

# Utgivningsplan 2023

15-ÅRSJUBILEUM

villalivet 

**5** argument som gör Villalivet till en mer effektiv mediekanal!

## 1 Utdelning via Postnord till alla villaägare i Sverige på reklamfria vardagar

Villalivet delas ut enskilt av PostNord reklamfri vardag och inte tillsammans med övrig direktreklam till villaägarna. Dessutom når vi alla som har Nej-tack till reklam vilket innebär 38% eller ca 800 000 Villalivetläsare.

**2 Hög räckvidd och stor läsning!** Frekvent annonsering i Villalivet innebär en total observation på 72% eller 2 890 684 personer i målgruppen per utgåva. Sammanfattningen av fyra undersökningar visar på 2 168 013 läsare per utgåva.\*

**3 Trycksaker driver trafiken till webb! 69%** av läsarna i ålderskategorin upp till 29 år, samt 66% av 30-49 år söker mer information på internet om en produkt eller företag efter att de läst postala utskick.\*\*

**4 Från idé till effekt!** Villalivet initierar och driver köpprocesser. Den samlade handlingskraften är mycket hög, 990 000 personer eller ca 45% av läsarna kommer att köpa eller planerar köp efter att ha tagit del av innehållet.\*

**5 Effekt + digitalt = 3!** Mer effekt får du genom att följa upp digitalt. 3 miljoner unika besökare på villalivet.se 2021 – varav 80% var organisk trafik. Likvärdig fördelning av manliga och kvinnliga besökare.\*\*\*

### KÄLLOR:

\*RAM-undersökning, fyra utgåvor 2021-2022

\*\*Mottagarmakt, rapport från PostNord och

Kantar Sifo där man mäter hur konsumenterna vill ta emot reklam resp. affärskommunikation och vad som händer efter att informationen har levererats. \*\*\*Google analytics

## Mediekanalen som garanterat skapar effekt!

**Villalivet** är det enda medie där du når alla Sveriges villaägare i brevlådan enskilt – utan att konkurrera med mängder av direktreklam. Ett unikt sätt att få alla villaägares fulla uppmärksamhet och komma nära dem. Läsarundersökningar visar att de uppskattar Villalivet för sin nytta och inspiration av hög kvalitet från en trovärdig källa som står oberoende från annonsörer. Något som blir viktigare och viktigare idag.

Villalivet är en bra bas och helt rätt sammanhang för att bygga en relation till dina kunder. Du behåller varumärket högt i medvetandet hos villahushållen och banar väg för dina säljaktiviteter. Här kan du rikta budskapet specifikt mot målgruppen efter säsong och samtidigt få stor räckvidd som driver trafik, volym och försäljning.

Det är också här du kan jobba långsiktigt för att skapa kännedom hos framtida kunder. Bäst effekt når du genom att kombinera Villalivet med en säljdriven kampanj i tryck plus en digital aktivitet som följer upp hela vägen till köpavslut.

## Vi ser fram mot ett lyckat 2023 tillsammans!



2023  
vecka

Nr Utgivning Tema

v 1

JANUARI

v 2

v 3

v 4

v 5

v 6

v 7

v 8

v 9

v 10

v 11

v 12

v 13

v 14

v 15

v 16

v 17

v 18

v 19

v 20

v 21

v 22

v 23

v 24

v 25

v 26

\* = MATERIALDAGAR 2023  
Dag då annonsmaterial senast ska vara lämnat till Villalivet.

**1 31-2 februari**  
\*2023.01.05 **Värme & Energi**

**2 7-9 mars**  
\*2023.02.13 **Trädäck & Uterum**

**3 4-6 april**  
\*2023.03.17 **Pool & Trädgård**

**4 3-4 maj**  
\*2023.04.06 **Trädgård**

**5 31-1 juni**  
\*2023.05.03 **GDS - Gör det själv!**

**6 27-29 juni**  
\*2023.06.01 **Sommarutgåva**

vecka Nr Utgivning Tema

v 27

v 28

v 29

v 30

v 31

v 32

v 33

v 34

v 35

v 36

v 37

v 38

v 39

v 40

v 41

v 42

v 43

v 44

v 45

v 46

v 47

v 48

v 49

v 50

v 51

v 52

JULI

AUGUSTI

SEPTEMBER

OKTOBER

NOVEMBER

DECEMBER



**7 8-10 augusti**  
\*2023.07.13 **Fönster & Dörrar**

**8 5-7 september**  
\*2023.08.10 **Värme & Energi**

**9 3-5 oktober**  
\*2022.09.07 **Kök & Badrum**

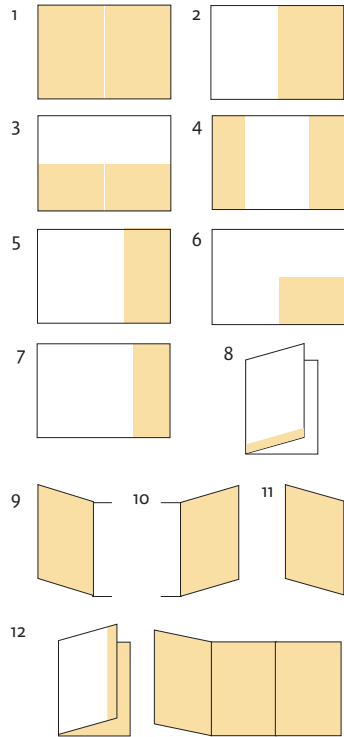
**10 31-2 november**  
\*2022.10.05 **Renovera inne**

**11 21-23 november**  
\*2022.10.26 **Black Week 2023!**

# Rikseffekten

## FORMAT 2023

Villalivet initierar och driver köpprocesser. Ca 40% av läsarna kommer att köpa eller planerar köp efter att ha tagit del av innehållet.



| Format (utfallande mm)          | Satsyta (mm) | Pris         |
|---------------------------------|--------------|--------------|
| 1. Uppslag – 410 x 265 (+ 5 mm) | 390 x 255    | Begär offert |
| 2. Helsida – 205 x 265 (+ 5 mm) | 185 x 255    | Begär offert |
| 3. Halvsida uppslag             | 390 x 125    | Begär offert |
| 4. Dubbel halvsida (ytterkant)  | 2 90 x 255 x | Begär offert |
| 5. 2/3-dels sida                | 122 x 255    | Begär offert |
| 6. Halvsida liggande            | 185 x 125    | Begär offert |
| 7. Halvsida stående             | 90 x 255     | Begär offert |
| 1/4-sida                        | 90 x 125     | Begär offert |
| 1/4-sida (liggande)             | 185 x 60     | Begär offert |
| 1/8-sida (liggande)             | 90 x 60      | Begär offert |
| 1/8-sida (stående)              | 45 x 125     | Begär offert |

Begärd placering: Pristillägg 15%

### Omslag

|                                                                                                    |           |              |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|--------------|
| 8. Omslag 1 Super Impact 205 x 27 (+ 5 mm)                                                         |           | Begär offert |
| 9. Omslag 2 helsida 205 x 265 (+ 5 mm)                                                             | 185 x 255 | Begär offert |
| 10. Omslag 3 helsida 205 x 265 (+ 5 mm)                                                            | 185 x 255 | Begär offert |
| 11. Omslag 4 helsida 205 x 265 (+ 5 mm)                                                            | 185 x 255 | Begär offert |
| 12. Helsidor ihop med marginalannons, omslag som utvik.<br>190 x 265 (+ 5 mm) + 205 x 265 (+ 5 mm) |           | Begär offert |

### Begärda placeringar

|                                         |           |              |
|-----------------------------------------|-----------|--------------|
| Sid 2+3 (uppslag)*                      | 390 x 255 | Begär offert |
| Sid 4+5 (uppslag)                       | 390 x 255 | Begär offert |
| Mot innehåll/ledaren 205 x 265 (+ 5 mm) | 185 x 255 | Begär offert |

Tidningsformat 205 x 265 + 5 mm utfall.

Se vad våra annonsörer säger om rikseffekten på [annonsera.villalivet.se](https://annonsera.villalivet.se)



# Bilagor

# villalivet

**Villalivet** kan erbjuda bra och kostnadseffektiva lösningar genom att gå med som bilaga och ges även möjlighet att bryta ner på postnummernivå i enskilda regioner. Detta innebär att man även **når alla de villaägare** som har "Nej tack till reklam".

Dessutom är Villalivet en relevant bärare av er marknadsföring.

**Villalivet** är det enda medie där du når alla Sveriges villaägare i brevlådan enskilt – utan att konkurrera med mängder av direktreklam. Ett unikt sätt att få alla villaägares fulla uppmärksamhet och komma nära dem.

När det gäller att fånga uppmärksamhet och leda till handling är fysiska utskick överlagset bäst enligt svenskarna.\*

- 84% tar hand om sin post en given vardag.
- 21–24% tar hand om sin post under helgen.

Att välja bort postlådan är att välja bort kunder.

**Villalivet** delas ut enskilt av PostNord reklamfri vardag och inte tillsammans med övrig reklam.

Dessutom når vi alla som har Nej-tack till reklam vilket innebär 38% eller ca 888 000 Villalivetläsare.

I en helt färsk RAM-mätning från september kan man konstatera att de som har Nej tack till reklam upplever både något större nytta av Villalivet och innehar något högre köpintention än de som accepterar ODR i brevlådan och har Ja tack till reklam. Villalivet tillför därför en väldigt stor köpkraft hos alla de som tackar Nej till reklam – där är vi unika i vårt erbjudande med PostNord.

Vill du veta mer – kontakta din säljare!

– Det är tydligt att tryckt reklam, där konsumenten har större möjlighet att styra över sin reklamupplevelse, är mer omtyckt än reklam i rörliga, digitala kanaler, säger Peter Blid, analytiker på Novus. Tryckt reklam uppfattas också som mest trovärdig och pålitlig, framför allt den i papperstidningar men även reklamen som kommer i brevlådan.

\* rapport från Novus på uppdrag av Sveriges annonsörer 2021



På villalivet.se når du villaägare som söker inspiration

# Onlineeffekten

Få full effekt på dina kampanjer på sajten där villaägarna söker information, inspiration och erbjudanden som rör villalivet. Våra besökare söker sig till oss! På villalivet.se når du villaägare som söker inspiration, ofta inför en planerad renovering eller annan investering i hemmet. Bäst effekt får du med en pakettlösning! Kontakta våra affärsutvecklare för att få veta mer.

**Displayannonsering** Display Nyhetsbrev  
Panorama  
Leaderboard  
Big Box  
Sticky bottom  
Wallpaper  
Sticky Sidebar  
Pop-out box

**Sponsrat inlägg** Kund tillhandahåller själv allt material.  
Rekommendation är 300–700 ord samt bild.  
Inlägget brandas med ditt varumärke.

**Native Advertising** Villalivets redaktion producerar nytt material som ser ut och liknar Villalivets ordinarie material.

**Stand Alone** Ensam annonsör i mejlutsickret. I nyhetsbrevet ger vi säsongsbetonade tips och extra läsning om ämnen som är aktuella för årstiden. Här kan du förstärka din kampanj eller marknadsföra specialerbjudanden riktade mot prenumeranterna – direkt i deras inkorg. Du kan nå hela 250 000 prenumeranter.

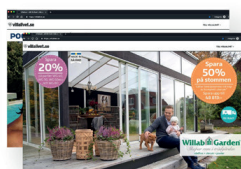
**Takeover** Takeover – Ta över hela skärmen! Med en takeover så tar du kontroll över hela skärmen innan besökaren klickar sig vidare till innehållet på villalivet.se. Ett utmärkt sätt att skapa action och branding. Fungerar utmärkt på samtliga enheter, både mobila och desktop.

## Tillval

**Publicering i Nyhetsbrev** En tilläggstjänst där ni får er artikel publicerad i vårt nyhetsbrev som går ut till 250 000 prenumeranter. En extra boost!

**Publicering på Facebook** En tilläggstjänst där ni får er artikel publicerad på vår Facebook & Instagram som totalt når 40 000 följare. En extra boost!

Läs mer på [annonsera.villalivet.se](https://annonsera.villalivet.se)



**Säsongsanpassa för mer effekt!**

Vi lever i ett avlångt land

"Köpkraften hos Nej-tack till reklam är större än hos Ja-tack till reklam!"\*

Postala utskick i brevlådan, likt Villalivet, funkar överlägset bäst jämfört med angivna digitala kanaler, när det gäller att få mottagarens uppmärksamhet, att få dem att känna sig uppskattade och ska leda till handling.\*\*

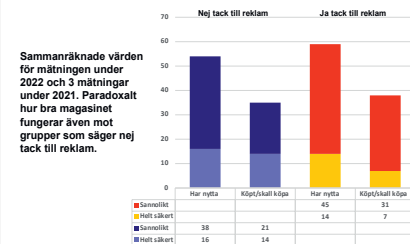
# villalivet

Sverige är ett avlångt land och skiljer sig från norr till söder. Klimatet och materialen, leverantörerna, produkterna, villalivet... och även tidningen Villaliv! Med Villalivet kan du regionsanpassa ditt budskap och nå dina kunder på ett kostnadseffektivt sätt.

Dina RIKS-annonser kan ha olika återförsäljarversioner beroende på region och vill du dela ut en bilaga i en viss del av Sverige så är Villalivet ett utmärkt val.

Med en hög läslojalitet på över **80%** och mer än var fjärde läsare planerar köpa något efter att de läst tidningen, gör att Villalivet blivit en succé för både läsare och annonsörer.

## Nytta och köpt/skall köpa – Nej tack till reklam-skytt



RAM Staffan Hultén november 2022

