalget for dem som søker etter noe boligrelatert.

2. kvartal ble det omsatt i alt 45 643 boliger i Norge, tilsvarende nærmere 90 milliarder kroner. Det ble tinglyst i alt 22 400 omsetninger av bebygde boligeiendommer i fritt salg. En økning på 2 prosent samme periode 2013. Det var også økt salg av hytter og fritidshus i samme periode. Omsetning nærmere 2 800 bebygde fritidseiendommer i fritt salg. En oppgang på 5 prosent.

Kilde:
<http://www.ssb.no/bygg-bolig-og-eiendom/statistikker/eiendomsoms>

Det er blitt slik at folk i stor grad signaliserer hvem de er gjennom boligen og innredningen av denne. Byggevarekjedene er de som merker oppussing best. Omsetningen har økt og bransjen opplever gylne tider og stadig flere større kjeder har etablert seg i markedet. Økonomien er også god slik at folk kan pusse opp fordi de har lyst og ikke fordi de må. Tidligere har det vært slik at innredningstrendene har kopiert motebildet, men ifølge Ulrika Hurtig, designer hos Eco-Borås tapeter, er det nå ofte slik at moten henter inspirasjon fra innredningsbransjen.



- 10% nordmenn planlegger å flytte i løpet av et år – motoren bak oppussing i Norge, det skjer mye i forbindelse med å flytte
 - Folk flytter til større byer, hvilket betyr mindre plass, høyere priser, moderne stil
 - Trendy, men praktisk (pga midre plass) mer og mer design orientert
 - Eks: Barcode Oslo – moderne bygninger, høye priser: folk vil matche stilen og være moderne
 - Eiendomsmarkedet er positivt, prisene stiger, folk bruker mer og mer penger
 - Folk bruker mindre (av inntekten) på mat og nødvendige ting, bruker mer på annet
 - 1/3 av befolkningen planlegger å ominnrede innen de neste 12 mnd – stue, soverom overflater og kosmetiske forandringer
 - Hvorfor ominnreder folk? – påvirkes av trender – folk ønsker å gjøre noe og kan gjøre det pga god økonomi
- Kilde: MøbelMonitor fra Prognosesenteret 2. Kv 2013

Den mobile hverdagen er her NÅ og er for alvor i ferd med å endre hvordan vi tilegner oss og konsumerer innhold på. Nettbrettene har gjort oss mer mobile og mer oppdaterte på hva som foregår rundt oss.

Kilde: HansPetter.info

SE OPP FOR FASADER I TRE OG MUR



INNHold PÅ WEB

PÅ DR.HOUSE.NO KAN DU SØKE ETTER ALT INNEN BOLIG/HYTTE/BYGG



EIENDOM/MARKED

VI STARTER FORSIKTIG MED SYV KATEGORIER, SOM SELVSAGT HAR MANGE UNDERGRUPPER. NÅR VÅRE WEBSIDER BEGYNNER Å FYLLES MED MANGE LEVERANDØRER, REPORTASJER OG INFO VIL VI ØKE KATEGORIENE. BLANT ANNET ER KJØKKEN/BAD HØYT PÅ DEN LISTEN.



INTERIØR/EKSTERIØR



INFORMASJON/MEDIA



ELEKTRISK/RØR



GJØR DET SELV



HUS/HAGE



LIVSSTIL/DESIGN

INTERIØR

DrHouse.no SKAL IKKE FORTELLE DEG HVILKEN STIL DU SKAL HA, MEN GI DEG MULIGHETER TIL Å FINNE EN STIL DU LIKER. VI VIL IKKE LÅSE OSS FAST I EN BESTEMT STIL, MEN VISE DET SOM FINNES AV MULIGHETER.

HVILKEN STIL HAR DU? MANGE MULIGHETER



Vår filosofi er at alle må ha lov til å bo med den stilen de vil. Likevel vet vi at mange ønsker seg gode råd og tips for hvordan de kan innrede med personlig preg. Om du liker sterke farger, naturtoner, svart og glass eller husflidsstil, har ikke det noe å si for oss. Du skal finne inspirasjon til den stilen du liker ved at vi viser nyheter og tips med det mangfoldet som finnes på markedet. Det er ofte slik at det er måten ting er satt sammen på som utgjør god eller mindre god stil. Kanskje trenger du bare noen tips til hvordan bildene skal henge eller du ønsker deg en kul designstol. Det, og masse annet, finner du på DrHouse.no.



KJØKKEN



KJØKKENET ER ET AV
HUSETS VIKTIGSTE ROM.
I MODERNE FAMILIER ER
DET DER "DET SKJER". OM
DU LIKER DET MODERNE,
KLASSISK, LANDLIG ELLER
FARGERIKT, INSPIRASJON
OG NYHETER FINNER DU
PÅ DrHouse.no

KJØKKEN

Innred i din personlige stil



B A D

GOD MORGEN PÅ FINT BAD

BAD ER ET VIKTIG ROM I BOLIGEN OG BÅDE STIL OG PRODUKTER ER I STADIG UTVIKLING. FRA Å HA VÆRT ET NØDVENDIG ROM MED GITTE INGREDIENSER HAR DET BLITT ET ROM FOR VELVÆRE OG DET SKAL SE STILIG UT. SKAL FLISENE VÆRE STORE TIL SMÅ BAD, HVOR FÅR JEG KJØPT EN STILIG SERVANT...? DETTE FÅR DU SVAR PÅ HOS DrHouse.no.

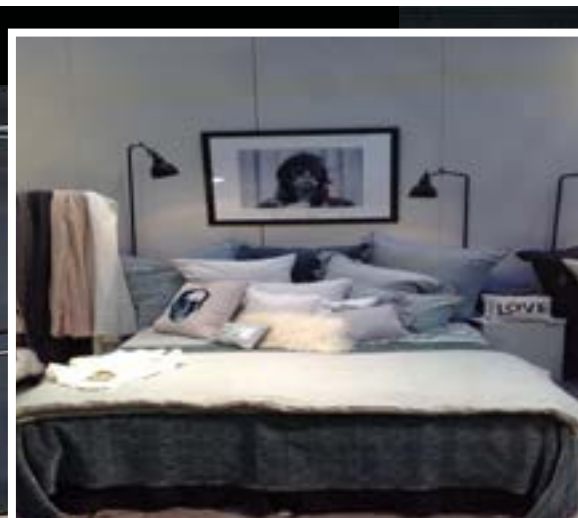


SOVEROM

NÅR ALLE ANDRE ROM ER STRØKNE, ER DET SOVE-
ROMMETS TUR. DET MENER I ALLE FALL DE SOM
SELGER MØBLER OG INNREDNING.
DET ER IKKE BARE MADRASSEN SOM SKAL VÆRE GOD,
DU SKAL SOVE MED STIL OGSÅ!

SOVEROMMET NY TREND

DET SKAL SE UT
SOM PÅ HOTELL
OG VÆRE KULT !



HÅNDVERK



PRAKTISK

Hvordan bruke DrHouse.no?

DET ER MYE MAN KAN GJØRE SELV, MEN DET ER OGSÅ MYE MAN BØR OVERLATE TIL FAGFOLK. NÅR DU BØR GJØRE DET, HVEM SOM KAN GJØRE DET OG HVORFOR, ER TING DU SKAL KUNNE FINNE SVAR PÅ NÅR DU SØKER PÅ DrHouse.no.

Stoffet må angå målgruppen. En som er i boligmarkedet har behov for oversikt og gode ideer. Praktiske løsninger av hvordan man gjør ting er viktig. Før boligkjøperen kan dekorere med puter i sofaen er det mange ting som må på plass. Dette skal DrHouse.no hjelpe til med via gode tips til andre nettstedet, men også egenproduserte reportasjer der man følger et prosjekt, enten en hel bolig eller rom for rom. DrHouse.no vil både filme og fotografere/skrive om gjen-nomføringen. Har forbrukeren eller f.eks den proffe snekkeren noen gode råd han vil dele med andre er det lett å gjøre det på DrHouse.no. En boligkjøper har et totalbudsjett å forholde seg til. Hvordan få mest mulig ut av det? Prisen på boligen er en ting, men resten av budsjettet ønsker du vel også å få mest mulig ut av? Da kan du f.eks følge DrHouse.no's gode råd om hvordan du kan være din egen prosjekt-leder. Nytteverdien av det du finner på DrHouse.no skal være så høy at du velger DrHouse.no hver gang du skal søke noe boligrelatert. Du skal anbefale DrHouse.no til andre.

De prosjektene du finner på DrHouse.no skal være inspirerende i både form, uttrykk og nytteverdi. Du skal kunne se at det er mulig å gjennomføre prosjekter i eget hjem og vite hvor ting kan skaffes og hjelp kan søkes. Prosjekter vi følger skal også kunne være til inspirasjon for lærlinger i håndverksfag. Bransjefolk skal også bli inspirert. Det skader ikke å følge med på hva andre gjør eller inspirere til å samarbeide på kryss av vante spor. Deling er nyttig og berikende.



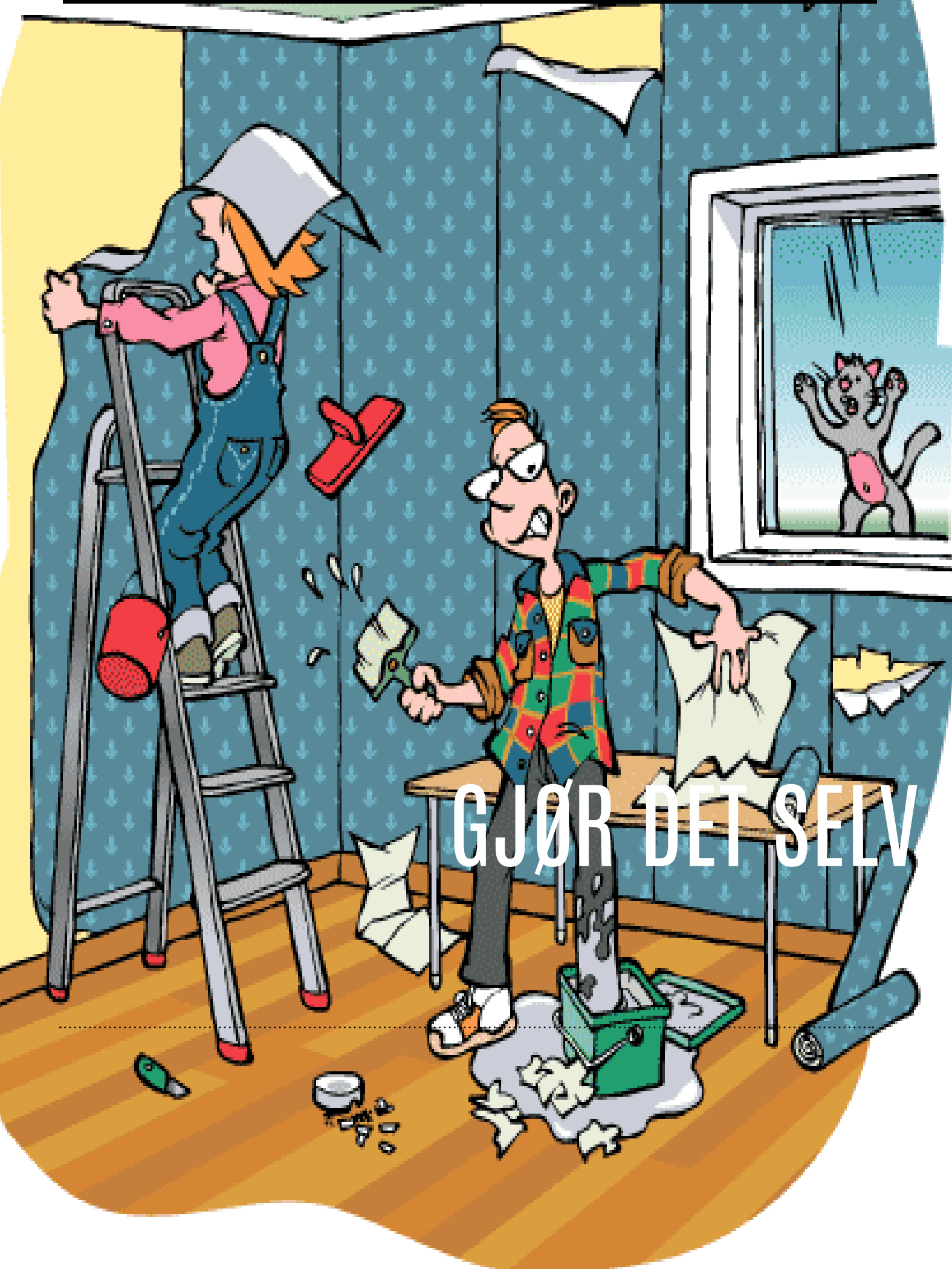
Trykk på bildet for å se en liten film om Holmenkollen stasjon - som blir DrHouse sitt første, store oppussingsobjekt som skal filmes og fotograferes trinn for trinn. Trykk på stasjonsskiltet for å få opp tegningen i pdf.



Det er viktig at det DrHouse.no omtaler holder god kvalitet og at prosjektene lar seg gjennomføre ved at alle ting som brukes er tilgjengelig på det norske markedet. Det skal også føles trygt å følge råd fra DrHouse.no. Vi skal forholde oss til gjeldende lover og regler og forventer det samme av alle samarbeidspartnere.

De som er i boligmarkedet og skal selge/kjøre bolig trenger hjelp så snart de begynner å tenke på å selge/kjøre bolig. Derfra til de sitter glade og fornøyde i sofaen på ny adresse kan være en lang hinderløype. Dette er kjernemålgruppen. De DrHouse.no skal tjene penger på er alle firmaene som legger inn firmanavn med lenke til nettstedet sitt. Det vil (selvsagt) også være mulig å annonsere. Firmaene med nettlenger er også målgruppe. Denne kaller vi Leverandører. Deres USP vil være at de når mange flere potensielle kunder enn de ville gjort ved egenannonsering. Delingsmodellen rår...

Kjernemålgruppen er i utgangspunktet uten kjønns- og aldersspesifikasjon, men dersom man skal nå ut til en spesiell gruppe, for eksempel pensjonister, barnefamilier, studenter osv. kan man spisse nyhetsbrevene og opprette egne sider for dette på web. Lokale bedrifter kan også deles geografisk etter hvert som omfanget web-lenker øker.



GJØR DET SELV



DE FLESTE AV OSS BOR MED NOE VI HAR MED OSS FRA TIDLIGERE BOLIGER, NOE KJØPER VI NYTT, NOE FÅR VI HÅNDVERKERE TIL Å GJØRE FOR OSS, OG NOE GJØR VI SELV.

Dr.House.no SKAL GI DEG GODE TIPS TIL TING DU KAN GJØRE SELV, MEN OGSÅ RÅD OM HVA DU BØR SETTE BORT TIL FAGFOLK

TRINN FOR TRINN

Reportasjer, enten med trinn for trinn bilder og beskrivelser, og/eller video med inngående beskrivelser og forklaringer på hva du kan lage, hvordan du kan gjøre ting og hvor du får tak i produktene, er noe vi i DrHouse.no vil strebe etter å gjøre godt. Vi vil fokusere på gode tips og ideer, tilgjengelige produkter og masse inspirasjon til å fikse ting selv.

Vi har stor respekt for fagmenn og vil bruke dem til å vise hva folk kan gjøre selv, med råd og beskrivelser. I tillegg er det ting folk ikke bør gjøre selv og det vil vi også sette fokus på. Godt håndverk er ikke noe man lærer over natten. Selvsagt kan du gjøre ting, men det kan også lønne seg å bruke fagfolk til ting som er ekstra følsomt for boligen din, som for eksempel rørleggerarbeid og det elektriske.

Hva som kreves av dokumentasjon for arbeid som gjøres i en bolig er stadig i utvikling. Myndighetene setter listen stadig høyere for hva forbrukeren skal kunne dokumentere. Forsikringselskapene har også strenge krav til hva de aksepterer av selvgjort arbeid.

Dette er temaer vi skal skrive om og ta opp, på lik linje med å presentere nyheter og reportasjer.

Når vi lager reportasjer om ting du kan gjøre selv, vil vi også gi tips til leverandører som forhandler de produktene vi bruker. Hva man bør bruke av verktøy kan også være interessant for en som skal gjøre noe selv.

Gjerdet selv reportasjene vil være både store og små. Vi vil ha et stort spenn mellom det å pusse opp hele boliger/bygg til hvordan du bør henge opp bilder for å gi et stilig uttrykk. Det som er viktig for oss er at du skal bli inspirert til å gjøre ting selv og da skal listen være lav for at du kommer i gang. Det vil vi løse med gode beskrivelser, trinn for trinn. Vi vil benytte oss i stor grad av film som viser hele oppussingen, ikke bare hvordan ting ser ut før du setter i gang, og hvordan det er blitt, men også hva du gjør for å få til sluttresultatet.

Redaktøren har lang fartstid med denne typer reportasjer bak seg fra interiørblader, ukeblader og bokutgivelser.

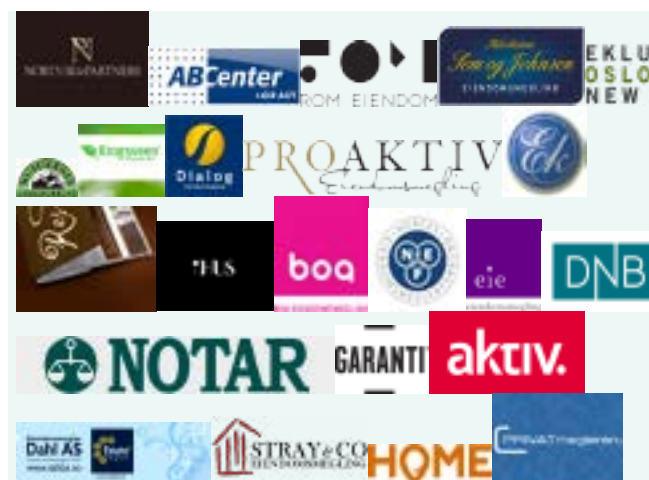
Dersom du har gode tips og råd som du gjerne vil dele videre, vil vi bli veldig glade for å dele dette videre på DrHouse.no. Vi elsker å dele, det er noe av kjernen i hele konseptet vårt. Delingsprinsippet. Jo flere som deler, jo bedre for alle.

Video og trinn-for-trinn bilder av hvordan ting kan gjøres vil gi deg muligheten for å gjøre ting selv.

Vi vil også tipse om andre nettsteder som har denne typen stoff.

TJENESTER

BANKTJENESTER MEGLING FORSIKRING LOVER OG REGLER



DET ER MYE Å FØLGE MED PÅ I BOLIG-
MARKEDET, I TILLEGG TIL PRISSTATI-
STIKKEN. FORSIKRINGEN, HVA DEKKER
DEN OG NÅR ER DU ANSVARLIG FOR
TING SOM BLIR GJORT NÅR DU PUSSE
OPP? HVA BETYR ENERGIKLASSE D OG
HVORDAN KAN DU FÅ HJELP FRA ENOVA?
DETTE SKRIVER VI OM PÅ DrHouse.no.



HVILKEN MEGLER SKAL JEG VELGE OG HVA
BØR JEG VITE SELV? HVA HAR BOLIGENE
I NÆROMRÅDET BLITT SOLGT FOR? BØR
JEG BRUKE EIERSKIFTEFORSIKRING?...



H A G E

UTELIV HAGE TERRASSE SOMMER & SOL

SELV OM SOMMERSESONGEN ER KORT I NORGE, ER IKKE NORDMENN REDDE FOR Å INVESTERE I STUELIGNENDE MØBLER, GRILLER, TERRASSER OG BASSENG. HAGENE ER VELFRISERTE OG BUGNER AV VAKRE PLANTER. Dr:House.no VISER TRENDER OG GIR GODE TIPS OG RÅD.





08
MONICA ARMANI
AT HOME

32
PHILLIPPE
STARCK
DESIGN



DrHouse+ blir vår neste satsning. Et design- og arkitekturblad med reportasjer som går i dybden på god design og spennende arkitektur. Vi har allerede reportasjer fra designer og arkitekt Monica Armanis hjem i Trento, Italia. Besøk på Alessi fabrikken og dybdeintervju med Alberto Alessi + mye annet spennende. Bladet vil også bli gitt ut på engelsk og i web/android-formater. Vi gleder oss!



Trykk på bildet og få opp skjema der du kan legge inn firmanavn og lenke til hjemmesiden din.



www.DrHouse.no

Gro Flaaten

Redaktør/Daglig leder

Holmenkollveien 129 E
N-0787 Oslo
M: 995 00 785
E-mail: gro@drhouse.no
www.drhouse.no
Muttern og Fattern as