



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Siedem ujęć sprzedaje inwestycję. Zamówiono dwadzieścia siedem.

Zestaw wizualizacji, który sprzedaje mieszkania z planu, w kolejności, jakiej potrzebuje deweloper: inwestorzy, urząd, przedsprzedaż. Wyceniony po stawkach studia, razem z dwudziestoma ujęciami, których nikt nie publikuje.

NA POCZĄTEK

Większość zestawu nie wychodzi poza dysk

Deweloperzy rzadko wydają na wizualizacje za mało. Wydają za dużo na niewłaściwe. Zestaw zamawia się zwykle za jednym razem, wcześniej, na podstawie rysunków architekta, i pokazuje budynek z każdej strony, bo nikt jeszcze nie zdecydował, które widoki będą go sprzedawać.

Te obrazy oglądają po kolei trzy grupy odbiorców. Inwestorzy chcą zobaczyć skalę i lokalizację. Urząd potrzebuje wiernych widoków z uzgodnionych punktów. Kupujący muszą wyobrazić sobie poranek na swoim balkonie. Większość z dwudziestu siedmiu ujęć nie służy żadnej z tych grup i leży na wspólnym dysku, a na wygrozdzeniu budowy, w folderze i na każdym portalu pojawia się wciąż tych samych siedem.

CO ZAMAWIAJĄ DEWELOPERZY

CO NAPRAWDĘ SPRZEDAJE MIESZKANIA

01	Każdą elewację każdego budynku	Jeden główny widok od ulicy i jeden widok wejścia. Kupujący pamiętają wejście, nie elewację.
02	Widoki ze wszystkich czterech narożników	Widoki, które pokazują, co kupujący dostaje: balkon, dziedziniec, widok z okna.
03	Wersję nocną wszystkiego	Jedno główne ujęcie o zmierzchu na wygrozdzenie i okładkę folderu.
04	Wnętrza każdego typu mieszkania	Jeden salon mieszkania pokazowego i kuchnię, dobrane do typu, który najtrudniej sprzedać.

Zamawiaj według odbiorcy, nie według budynku.

Najpierw inwestorzy, potem urząd, na końcu kupujący, a każda grupa potrzebuje innych ujęć. Zestaw zamówiony w całości, zanim projekt się ustabilizuje, trzeba renderować od nowa przy każdej zmianie materiału elewacji czy okna.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

LISTA UJĘĆ

Siedem sprzedaje, dwadzieścia leży

Poniżej zestawienie złożone z typowych projektów dla średniej inwestycji mieszkaniowej, wycenione po średnich stawkach rynkowych studia. Pozycje 01-07 to ujęcia, które widzimy wszędzie tam, gdzie inwestycja jest reklamowana. Pozycje 08-10 to to, co deweloperzy zwykle dokładają i co rzadko opuszcza dysk.

	UJĘCIE	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Główny widok od ulicy o zmierzchu	1 x \$550	\$550
02	Widok dojścia i wejścia	1 x \$450	\$450
03	Widok z lotu ptaka na całe założenie	1 x \$600	\$600
04	Widok dziedzińca lub strefy wspólnej	1 x \$450	\$450
05	Salon mieszkania pokazowego	1 x \$500	\$500
06	Kuchnia mieszkania pokazowego	1 x \$450	\$450
07	Balkon z widokiem na okolicę	1 x \$500	\$500
08	Jedenaście kolejnych elewacji i widoków z narożników	11 x \$400	\$4 400
09	Wersje nocne sześciu widoków dziennych	6 x \$425	\$2 550
10	Wnętrza trzech kolejnych typów mieszkań	3 x \$500	\$1 500
	Siedem, które sprzedaje (pozycje 01-07)		\$3 500
	Dwadzieścia, które leży na dysku (pozycje 08-10)		+ \$8 450
	Pełny zestaw dwudziestu siedmiu		\$11 950
	Zestaw, który sprzedaje mieszkania		\$3 500

Zamawiaj te siedem w tej kolejności.

Najpierw widok z lotu ptaka i główne ujęcie, do prezentacji dla inwestorów. Potem wejście i dziedziniec, na start przedsprzedaży. Na końcu mieszkanie pokazowe, kuchnia i balkon, do folderu i na portale. Resztę dokładaj dopiero wtedy, gdy sprzedaż pokaże, który typ mieszkania schodzi wolno.

BŁĘDY

Błędy po stronie zamawiającego

Te zdania pojawiają się w niemal każdym briefie dewelopera. Żadne z nich nie jest błędne. Każde po cichu dopisuje do faktury kolejne ujęcia albo rundy.

CO PISZĄ DEWELOPERZY	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01 „Wszystkie budynki ze wszystkich stron”	Zaznacz na planie zagospodarowania trzy miejsca, w których stanie kupujący: ulicę, wejście, dziedziniec.
02 „Finalne obrazy teraz, projekt później”	Napisz, co jest już przesądzone. Materiał elewacji zmieniony po szkicu to nowy obraz, nie poprawka.
03 „Wnętrza w standardzie premium”	Podaj standard, który naprawdę oddasz. Folder, który obiecuje za dużo w kuchni, wraca jako reklamacja przy odbiorze.
04 „Te same obrazy dla inwestorów, urzędu i sprzedaży”	Napisz, która grupa jest pierwsza. Widoki dla urzędu podlegają jego zasadom co do punktów i obiektów, sprzedażowe nie.
05 „Dużo ludzi, tętniące życiem sceny”	Poproś o ludzi podobnych do twoich kupujących i o mniej ich. Tłum postarza obraz i zasłania budynek.
06 „Poprawki aż do premiery”	Dwie rundy na szkicu i jedna na finale, za każdym razem jedna zebrana lista od jednej osoby po twojej stronie.
07 „Na wczoraj”	Data startu sprzedaży i termin druku folderu. Planujemy zestaw wstecz od tych dwóch dat.

Krócej znaczy lepiej.

Napisz, do czego służą obrazy i kogo mają przekonać, a szczegóły zostaw ludziom, którzy renderują inwestycje codziennie. Brief wykonany dosłownie, linijka po linijce, rzadko daje najlepszy obraz budynku.

JEDNA STRONA

Co deweloperzy naprawdę nam wysyłają

Deweloperzy, których logotypy widać na naszych stronach usług, nie przysyłają specyfikacji. Przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści e-maila z rysunkami w załączniku, i to wystarczy, żeby wycenić projekt i zacząć pracę.

01	Inwestycja	Nazwa, liczba mieszkań oraz rysunki lub model. Napisz, która wersja jest aktualna.
02	Dla kogo	Inwestorzy, urząd, przedsprzedaż albo wszystkie trzy, i w jakiej kolejności.
03	Widoki	Zaznaczone na planie: główny, wejście, dziedziniec, z lotu ptaka albo twoja lista.
04	Wnętrza	Który typ mieszkania i które pomieszczenia: salon, kuchnia, balkon.
05	Kupujący	Komu sprzedajesz. To wyznacza ludzi, samochody i stylizację.
06	Standard	Wykończenie, które oddasz, żeby wnętrza nie obiecywały więcej.
07	Ustalone i otwarte	Które elementy projektu są przesądzone, a które mogą się jeszcze zmienić.
08	Gdzie pójdą	Wygrodenie, folder, portale, strona. To wyznacza rozdzielczość i prawa.
09	Terminy	Start sprzedaży i wcześniejszy od niego termin druku.
10	Budżet	Kwota albo przedział na pierwszy zestaw.

Zacznij od pary dla inwestora

Jeśli finansowanie nie jest zamknięte, zamów najpierw widok z lotu ptaka i główne ujęcie. Uniosą prezentację dla inwestorów, a zbudowany do nich model przejdzie na resztę zestawu.

Zachowaj model na drugi etap

Gdy inwestycja jest już wymodelowana, nowy kadr czy kolejny etap kosztuje mniej niż pierwszy obraz. Poproś, żeby model zachować, a nie budować od nowa.

ILE TO KOSZTUJE

Stawki rynkowe i nasze warunki, żeby sprawdzić każdą wycenę

Przedziały widoczne na rynku w 2026 roku, od freelancera po studio. Użyj ich, żeby sprawdzić każdą wycenę, także naszą.

PRACA NA ZLECENIE	FREELANCER	STUDIO
Wizualizacja zewnętrzna, jedna	\$100 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nasze standardowe terminy i zasady poprawek. Tak wyceniamy, chyba że projekt wymaga czegoś innego, a wtedy mówimy o tym przed rozpoczęciem pracy.

ETAP LUB MATERIAŁ	STANDARD MAVERICK FRAME
Pierwszy szkic wizualizacji	Od 3 do 5 dni roboczych od kompletnego briefu
Gotowe wizualizacje, pakiet 5 - 8	Od 2 do 3 tygodni, szkice w cenie
Animacja do jednej minuty	Od 4 do 6 tygodni, najpierw storyboard i podgląd
Rundy poprawek w cenie	Dwie na etapie szkicu, jedna na finalnym obrazie
Co liczy się jako runda	Jedna zebrana lista uwag, wysłana za jednym razem
Tryb ekspresowy	Półowa czasu za około 40% więcej, jeśli harmonogram na to pozwala

Wybierz studio, zanim termin zacznie się palić

Najdroższe projekty, jakie widzimy, to nie te ze słabym briefem. To te zlecane w panice, gdy pierwszy wykonawca już zawiódł, a data premiery się nie przesunęła. Sprawdź jedno lub dwa studia, póki nic nie jest pilne.

Słowo o zespole wewnętrznym: jeden grafik 3D potrzebuje około dziesięciu subskrypcji oprogramowania, stacji roboczej i szeregu pokrewnych umiejętności, od modelowania i oświetlenia po postprodukcję i kontakt z klientem. Oplaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Prześlij nam to, co już masz

Rysunki, model, zdjęcia albo szkic briefu, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Wizualizacje zewnętrzne i wewnątrz	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-architektoniczne/
Albo po prostu	odpowiedz na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy czytają te briefy

Dim Kuzmenko jest założycielem Maverick Frame Studio. Liczby w tym przewodniku pochodzą z naszej własnej skrzynki i naszego własnego cennika, nie z badania branżowego.