



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

La scheda si vince alla **terza immagine**, non alla prima.

Il set lifestyle che converte sui marketplace e sul Suo sito: quali immagini servono a ogni scheda prodotto, in che ordine, e quanto costa un set completo per otto prodotti.

SI PARTE DA QUI

Tutti hanno l'immagine su bianco. Pochi hanno il resto.

L'immagine principale su bianco è quella che ogni venditore azzecca, perché la impone il marketplace. Le immagini che seguono sono quelle su cui una scheda viene davvero giudicata: il prodotto in uso, le sue dimensioni in una stanza vera, il dettaglio che risponde alla domanda che il cliente farebbe in negozio.

La maggior parte dei venditori riempie quegli spazi con qualche foto del fornitore e un'immagine lifestyle di repertorio forzata. Il rendering colma il vuoto con poca spesa, perché il prodotto si modella una volta, e ogni angolazione, stanza e primo piano successivo è uno spostamento di camera, non un altro campione spedito a un altro fotografo.

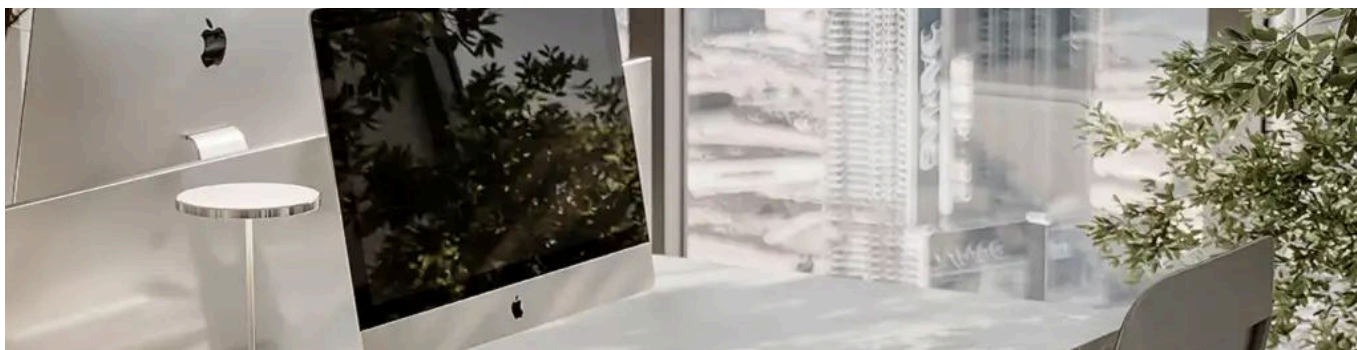
COME SI RIEMPIONO DI SOLITO LE SCHEDE

COME SI RIEMPIE UNA SCHEDA PIANIFICATA

01	Cinque angolazioni del prodotto su bianco	Una su bianco, poi uso, scala, dettaglio e un'immagine pulita per il claim principale.
02	Una stanza di repertorio con il prodotto incollato	Una stanza costruita per il prodotto, con ombre, riflessi e scala corretti.
03	Dimensioni scritte in una riga di testo	Un'immagine di scala che mostra le dimensioni prima che il cliente legga qualcosa.
04	Infografiche su foto affollate	Immagini composte con spazio vuoto dove andrà il testo.

Pianifichi gli spazi prima delle immagini.

Decida a cosa deve rispondere ogni spazio, in ordine, e imposti il brief del set su quell'elenco. La lista delle viste nasce dalle domande, non da ciò che sta bene in un portfolio.



Rendering di produzione Maverick Frame.

LA LISTA DELLE VISTE

Il set della scheda, riga per riga

Un composito dei set per schede prodotto che quotiamo per i venditori di beni di consumo, a prezzi di mercato da studio. Ipotizza otto prodotti venduti sui marketplace e sul Suo negozio online. Scali in base al numero di prodotti; l'ordine degli spazi resta lo stesso.

	VOCE	BASE	A PREZZI DA STUDIO
01	Modelli dei prodotti da CAD o campioni fisici	8 x \$250	\$2.000
02	Immagini principali su bianco, secondo le regole del marketplace	8 x \$90	\$720
03	Seconda angolazione e retro su bianco	16 x \$70	\$1.120
04	La terza immagine: il prodotto in uso, in una stanza vera	8 x \$450	\$3.600
05	Immagini di scala: il prodotto accanto a oggetti familiari	8 x \$200	\$1.600
06	Primi piani di dettagli e materiali	8 x \$150	\$1.200
07	Immagini pulite con spazio per le infografiche	8 x \$120	\$960
08	Due scene di brand per la pagina negozio e gli annunci	2 x \$600	\$1.200
09	Rotazioni 360 per i tre prodotti principali	3 x \$300	\$900
	Costruito una volta: otto modelli di prodotto		\$2.000
	58 immagini e tre rotazioni		\$11.300
	Il set della scheda, prezzato come composito		\$13.300
	Ogni prodotto aggiunto dopo, scheda completa		\$1.400

Il nono prodotto costa \$1.400, completo.

Modello, immagine principale, angolazioni, una scena lifestyle, scala, dettaglio e un'immagine pulita, tutto in scene che esistono già. Un nuovo colore di un prodotto esistente costa una frazione di quella cifra, perché cambia solo il materiale.

GLI ERRORI DALLA SUA PARTE DEL TAVOLO

Sei frasi che costano ai venditori online

Vengono dai brief di beni di consumo che riceviamo. Ognuna è comprensibile, e ognuna spreca uno spazio della scheda o raddoppia il lavoro.

COSA SCRIVE DI SOLITO	COSA SCRIVERE INVECE
01 Immagini lifestyle, come la concorrenza	Dica a quale domanda deve rispondere ogni immagine: uso, dimensioni, materiale, cosa c'è nella confezione. Lo stile viene da lì.
02 Immagine principale secondo lo standard Amazon	Incolli le regole esatte di ogni marketplace su cui vende. Cambiano su fondo, taglio e quanta parte dell'immagine occupa il prodotto.
03 Un modello che tiene il prodotto	Dica se una mano o una persona sono indispensabili. Le mani sono possibili ma costose; un oggetto di scala spesso risponde alla stessa domanda.
04 Ogni colore in ogni immagine	Scelga un colore per le scene lifestyle e mostri gli altri su bianco. I cambi colore in scena sono una voce a parte.
05 Le infografiche le aggiungiamo dopo	Mandi ora i claim. Le immagini composte con spazio per il testo sembrano progettate; il testo sopra una foto affollata sembra economico.
06 Packaging in arrivo	Mandi fustelle e grafiche con i file del prodotto. Il packaging si modella come un prodotto e appartiene allo stesso set.

I marketplace cambiano le regole.

Tenga scene e modelli in archivio. Quando un marketplace cambia le regole per le immagini, il set si renderizza di nuovo nel nuovo taglio, non si rifà da zero.

L'UNICA PAGINA

Cosa ci mandano davvero i venditori

I clienti i cui loghi compaiono sulle nostre pagine dei servizi non ci mandano capitolati. Per un set di schede mandano qualcosa di simile a questo, di solito nel corpo di una mail, ed è sufficiente per fare un preventivo.

01	I prodotti	Un elenco, con file CAD o campioni che possiamo ricevere.
02	I colori	Quale guida, e quali compaiono solo su bianco.
03	Dove vende	Ogni marketplace e il Suo negozio online, con le regole per le immagini incollate.
04	Gli spazi	A cosa deve rispondere ogni immagine della scheda, in ordine.
05	Le stanze	Chi usa il prodotto e dove, con due o tre riferimenti.
06	I claim	I tre fatti che le Sue infografiche devono portare.
07	Packaging	Fustelle e grafiche, se la confezione fa parte della vendita.
08	La data	Quando le schede vanno online, e se c'è un evento promozionale dietro.
09	Il budget	Per prodotto o per la gamma. Entrambi bastano per definire il perimetro.

Cominci dal più venduto

Approvi prima il set completo per un prodotto. Il resto della gamma segue quel modello, e ogni scheda sembra venire dallo stesso brand.

Testi il terzo spazio

Provi due immagini lifestyle nel terzo spazio e tenga quella che rende. Un render si può aggiustare; uno shooting va ripetuto.

QUANTO COSTA

Prezzi di mercato e condizioni, per verificare qualsiasi preventivo

Intervalli osservati sul mercato nel 2026, dal freelance allo studio. Li usi per verificare qualsiasi preventivo, compreso il nostro.

LAVORO COMMISSIONATO	FREELANCE	STUDIO
Immagine esterna, singola	\$100 - 300	\$250 - 600
Immagine interna, singola	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacchetto, 5 - 8 viste	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animazione, al minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

I nostri tempi e le condizioni di revisione standard. Sono quelli che indichiamo in preventivo, a meno che un progetto non richieda altro, e in quel caso lo diciamo prima di iniziare.

FASE O DELIVERABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Prima bozza di un'immagine	Da 3 a 5 giorni lavorativi da un brief completo
Immagini finali, pacchetto da 5 - 8	Da 2 a 3 settimane, bozze comprese
Animazione fino a un minuto	Da 4 a 6 settimane, prima storyboard e anteprima
Round di revisione inclusi	Due in fase di bozza, uno sull'immagine finale
Cosa conta come un round	Un unico elenco di commenti consolidato, inviato in una volta
Consegna urgente	Metà del tempo per circa il 40% in più, se il calendario lo consente

Scelga uno studio prima che la scadenza diventi un'emergenza

I progetti più costosi che vediamo non sono quelli con un brief scritto male. Sono quelli affidati nel panico, dopo che il primo fornitore ha fallito e la data di lancio non si è spostata. Valuti uno o due studi finché nulla è urgente.

Due parole sul lavoro in-house: un solo artista 3D ha bisogno di una decina di abbonamenti software, di una workstation e di una serie di competenze affini, dalla modellazione e l'illuminazione alla post-produzione e alla comunicazione con il cliente. Conviene solo se quella persona lavora a pieno ritmo ogni giorno. Al di sotto, i conti favoriscono da soli l'esternalizzazione.

IL PASSO SUCCESSIVO

Ci mandi CAD, campioni e cartelle colori

File CAD o STEP, un campione fisico se la finitura è difficile da leggere, campioni o codici delle finiture, e il brief che ha, nello stato in cui è. Le risponderemo con perimetro, prezzo e le domande che li determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
------------------------------	---

Scene lifestyle di prodotto	maverickframe.com/it/servizi/rendering-interni/
------------------------------------	---

Oppure, semplicemente,	risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida.
-------------------------------	--

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è co-fondatore di Maverick Frame Studio. Le cifre di questa guida vengono dalla nostra casella di posta e dal nostro listino, non da un sondaggio di settore.