

PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Łazienka z katalogu nigdy nie istniała. Wyrenderuj ją raz.

Jak marka wyposażenia sanitarnego planuje sceny łazienek, wykończenia i warianty do katalogów i dla dealerów, z wycenioną listą ujęć i jednostronicowym briefem do wysłania.

Dim Kuzmenko
Współzałożyciel, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

NA POCZĄTEK

Dwadzieścia łazienek z jednego pomieszczenia

Katalog wyposażenia sanitarnego potrzebuje łazienek, które nie istnieją: rodzinnej łazienki, apartamentu hotelowego, małej łazienki przy sypialni, każdej w kilku schematach płytek i każdej baterii w czterech wykończeniach. Budowanie ich i fotografowanie to powolna droga.

Zwykle kończy się na jednej aranżacji z salonu, dobrze sfotografowanej, która trafia do każdego rozdziału katalogu. Dealerzy to zauważają, ich klienci też. Wyrenderowaną łazienkę buduje się raz według twoich rysunków, a potem zmienia jej stylizację: nowe płytki, nowe światło, nowe wykończenie baterii, bez przesuwania choćby jednego elementu.

	CO DAJE SESJA W SALONIE	CO DAJE WYRENDEROWANA ŁAZIENKA
01	**Jedno pomieszczenie, oświetlone w jeden sposób**	To samo pomieszczenie w nowej stylizacji dla każdej kolekcji i rynku, z kamerą dokładnie tam, gdzie była.
02	**Wykończenia ograniczone do próbek na miejscu**	Każde wykończenie na każdym produkcie, dopasowane do kodów, także te jeszcze w produkcji.
03	**Szkliwo i chrom walczą ze światłem**	Odbicia ustawione tam, gdzie opisują formę, a nie tam, gdzie akurat stał softbox.
04	**Ukryte elementy niewidoczne**	Przekroje spłuczek i stelaży dla instalatorów i projektantów.

Buduj pomieszczenie wokół produktu, nie odwrotnie.

Dwie łazienki narysowane w prawdziwych wymiarach, z prawdziwymi odstępami, uniosą cały katalog. W nowych stylizacjach pokazuje się kolekcję, a pomieszczenie musi być dobre tylko raz.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

LISTA UJĘĆ

Zestaw katalogowy, pozycja po pozycji

Zestawienie złożone z katalogów wyposażenia sanitarnego, które wyceniamy, po średnich stawkach rynkowych studia. Zakłada pięć produktów głównych, dwie łazienki i portal dla dealerów. Przeskaluj pozycje do swojej gamy, struktura zostaje.

	POZYCJA	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Produkty z CAD: umywalka, WC, wanna, bateria, prysznic	5 x $300	**$1 500**
02	Widoki główne w dwóch łazienkach, rodzinnej i hotelowej	4 x $600	**$2 400**
03	Nowe stylizacje widoków głównych: płytki, światło, nastrój	20 x $180	**$3 600**
04	Wykończenia baterii i pryszniców: chrom, czerń, mosiądz, grafit	16 x $80	**$1 280**
05	Zbliżenia: wylewka, szkliwo, odpływ, przycisk spłukujący	8 x $200	**$1 600**
06	Packshoty na białym do portalu dealerów	15 x $90	**$1 350**
07	Przekrój podtynkowej spłuczki i stelaża	1 x $500	**$500**
08	20-sekundowa pętla: płynąca woda, ruch światła	20 s	**$2 000**
09	Kadry do katalogu i formaty portalu dealerów	ryczałt	**$400**
	Budowane raz: pięć produktów		$1 500
	64 obrazy, jedna pętla i formaty dla dealerów		$13 130
	Zestaw katalogowy jako zestawienie typowych projektów		**$14 630**
	Każda nowa stylizacja łazienki po premierze		**$180**

Dwudziesta pierwsza łazienka kosztuje $180.

Gdy dwa pomieszczenia są porządnie zbudowane, nowa kolekcja płytek, kolor partnera czy katalog regionalny to nowa stylizacja widoku, który już istnieje. Koszt kolekcji przenosi się na warianty, tam gdzie powinien być.

BŁĘDY PO STRONIE ZAMAWIAJĄCEGO

Sześć zdań, które kosztują marki sanitarne

Pochodzą z briefów na wyposażenie sanitarne, które dostajemy. Żadne nie jest niedbałe. Każde albo podbija wycenę, albo daje obrazy, których dealerzy nie mogą użyć.

	CO ZWYKLE PISZESZ	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01	**Luksusowa łazienka, jak na referencjach**	Napisz, kto kupuje i gdzie: rodzinna łazienka w nowym domu wygląda zupełnie inaczej niż hotel spa. Wyślij trzy pomieszczenia, nie trzydzieści.
02	**Wszystkie produkty w każdej scenie**	Wskaż produkt główny dla każdego widoku. Łazienka z każdym elementem kolekcji wygląda jak salon sprzedaży, nie jak dom.
03	**Chrom ma wyglądać jak chrom**	Wyślij jedną fizyczną próbkę każdego trudnego wykończenia. Szczotkowany mosiądz i grafit ocenia się okiem przy prawdziwej sztuce, nie po kodzie.
04	**Płytki do ustalenia**	Nazwij schematy płytek, choćby wstępnie. Płytki zmieniają światło w pomieszczeniu, a późna zmiana to nowy render, nie zamiana.
05	**Pokażcie technologię**	Napisz, które elementy techniczne mają znaczenie dla którego odbiorcy. Przekrój dla instalatorów to inny obraz niż ujęcie główne dla klientów.
06	**Obrazy do katalogu i na stronę**	Wypisz formaty stron katalogu i specyfikacje portalu dealerów. Pionowe rozkładówki i kwadratowe kafelki trzeba zaplanować w kamerze.

Woda to świadomy wybór.

Płynąca bateria czy napełniona wanna to efekt z własnym kosztem i własnym wyglądem. Zamawiaj go w widokach, w których sprzedaje produkt, nie w każdym kadrze.

JEDNA STRONA

Co marki sanitarne naprawdę nam wysyłają

Klienci, których logotypy widać na naszych stronach usług, nie przysyłają specyfikacji. Przy katalogu przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści e-maila, i to wystarcza do wyceny.

01	**Produkty**	Nazwy, pliki CAD i które są bohaterami tego katalogu.
02	**Wykończenia**	Kody wszystkich plus próbka tych trudnych.
03	**Łazienki**	Ile, dla kogo, z dwiema lub trzema referencjami dla każdej.
04	**Widoki na łazienkę**	Liczba i produkt główny dla każdego widoku.
05	**Stylizacje**	Schematy płytek lub kolekcje, w których trzeba pokazać każdy widok.
06	**Obrazy techniczne**	Przekroje lub widoki montażowe i kto je czyta.
07	**Gdzie pójdą**	Formaty stron katalogu, portal dealerów, strona.
08	**Termin**	Najpierw termin druku, strona może dojść później.
09	**Budżet**	Kwota albo przedział. Wyznacza liczbę stylizacji.

Zatwierdź pomieszczenie przed kolekcją

Najpierw zaakceptuj jedną łazienkę w jednym wykończeniu. Każda kolejna stylizacja idzie szybko, bo kamera, światło i wyposażenie są już uzgodnione.

Zachowaj łazienki na przyszły rok

Poproś, żeby sceny zostały w archiwum. Kolejna kolekcja trafia do tych samych łazienek, a katalog pozostaje spójny.

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	Połowa 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. Opłaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Wyślij nam CAD, próbki i wzorniki

Pliki CAD lub STEP, fizyczną próbkę, jeśli wykończenie trudno odczytać, wzorniki lub kody wykończeń i brief, jaki masz, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Aranżacje łazienek	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 współzałożycielem Maverick Frame Studio. Liczby w tym przewodniku pochodzą z naszej własnej skrzynki i naszego własnego cennika, nie z badania branżowego.