



دليل عملي / إصدار 2026

احصلوا على توقيع المتجر قبل التحفيز بإحدى عشرة صورة.

الصور التي تحصل بها فكرة المتجر على توقيع المالك والعلامة وصاحب الامتياز، مسقّرة بندًا بندًا، مع الموجز
ذي الصفحة الواحدة الذي يُنجزها.

ابدأ من هنا

ثلاثة يوقعون. وكل منهم يرى متجرًا آخر.

تحتاج فكرة المتجر إلى ثلاث موافقات قبل أن يطلب أحد مقاول التجهيز: موافقة المالك، على الواجهة والوحدة، وموافقة العلامة، على الفكرة، وموافقة صاحب الامتياز أو المشغل، الذي يدفع تكلفة التجهيز.

تدفع علامات التجزئة أكثر من اللازم حين تطلب صورة رئيسية جميلة واحدة ثم مجموعة جديدة لكل موافقة. ولا تستفيد من الرندر بما يكفي حين تتوقف عند الفكرة، بينما يستطيع النموذج نفسه أن يحمل دليل التوسّع وملف التأجير للوحدة التالية.

ما يحتاج إلى رؤيته

من يوقع

01	المالك أو مدير المركز التجاري	الواجهة في سياق الشارع أو المركز التجاري، والافتتاح، وموقع الوحدة بين جيرانها، وفق إرشادات المركز.
02	فريق العلامة	رحلة العميل بالتسلسل: المدخل، والطابق الرئيسي، وغرف القياس أو منصة البيع، والصندوق.
03	صاحب الامتياز أو المشغل	الوحدات، والسعة، والمخزون. المنظر العلوي للتوزيع أهم من الأجواء.
04	فريق التأجير، لاحقًا	صورة نظيفة للمتجر تبين الصيغة للمالك التالي.

نموذج واحد، وثلاث موافقات.

نموذج المتجر المبني مرة واحدة من رسومات الفكرة يعطي كل موقع اللقطات التي يحتاجها. أما إذا بناه ثلاثة موردين ثلاث مرات، فيعطي ثلاثة متاجر مختلفة وثلاثة خلاقات.



عمل إنتاجي من Maverick Frame.

قائمة اللقطات

مجموعة الفكرة، مسعّرة

نموذج مرّكّب لمجموعات التجزئة التي نسقّها، بأسعار استوديوهات السوق المتوسطة، لفكرة متجر رئيسي بمساحة نحو 250 مترًا مربعًا ستُعْمَم على وحدات أصغر. إحدى عشرة صورة ثابتة، وبانوراما واحدة، وفيلم قصير واحد، كلها من النموذج نفسه.

البند	الأساس	بأسعار الاستوديو
01	نموذج المتجر من رسومات الفكرة ووحدات العرض	\$2,400
02	الواجهة في سياق الشارع أو المركز، نهاريًا ومساءً	\$1,100
03	المدخل والطابق الرئيسي، لقطة رئيسية والاتجاه المعاكس	\$1,100
04	المناطق الرئيسية: الجدار المميز، وغرف القياس، والصندوق	\$1,350
05	لقطات قريبة لوحدة العرض مع المنتجات	\$800
06	منظر أكسونومتري علوي لتوزيع وحدات العرض	\$500
07	صيغة التوسّع المدمجة، منظر المدخل	\$450
08	بانوراما 360 للطابق الرئيسي	\$600
09	جولة مدتها 45 ثانية لعروض الامتياز	\$4,125
	النموذج وإحدى عشرة صورة ثابتة، 07-01	\$7,700
	360 والفيلم، 09-08	\$4,725

\$12,425

مجموعة الفكرة كاملة

\$5,950

موافقة المالك والعلامة، البنود 04-01

المنظر الأكسونومتري صورة المشغل.

نادرًا ما يقع أصحاب الامتياز في حب اللقطة الرئيسية. إنهم يوقعون حين يستطيعون عدّ وحدات العرض ورؤية أين يذهب المخزون. ولهذا يكسب منظر علوي واحد أكثر من لقطة أجواء ثانية.

أخطاء من جهتك على الطاولة

ما تقوله موجزات التجزئة، وما يُكتب بدلًا منه

ست عبارات نقرؤها في كل موجز لفكرة متجر تقريبًا. كل منها إما يضاعف عدد الصور أو يعيد النموذج لإعادة بنائه.

ما يُكتب بدلًا منه

في الموجز

01	فاخر، جذاب، متوافق مع العلامة	أرسلوا دليل العلامة ومتجرين قائمين ترونهما صائبين. الصفات موجودة في كل موجز، والمراجع هي ما نبني منه.
02	مليء بالعملاء	حدّدوا كم شخصًا في كل منظر وماذا يفعلون. بضعة متسوقين يُظهرون الحجم، والزحام يخفي وحدات العرض التي يدفع صاحب الامتياز ثمنها.
03	مليء بالمنتجات	حدّدوا كم من البضائع يجب أن تكون حقيقية ومعروفة. المنتج الحقيقي يُنمذج قطعة قطعة، والمخزون العام تنسيق من المكتبة.
04	الفكرة قد تتغير	حدّدوا الثابت والمفتوح. تحريك جدار بعد بناء النموذج إعادة بناء، وتغيير لون ليس كذلك.
05	لكل أسواقنا	سمّوا السوق الأولى ونوع الوحدة. اللافتات المحلية واللغات ومقاسات الوحدات بدائل تُطلب بعد اعتماد الفكرة.
06	اتبعوا إرشادات المركز التجاري	أرفقوا إرشادات التصميم الخاصة بالمركز ورسم الوحدة. المالكون يعتمدون وفق وثيقتهم، وكذلك ينبغي أن نعمل نحن.

أجيبوا عنها على الورق، لا في جولة تعديل.

كل عبارة أعلاه تستغرق دقائق للإجابة عنها قبل بدء العمل، وجولة تعديل كاملة لإصلاحها بعد المسودة الأولى. احتفظوا بجولتي المسودة للصور، لا للموجز.

الصفحة الواحدة

ما ترسله إلينا علامات التجزئة فعلاً

العملاء الذين تظهر شعاراتهم على صفحات خدماتنا لا يرسلون كراسات مواصفات. لفكرة المتجر يرسلون شيئاً قريباً من هذا، عادةً في نص رسالة بريد إلكتروني، وهو كافٍ لتقديم عرض سعر وبدء العمل.

01	الفكرة	العلامة، والصيغة، ومساحة الوحدة، سطر واحد.
02	الوحدة	رسمها، وعنوانها، وإرشادات التصميم الخاصة بالمركز.
03	الرسومات	مخططات الفكرة، ورسومات وحدات العرض، وجدول التنشيطيات.
04	من يوقع	المالك، والعلامة، وصاحب الامتياز، وبأي ترتيب.
05	أي المناظر	الواجهة، والمدخل، والمناطق الرئيسية، ومنظر علوي للتوزيع.
06	المنتجات ووحدات العرض	ما يجب أن يكون حقيقياً ومعروفاً، وما يمكن أن يكون عاملاً.
07	الأشخاص	كم شخصاً في كل منظر، إن وُجدوا.
08	التوسّع	هل تتبعها صيغ أصغر أو أسواق أخرى.
09	التاريخ	موعد التقديم للمالك، وهو نادراً ما يتحرك.
10	الميزانية	رقم أو نطاق. إنه أسرع طريق إلى نطاق عمل مناسب.

احتفظوا بالنموذج للتوسّع

نموذج المتجر المبني جيداً يصبح أساس كل وحدة جديدة. أخبرونا إن كان التوسّع مخططاً، فنبنيه لإعادة الاستخدام من البداية.

أرسلوا موعد المالك أولاً

مواعيد اعتماد المراكز التجارية نادراً ما تتحرك. أخبرونا بتاريخ التقديم، فنخطط الواجهة أولاً والتصميم الداخلي بعدها.

التكلفة

أسعار السوق وشروطنا، لتتحقق من أي عرض سعر

نطاقات نرصدها في السوق خلال عام 2026، من المستقل إلى الاستوديو. استخدمها للتحقق من أي عرض سعر، بما في ذلك عرضنا.

العمل المكلف به	مستقل	استوديو
صورة خارجية واحدة	\$100 - 300	\$250 - 600
صورة داخلية واحدة	\$120 - 350	\$300 - 700
حزمة من 5 إلى 8 لقطات	\$600 - 1,500	\$1,500 - 4,000
رسوم متحركة، للدقيقة	\$1,000 - 3,000	\$3,000 - 8,000

هذه مدد التسليم وشروط التعديل المعتادة لدينا. نعتمدها في عروض الأسعار ما لم يتطلب المشروع غير ذلك، وحينها نوضح الأمر قبل بدء العمل.

المعيار لدى MAVERICK FRAME

المرحلة أو الفخزج

المسودة الأولى للصورة الثابتة	من 3 إلى 5 أيام عمل من استلام موجز مكتمل
صور نهائية، حزمة من 5 إلى 8	من 2 إلى 3 أسابيع، بما فيها المسودات
رسوم متحركة حتى دقيقة واحدة	من 4 إلى 6 أسابيع، تبدأ بلوحة القصة والمعاينة
جولات التعديل المشمولة	جولتان في مرحلة المسودة، وجولة واحدة على الصورة النهائية
ما الذي يُحتسب جولة	قائمة ملاحظات واحدة موحدة تُرسل دفعة واحدة
التسليم العاجل	نصف المدة مقابل زيادة نحو 40%، متى سمح الجدول بذلك

اختر الاستوديو قبل أن يحترق الموعد النهائي

ليست المشاريع الأعلى كلفة التي نراها تلك التي جاء موجزها ضعيفًا، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قيم استوديو أو اثنين ما دام لا شيء عاجلاً.

ملاحظة عن الفريق الداخلي: يحتاج فنان واحد إلى نحو عشرة اشتراكات برمجية ومحطة عمل ومجموعة من المهارات المجاورة، من النمذجة والإضاءة إلى المعالجة اللاحقة والتواصل مع العملاء. ولا يُؤتي ذلك ثماره إلا إذا كان هذا الشخص مشغولاً كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يبرّج الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

أرسل إلينا ما لديك بالفعل

المخططات أو نموذج ثلاثي الأبعاد أو صور فوتوغرافية أو مسودة موجز، في أي حالة كانت. سنرد عليك بنطاق عمل وسعر والأسئلة التي تحددهما، كتابةً ومن دون مكالمات مبيعات.

نموذج التواصل	maverickframe.com/contacts/
إظهار التصميم الداخلي للمتاجر	maverickframe.com/ar/services/interior-visualization/
أو ببساطة	رُدّ على الرسالة التي وصلك فيها هذا الدليل.

كتبه من يقرؤون هذه الموجزات

يشغل Dim Kuzmenko منصب مؤسس Maverick Frame Studio. الأرقام الواردة في هذا الدليل مصدرها بريدنا الوارد وقائمة أسعارنا، لا استطلاع قطاعي.