



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Seu anúncio se ganha na **terceira imagem,** não na primeira.

O pacote de ambientação que converte nos marketplaces e na sua loja: quais imagens cada anúncio precisa, em que ordem, e quanto custa um pacote completo para oito produtos.

COMECE AQUI

Todo mundo tem a foto em fundo branco. Poucos têm o resto.

A imagem principal em fundo branco é a que todo vendedor acerta, porque o marketplace exige. As imagens seguintes são onde o anúncio é de fato julgado: o produto em uso, o tamanho dele num ambiente real, o detalhe que responde à pergunta que o cliente faria numa loja.

A maioria dos vendedores preenche esses espaços com algumas fotos do fornecedor e uma imagem de banco esticada. O render fecha essa lacuna barato, porque o produto é modelado uma vez, e cada ângulo, ambiente e close depois disso é um movimento de câmera, não mais uma amostra despachada para mais um fotógrafo.

COMO A MAIORIA DOS ANÚNCIOS É PREENCHIDA

COMO UM ANÚNCIO PLANEJADO É PREENCHIDO

01	Cinco ângulos do produto em fundo branco	Um em fundo branco, depois uso, escala, detalhe e uma imagem limpa para o argumento principal.
02	Um ambiente de banco com o produto colado	Um ambiente construído para o produto, com sombras, reflexos e escala corretos.
03	Tamanho informado numa linha de texto	Uma imagem de escala que mostra o tamanho antes de o cliente ler qualquer coisa.
04	Infográficos sobre fotos poluídas	Imagens compostas com espaço vazio onde o texto vai ficar.

Planeje os espaços antes das imagens.

Decida o que cada espaço precisa responder, em ordem, e faça o briefing a partir dessa lista. A lista de vistas sai das perguntas, não do que fica bonito num portfólio.



Render de produção da Maverick Frame.

A LISTA DE VISTAS

O pacote do anúncio, linha por linha

Um composto dos pacotes de anúncio que orçamos para vendedores de bens de consumo, a preços de estúdio de mercado. Parte de oito produtos vendidos em marketplaces e na sua própria loja. Escale pelo número de produtos; a ordem dos espaços continua a mesma.

ITEM	BASE	A PREÇO DE ESTÚDIO
01 Modelos dos produtos a partir de CAD ou amostras	8 x \$250	\$2.000
02 Imagens principais em fundo branco, pelas regras do marketplace	8 x \$90	\$720
03 Segundo ângulo e traseira em fundo branco	16 x \$70	\$1.120
04 A terceira imagem: produto em uso, num ambiente real	8 x \$450	\$3.600
05 Imagens de escala: o produto ao lado de objetos conhecidos	8 x \$200	\$1.600
06 Closes de detalhe e material	8 x \$150	\$1.200
07 Imagens limpas com espaço para infográficos	8 x \$120	\$960
08 Duas cenas de marca para a página da loja e anúncios	2 x \$600	\$1.200
09 Giros 360 dos três produtos principais	3 x \$300	\$900
Feito uma vez: oito modelos de produto		\$2.000
58 imagens e três giros		\$11.300

O pacote do anúncio, como composto	\$13.300
Cada produto acrescentado depois, anúncio completo	\$1.400

O nono produto custa \$1.400, completo.

Modelo, imagem principal, ângulos, uma imagem de ambientação, escala, detalhe e uma imagem limpa, tudo em cenas que já existem. Uma cor nova de um produto existente custa uma fração disso, porque só o material muda.

ERROS DO SEU LADO DA MESA

Seis frases que custam caro aos vendedores on-line

Estas vêm de briefings de bens de consumo que recebemos. Cada uma é compreensível, e cada uma desperdiça um espaço do anúncio ou dobra o trabalho.

O QUE VOCÊ COSTUMA ESCREVER

O QUE ESCREVER NO LUGAR

- | | | |
|----|--|---|
| 01 | Imagens de ambientação, como as da concorrência | Diga qual pergunta cada imagem precisa responder: uso, tamanho, material, o que vem na caixa. O estilo vem daí. |
| 02 | Imagem principal no padrão da Amazon | Cole as regras exatas de cada marketplace em que você vende. Elas diferem em fundo, recorte e quanto do quadro o produto ocupa. |
| 03 | Um modelo segurando o produto | Diga se uma mão ou uma pessoa é essencial. Mãos são possíveis, mas caras; um objeto de escala muitas vezes responde à mesma pergunta. |
| 04 | Todas as cores em todas as imagens | Escolha uma cor para as cenas de ambientação e mostre as outras em fundo branco. Trocas de cor em cena são uma linha à parte. |
| 05 | Acrescentamos nossos infográficos depois | Mande os argumentos agora. Imagens compostas com espaço para texto parecem projetadas; texto sobre uma foto poluída parece barato. |
| 06 | A embalagem vem depois | Mande as facas e a arte junto com os arquivos do produto. A embalagem é modelada como um produto e faz parte do mesmo pacote. |

Marketplaces mudam as regras.

Mantenha as cenas e os modelos arquivados. Quando um marketplace muda as regras de imagem, o pacote é renderizado de novo no novo recorte, e não fotografado do zero.

UMA PÁGINA

O que os vendedores realmente nos mandam

Os clientes cujos logos aparecem nas nossas páginas de serviço não mandam especificações. Para um pacote de anúncios, mandam algo parecido com isto, geralmente no corpo de um e-mail, e já basta para orçar.

01	Os produtos	Uma lista, com arquivos CAD ou amostras que possamos receber.
02	As cores	Qual lidera, e quais aparecem só em fundo branco.
03	Onde você vende	Cada marketplace e a sua loja, com as regras de imagem coladas.
04	Os espaços	O que cada imagem do anúncio precisa responder, em ordem.
05	Os ambientes	Quem usa o produto e onde, com duas ou três referências.
06	Os argumentos	Os três fatos que os seus infográficos precisam levar.
07	Embalagem	Facas e arte, se a caixa faz parte da venda.
08	A data	Quando os anúncios entram no ar, e se há uma data promocional logo atrás.
09	O orçamento	Por produto ou para a linha. Qualquer um basta para dimensionar.

Comece pelo mais vendido

Aprove primeiro o pacote completo de um produto. O resto da linha segue esse modelo, e cada anúncio parece vir de uma mesma marca.

Teste o terceiro espaço

Experimente duas imagens de ambientação no terceiro espaço e fique com a que performar melhor. Um render pode ser ajustado; uma sessão de fotos tem de ser repetida.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagem interna, avulsa	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animação, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Mande CAD, amostras e acabamentos

Arquivos CAD ou STEP, uma amostra física se o acabamento for difícil de ler, amostras ou códigos de acabamento, e o briefing que você tiver, do jeito que estiver. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que definem os dois, por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contatomaverickframe.com/contacts/

Cenas de produto com ambientaçãomaverickframe.com/pt-br/servicos/render-de-interiores/

Ou simplesmente

responda ao e-mail em que este guia chegou.

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é cofundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.