



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Pokoje sprzedane, zanim stanie budynek: czternaście obrazów.

Zestaw obrazów, którego hotel potrzebuje dla inwestorów, akceptacji marki, sprzedaży przed otwarciem i platform rezerwacyjnych. Wyceniony pozycja po pozycji, z jednostronicowym briefem.

NA POCZĄTEK

Czterech odbiorców, jedna linia budżetu

Hotel kupuje wizualizacje cztery razy: dla inwestorów, dla zespołu standardów marki, dla działu sprzedaży przed otwarciem i dla platform rezerwacyjnych. Zwykle zamawiają je różne osoby w różnych momentach, często u różnych dostawców, więc to samo lobby modeluje się trzy razy.

Tam uciekają pieniądze. A obrazy, które powstają najpierw, szerokie widoki architektury do prezentacji dla inwestorów, prawie nic nie robią na stronie rezerwacji, gdzie gość decyduje po pokoju, łazience i widoku z łóżka.

KTO PATRZY

CO MUSI ZOBACZYĆ

01	Inwestorzy	Podjazd, elewacja o zmierzchu i jedna przestrzeń wspólna, która niesie koncepcję. Trzy kadry, nie dwanaście.
02	Akceptacja marki	Pokój wzorcowy i lobby, na tyle szczegółowe, by sprawdzić je z podręcznikiem standardów marki.
03	Sprzedaż przed otwarciem	Pokoje, apartament, sala eventowa i restauracja: to, co kupuje organizator grup czy wesel.
04	Platformy rezerwacyjne	Pokój, łazienka, widok i atut obiektu, skadrowane pod galerię. Obrazy, które naprawdę przynoszą rezerwacje.

Modeluj raz, we właściwej kolejności.

Jeden model lobby i pokoju wzorcowego obsłuży wszystkich czterech odbiorców, jeśli zbuduje się go najpierw dla najbardziej wymagającego. Galeria rezerwacyjna wymaga najwierniejszych wykończeń, więc zacznij model od niej, a kadry dla inwestorów wyciągnij z niego.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

LISTA UJĘĆ

Zestaw przed otwarciem, wyceniony

Zestawienie złożone z hotelowych projektów, które wyceniamy, po średnich stawkach rynkowych studia, dla hotelu na 120 pokoi z restauracją, barem, jedną salą eventową i jednym flagowym atutem. Każda pozycja ma swoje zadanie i miejsce publikacji.

	POZYCJA	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Podjazd i elewacja o zmierzchu, dla inwestorów i na wygrozdzenie	2 x \$550	\$1 100
02	Lobby i recepcja, główny widok i widok odwrotny	2 x \$500	\$1 000
03	Pokój wzorcowy: łóżko, biurko i okno	2 x \$450	\$900
04	Apartament: salon i sypialnia	2 x \$500	\$1 000
05	Łazienki, pokój wzorcowy i apartament	2 x \$400	\$800
06	Restauracja w dzień, bar wieczorem	2 x \$500	\$1 000
07	Sala eventowa, układ bankietowy	1 x \$450	\$450
08	Spa, basen lub rooftop, atut, na którym sprzedajesz	1 x \$500	\$500
09	Meble pokoju modelowane wg zestawienia FF&E	model	\$1 800
10	Panoramy 360 pokoju wzorcowego i apartamentu	2 x \$600	\$1 200
11	30-sekundowy film przed otwarciem z tego samego modelu	0,5 min	\$2 750
	Czternaście obrazów i model pokoju, 01-09		\$8 550
	360 i film, 10-11		\$3 950
Pełny zestaw przed otwarciem			\$12 500
Pierwszy etap, pozycje 01-05 i 09			\$6 600

Pokój wzorcowy to obraz, który zarabia.

Goście rezerwują pokój, który widzą. Ze wszystkiego na tej liście to pokój wzorcowy i jego łazienka pracują na platformach rezerwacyjnych długo po otwarciu, więc zasługują na najwierniejszy model i najwięcej uwagi.

BŁĘDY PO STRONIE ZAMAWIAJĄCEGO

Co mówią briefy hotelowe i co napisać zamiast

Siedem zdań, które czytamy w niemal każdym briefie hotelowym. Każde albo mnoży liczbę obrazów, albo odsyła model do przebudowy.

W BRIEFIE	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01 Wszystkie typy pokoi	Nazwij pokój wzorcowy i apartament. Pozostałe typy to wariacje, które rzadko potrzebują własnych obrazów, najwyżej jednego kadru każdy.
02 Zgodnie ze standardami marki	Załącz podręcznik standardów i zaznacz strony, które dotyczą projektu. Zespół marki i tak będzie z nim porównywał, daj nam go przeczytać wcześniej.
03 Wykończenia do potwierdzenia	Wyślij zestawienie FF&E w obecnym stanie, nawet robocze. Zmiana wykończeń po zbudowaniu modelu to najdroższa poprawka w pracy dla hoteli.
04 Pełno ludzi, dużo życia	Napisz, które przestrzenie potrzebują ludzi i ilu. Kilku gości przy barze zaprasza, tłum w każdym kadrze wygląda jak zdjęcie z banku.
05 Na stronę, dla inwestorów i na platformy	Wypisz formaty: szeroki główny, kadr do galerii, pionowy do stories. Kadrowanie pod wszystkie naraz jest tańsze niż renderowanie od nowa.
06 Widok z okna, jaki najlepiej wygląda	Podaj prawdziwy widok z piętra pokoju wzorcowego. Widok na morze, którego nie ma, to najszybsza droga do reklamacji po otwarciu.
07 Potrzebne na otwarcie	Potrzebne na dzień startu sprzedaży, a ten wypada długo przed otwarciem. Zestaw musi być gotowy, gdy dział sprzedaży podnosi słuchawkę.

Odpowiedz na papierze, nie w rundzie poprawek.

Na każde zdanie powyżej można odpowiedzieć w kilka minut przed startem pracy, a naprawa po pierwszym szkicu kosztuje całą rundę poprawek. Zostaw dwie rundy szkicu na obrazy, nie na brief.

JEDNA STRONA

Co zespoły hotelowe naprawdę nam wysyłają

Operatorzy i deweloperzy, których logotypy widać na naszych stronach usług, nie przysyłają specyfikacji. Przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści e-maila, i to wystarcza, żeby wycenić projekt i zacząć pracę.

01	Obiekt	Liczba pokoi, marka lub pozycjonowanie i etap. Jedno zdanie.
02	Rysunki	Rzuty, model projektowy, jeśli jest, i która wersja jest aktualna.
03	Zestawienie FF&E	W obecnym stanie, z zaznaczeniem, co jeszcze może się zmienić.
04	Kto widzi pierwszy	Inwestorzy, marka, sprzedaż czy platformy. To ustala kolejność.
05	Które przestrzenie	Pokój wzorcowy, apartament, lobby, restauracja, bar, sala, atut.
06	Widok	Na co naprawdę wychodzi pokój wzorcowy i w jakim sezonie sprzedajesz.
07	Ludzie	Które przestrzenie potrzebują gości i mniej więcej ilu.
08	Formaty	Gdzie pójdzie każdy obraz i w jakich kadrach.
09	Termin	Dzień startu sprzedaży przed otwarciem, nie dzień otwarcia.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najkrótsza droga do dopasowanego zakresu.

Wyślij roboczą wersję zestawienia

Architekturę możemy budować, gdy FF&E wciąż się zmienia. Meble wolnostojące i tkaniny nakłada się na końcu i najłatwiej je zmienić.

Zaplanuj już drugą falę

Po otwarciu hotelu pokoje przejmuje fotografia. Wizualizacje zachowują wartość dla przestrzeni jeszcze w wykończeniu i dla kolejnych etapów, napisz, jeśli takie są.

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 hoteli	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.