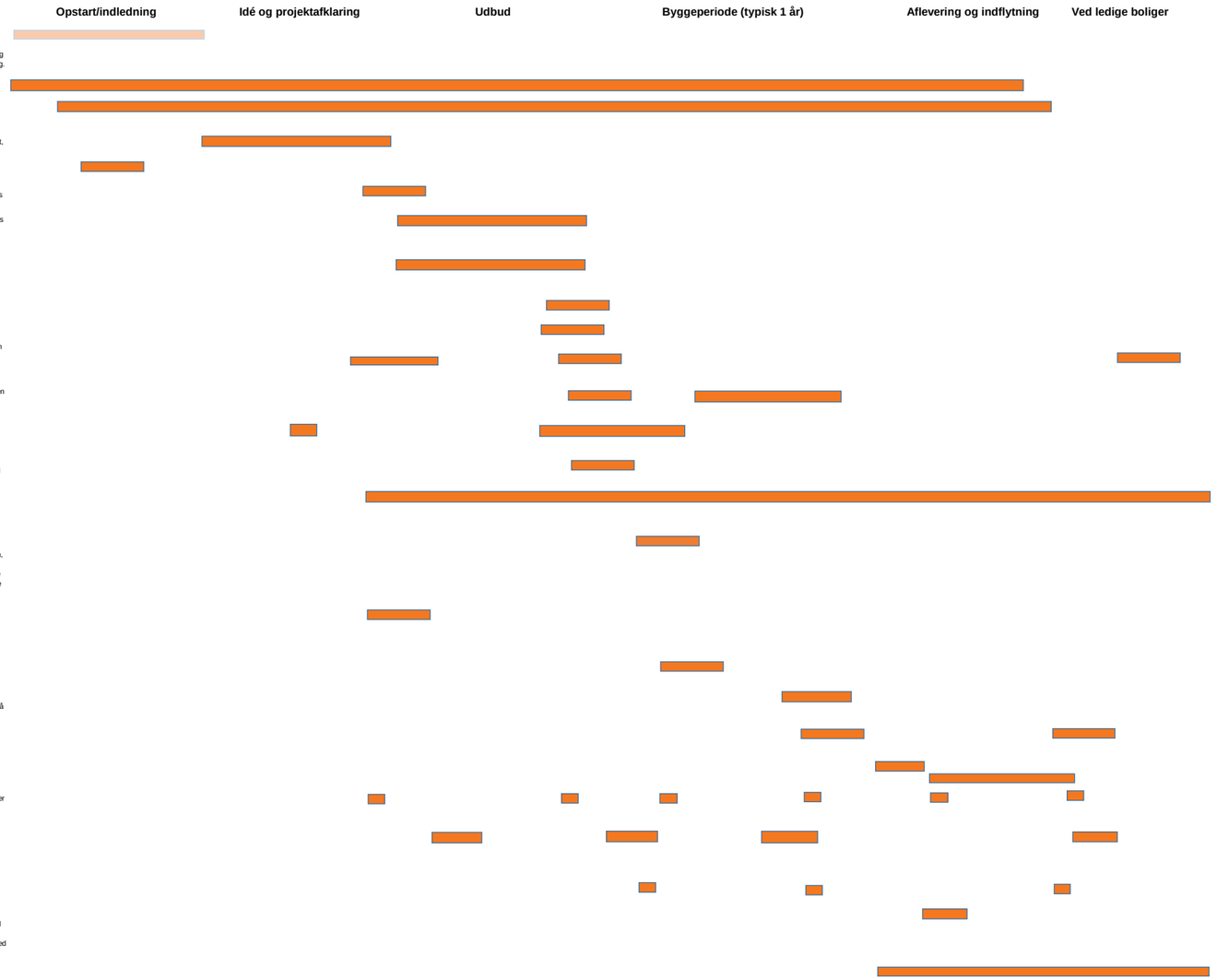
Eksempel på markedsførings- og udlejningsproces i et alment nybyggeri

Indsatser	Periode
Markedsanalyse	Undersøgelse, der belyser, hvad der efterspørges i det relevante lokalområde. Udarbejdes via spørgeskemaer til ventelistemedlemmer, demografisk statistik, udlejningsstatistik og interviews med lokale ejendomsmæglere. Forud for projektforslag.
Samarbejde med kommune	Indledes allerede ved muligheden for at bygge på en grund i kommunen.
Evt. beboerproces	Kan med fordel allerede indledes, når man ved, om man kan bygge, hvis der er tale om tidlig beboerinddragelse.
Byggeprogram/projektforslag	Der udarbejdes et byggeprogram/projektforslag for boligselskabet, der bliver sendt til behandling i kommunen.
Byggeudvalg nedsættes	Består typisk af bestyrelsesmedlemmer i boligselskabet.
Skema A godkendelse	På baggrund af projektforslaget udarbejdes Skema A, der sendes til godkendelse hos kommunen.
Udbud/licitation af projektet	Når projektforslaget er på plads, og skema A er godkendt, sendes byggeriet i udbud.
Kriterier til førstegangs-udlejning og genudlejning	Når et boligselskab skal etablere et nyt boligområde, skal der kigges på udlejningskriterier til den nye afdeling. Det kan enten være "almindelig" udlejning ud fra de gældende regler, eller der kan tilføjes fleksible kritierier således, at der er fortrinsret for bestemte demografiske faktorer.
Valg af rådgiver/entreprenør	På baggrund af udbuddet vælges entreprenør m.fl., der skal stå for at opføre byggeriet.
Skema B godkendelse	Skema B behandles, hvori økonomien for byggeriet bliver præsenteret.
Byggeskilt	Der sættes et byggeskilt ved grunden med information om, hvem der bygger og hvad der bygges. Kan med fordel opdateres intervalvis eks. op til events med kilstermærker om åbent hus, stadig boliger til rådighed mm.
Prøvebolig	Der skal tages beslutning om relativt hurtigt, om der i byggesagen skal være en prøvebolig, som man kan holde events i for interesserede.
Stamdata	Huslejepriser, boligkvadratmeter mv. skal være hurtig så tidligt som muligt i processen. Aller senest 8 måneder før at byggeriet står færdigt.
1. spadestik	Der tages 1. spadestik, hvor kommunen, rådgiver/entreprenør, byggeudvalg, bygherre og eventuelt offentligheden deltager. God mulighed for presseomtale.
Hjemmeside	Der oprettes en hjemmeside, der løbende opdateres med information om projektet.
Infomøde om de nye boliger	Interesserede inviteres til et infomøde, hvor der fortælles om det kommende boligområde og boligerne, processen, det at bo alment, beboerdemokrati mm. Typisk med oplæg fra kommunen, beboerdemokrater, arkitekt/projektleder og udlejningen. Der kan inviteres lokale ejendomsmæglere med til at rådgive hussælgere efter mødet ved små 'bodier'. Typisk med gratis opskrivning til de fremmødte. Afholdes så snart rammerne for boligerne og boligområdet er på plads, og der er taget 1. spadestik.
Opskrivning til boligerne	Det skal være muligt at skrive sig digitalt op til boligerne via hjemmesiden. I første omgang til ventelisten eller interesselisten til den nye afdeling, indtil stamdata på boligbyerne er på plads.
Rejsegilde	Et halvt år efter 1. spadestik holdes der typisk rejsegilde for håndværkere, kommunen, byggeudvalget og bygherre. God mulighed for presseomtale.
Boligtilbud	Der sendes boligtilbud ud til ventelisten. Senest et halvt år før indflytning. Gerne langt før (så snart stamdata på boligerne er på plads).
Åbent hus	For at vise boligerne frem holdes åbent hus for interesserede. Optimalt før der sendes boligtilbud ud. Evt. i en prøvebolig.
Overdragelse fra håndværkere	Byggeriet er færdig, og der laves en afleveringsforretning.
Indflytning	Der er indflytning i byggeriet.
Presse	Der laves løbende presse forud for events og efterfølgende. Det er en god idé at invitere pressen, og ellers forfattes pressemeddelelser selv.
Annoncering på Facebook	Facebookannoncering bruges indledningsvist til at opsamle mailadresser på folk, der gerne vil følge byggeriet, herunder potentielt kommende ventelistemedlemmer. Herudover annonceres forud for events for at trække folk til.
Annoncering i lokalaviser	Foruden pressedækning kan der benyttes annoncering i lokalaviserne. Både løbende og forud for events.
Introduktionsmøde for kommende beboere	Forud for indflytning får de kommende beboere en introduktion til det at bo alment, det nye boligområde, beboerdemokratiets muligheder, deres ejendomsfunktionær/-team og det praktiske ved indflytning.
Ekstra markedsføring i form af outdoor, radiospots, digital bannernannoncering mm.	Hvis boligerne ikke kan lejes ud til ventelisten gennem tilbudsrunderne, kan det være nødvendigt at sætte ekstra initiativer i gang, der oftest er mere omkostningstunge, men som har muligheden for at ramme bredere og skabe synlighed.