



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Podpisany sklep przed wykończeniem. Wystarczy **jedenaście.**

Obrazy, dzięki którym koncept sklepu podpisują wynajmujący, marka i franczyzobiorca,
wycenione pozycja po pozycji, z jednostronicowym briefem, który je uruchamia.

NA POCZĄTEK

Podpisują trzy osoby. Każda widzi inny sklep

Koncept sklepu potrzebuje trzech zgód, zanim ktokolwiek zamówi wykonawcę zabudowy: wynajmującego, na witrynę i lokal, marki, na koncept, oraz franczyzobiorcy lub operatora, który płaci za wykończenie.

Marki handlowe przeplacają, zamawiając jeden piękny obraz główny, a potem nowy zestaw do każdej akceptacji. A rendery wykorzystują za słabo, zatrzymując się na koncepcie, choć ten sam model mógłby nieść podręcznik roll-outu i pakiet najmu dla kolejnego lokalu.

KTO PODPISUJE

CO MUSI ZOBACZYĆ

01	Wynajmujący lub zarządca centrum	Witrynę w kontekście ulicy lub galerii, szyld i to, jak lokal wygląda wśród sąsiadów, zgodnie z wytycznymi centrum.
02	Zespół marki	Ścieżkę klienta po kolei: wejście, główna sala, przymierzalnie lub lada, kasa.
03	Franczyzobiorca lub operator	Meble sklepowe, pojemność i towar. Widok układu z góry znaczy więcej niż klimat.
04	Dział najmu, później	Czysty obraz sklepu, który sprzedaje format kolejnemu wynajmującemu.

Jeden model, trzy akceptacje.

Zbudowany raz z rysunków konceptu, model sklepu daje każdemu podpisującemu kadry, których potrzebuje. Zbudowany trzy razy przez trzech dostawców daje trzy różne sklepy i trzy spory.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

LISTA UJĘĆ

Zestaw konceptu, wyceniony

Zestawienie złożone z zestawów dla handlu, które wyceniamy, po średnich stawkach rynkowych studia, dla konceptu flagowego o powierzchni około 250 metrów kwadratowych, który zostanie przeniesiony na mniejsze lokale. Jedenaście obrazów, jedna panorama i jeden krótki film, wszystko z tego samego modelu.

	POZYCJA	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Model sklepu z rysunków konceptu i zabudowy	model	\$2 400
02	Witryna w kontekście ulicy lub galerii, dzień i wieczór	2 x \$550	\$1 100
03	Wejście i główna sala, widok główny i odwrotny	2 x \$550	\$1 100
04	Kluczowe strefy: ściana ekspozycyjna, przymierzalnie, kasa	3 x \$450	\$1 350
05	Zbliżenia mebli sklepowych z towarem	2 x \$400	\$800
06	Aksonometria układu z góry	1 x \$500	\$500
07	Kompaktowy format roll-outu, widok wejścia	1 x \$450	\$450
08	Panorama 360 głównej sali	1 x \$600	\$600
09	45-sekundowy spacer na prezentacje franczyzowe	0,75 min	\$4 125
	Model i jedenaście obrazów, 01-07		\$7 700
	360 i film, 08-09		\$4 725
	Pełny zestaw konceptu		\$12 425
	Akceptacja wynajmującego i marki, pozycje 01-04		\$5 950

Aksonometria to obraz operatora.

Franczyzobiorcy rzadko dają się uwieść głównemu ujęciu. Podpisują, gdy mogą policzyć meble sklepowe i zobaczyć, gdzie trafia towar, dlatego jeden widok z góry zarabia więcej niż drugie ujęcie z klimatem.

BŁĘDY PO STRONIE ZAMAWIAJĄCEGO

Co mówią briefy sklepów i co napisać zamiast

Sześć zdań, które czytamy w niemal każdym briefie konceptu sklepu. Każde albo mnoży liczbę obrazów, albo odsyła model do przebudowy.

W BRIEFIE	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01 Premium, zapraszajaco, zgodnie z marką	Wyślij brand book i dwa istniejące sklepy, które uważasz za trafione. Przymiotniki są w każdym briefie, a budujemy z referencji.
02 Pełno klientów	Napisz, ile osób na widok i co robią. Kilku kupujących pokazuje skalę, tłum zasłania meble, za które płaci francyzobiorca.
03 Z towarem na półkach	Napisz, ile towaru musi być prawdziwe i rozpoznawalne. Prawdziwy towar modeluje się sztuka po sztuce, ogólny to dekoracja z biblioteki.
04 Koncept może się jeszcze zmienić	Zaznacz, co jest ustalone, a co otwarte. Przesunięcie ściany po zbudowaniu modelu to przebudowa, zmiana koloru nie.
05 Na wszystkie nasze rynki	Nazwij pierwszy rynek i typ lokalu. Lokalne szyldy, języki i metraże to warianty do zamówienia po akceptacji konceptu.
06 Zgodnie z wytycznymi galerii	Załącz wytyczne projektowe centrum i rysunek lokalu. Wynajmujący akceptują według własnego dokumentu, więc my też powinniśmy.

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 marki handlowe naprawdę nam wysyłają

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

01	Koncept	Marka, format i wielkość lokalu. Jedno zdanie.
02	Lokal	Jego rysunek, adres i wytyczne projektowe centrum.
03	Rysunki	Rzuty konceptu, rysunki zabudowy, zestawienie wykończeń.
04	Kto podpisuje	Wynajmujący, marka, franczyzobiorca i w jakiej kolejności.
05	Które widoki	Witryna, wejście, kluczowe strefy, widok układu z góry.
06	Towar i zabudowa	Co musi być prawdziwe i rozpoznawalne, a co może być ogólne.
07	Ludzie	Ile osób na widok, jeśli w ogóle.
08	Roll-out	Czy pójdą za tym mniejsze formaty lub inne rynki.
09	Termin	Data złożenia u wynajmującego, która rzadko się przesuwą.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najkrótsza droga do dopasowanego zakresu.

Najpierw termin wynajmującego

Daty akceptacji w centrach rzadko się przesuwają. Podaj datę złożenia, a zaplanujemy najpierw witrynę, a wewnątrz po niej.

Zachowaj model na roll-out

Dobrze zbudowany model sklepu staje się bazą dla każdego nowego lokalu. Napisz, jeśli planujesz roll-out, a od początku zbudujemy go do ponownego użycia.

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 wnętrz sklepów	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-wnetrz/
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.