



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

Chi compra sulla carta decide su otto immagini. Ne ha pagate **ventidue.**

Un ordine tipico di prevendita per un intervento residenziale, prezzato immagine per immagine, e il set di otto immagini per la campagna, scaglionato dal lancio al cantiere, a 6.800 \$.

DA DOVE PARTIRE

Ventidue immagini. Otto fanno la vendita.

Chi compra sulla carta prenota una casa in cui non può entrare. Decide su una breve sequenza di immagini: l'edificio, dove sorge, la stanza in cui vivrebbe e la vista che avrebbe. Tutto il resto della brochure serve a rassicurare.

Quasi tutti gli ordini di prevendita sono scritti al contrario. I disegni dell'architetto elencano ogni prospetto, ogni tipologia di alloggio e ogni servizio comune, quindi lo fa anche l'ordine, e tutto viene commissionato prima del lancio in un colpo solo. Arrivano insieme venti o più immagini, gran parte non esce mai dalla cartella, e le due che l'acquirente chiede quando il prezzo è sul tavolo spesso non ci sono.

SU COSA SI COSTRUISCE L'ORDINE

SU COSA DECIDE L'ACQUIRENTE

01	Ogni prospetto di ogni edificio	Se sembra un posto in cui tornare a casa. Un'immagine hero, di giorno e al tramonto.
02	Ogni tipologia di alloggio, arredata	L'alloggio che sta prenotando. La tipologia che vende di più porta gli interni; le altre possono aspettare.
03	Ogni servizio comune della brochure	L'unico servizio che giustifica il prezzo al metro quadro.
04	Un film di lancio, ordinato con le immagini	La vista dal suo balcone e il percorso dalla strada alla porta di casa.

L'acquirente non compra l'architettura. Compra una mattina in quell'appartamento.

I prospetti rispondono alle domande dell'ufficio tecnico comunale. Soggiorno, camera e balcone rispondono a quelle dell'acquirente, e sono le immagini che l'ufficio vendite usa ogni giorno della campagna.



Rendering di produzione Maverick Frame.

IL PREVENTIVO

Cosa ordinano i costruttori, e cosa vende

Ecco un composito degli ordini di prevendita che vediamo per un intervento di circa 120 appartamenti in tre edifici, prezzato a tariffe da studio di fascia media. Ogni voce è una richiesta ragionevole. La seconda colonna registra cosa ha fatto ogni immagine una volta partita la campagna.

	ORDINATO PRIMA DEL LANCIO	NELLA CAMPAGNA	TARIFFA STUDIO
01	Esterno hero, giorno e tramonto (2)	ha venduto	1.100 \$
02	Vista aerea con il contesto (1)	ha venduto	600 \$
03	Ingresso e hall, corte con piscina (2)	ha venduto	1.050 \$
04	Soggiorno della tipologia più venduta (1)	ha venduto	550 \$
05	Altre quattro viste esterne, una per prospetto	inutilizzate	1.800 \$
06	Versioni notturne di due esterni	inutilizzate	900 \$
07	Soggiorni di altre quattro tipologie	usati una volta	2.000 \$
08	Cucine e bagni, tre viste	inutilizzate	1.200 \$
09	Palestra e lounge di co-working	inutilizzate	900 \$
10	Seconda vista aerea, dal masterplan	inutilizzata	600 \$
11	Un volo virtuale di 90 secondi	dopo il lancio	7.500 \$
12	Sei panorami 360 di un appartamento	troppo presto	3.000 \$
	Sei immagini che hanno venduto il lancio		3.300 \$
	Sedici immagini inutilizzate o usate una volta		7.400 \$
	Film e panorami, comprati prima che esistesse un appartamento campione		10.500 \$
	Due delle otto che vendono, mancanti, ordinate dopo con tariffa d'urgenza		+ 1.400 \$

Quanto ha pagato il costruttore**22.600 \$****Il set di otto immagini per la campagna, con un film breve****6.800 \$****Con 22.600 \$ ha comprato sei delle otto immagini che vendono.**

Le due mancanti erano la vista da un balcone e la camera matrimoniale della tipologia più venduta. Sono state ordinate di corsa a prenotazioni già aperte, con tariffa d'urgenza, da un modello già costruito per altre ventidue viste.

IL SET DELLA CAMPAGNA

Otto immagini, ordinate nell'ordine in cui vende

Commissioni il set a tappe, seguendo il calendario delle vendite, non in un unico ordine prima del lancio. Il modello si costruisce una volta per l'immagine hero, e ogni immagine successiva ne deriva in fretta e senza rimodellare.

FASE	IMMAGINE, E IL LAVORO CHE FA	COSTO
Prima del lancio	Esterno hero, di giorno. Cartellone di cantiere, banner sui portali e copertina della brochure. La ordini per prima, da sola.	550 \$
Prima del lancio	L'hero al tramonto. La stessa camera, con le luci accese. Vende la sera e regge sul cartellone.	550 \$
Prima del lancio	Vista aerea con il contesto. Il parco, la stazione, il mare: quanto vale l'indirizzo.	600 \$
Prenotazioni	Soggiorno della tipologia più venduta. La stanza che l'acquirente immagina per prima.	550 \$
Prenotazioni	Camera matrimoniale, stesso alloggio. La seconda domanda, una volta noto il prezzo.	500 \$
Prenotazioni	La vista da un balcone a un piano tipo. Ciò che paga la maggiorazione di piano.	500 \$
Prenotazioni	Ingresso e hall. Il percorso dalla strada alla porta di casa.	500 \$
Prenotazioni	Il servizio che fa il prezzo. Piscina, corte o terrazza sul tetto. Uno solo.	550 \$
Cantiere	Un film di 30 secondi dallo stesso modello. Tiene viva la campagna mentre in cantiere si vede solo una gru.	2.500 \$
Dopo, se serve	Una seconda tipologia. Solo quando una tipologia vende piano, mai prima.	500 \$ l'una

Otto immagini: 4.300 \$. Con il film: 6.800 \$.

Pagate lungo il calendario invece che prima del lancio. Se l'ufficio vendite ha uno schermo, tre panorami 360 dell'appartamento campione (circa 1.500 \$) possono sostituire il film nella fase di cantiere. Scegli un solo formato in movimento, non entrambi.



Rendering di produzione Maverick Frame.

L'UNICA PAGINA

Il brief per il lancio di un intervento

Per iniziare non serve una specifica. Mezza pagina come questa, spesso nel corpo di una mail, ci basta per prezzare il set della campagna e partire con l'immagine hero. Dica cosa vende e quando; lasci le camere a chi le imposta ogni giorno.

01	L'intervento	Una riga: edifici, numero di alloggi, luogo. Alleghi i disegni o il modello dell'architetto e indichi quale versione è aggiornata.
02	Il calendario delle vendite	Lancio, prenotazioni, avvio del cantiere, consegna. Scaglioniamo l'ordine su queste date.
03	L'acquirente	Prima casa, famiglie, chi cerca una casa più piccola o investitori. Decide l'alloggio e la luce.
04	L'alloggio che vende	La tipologia che pensa di vendere di più, o che ha più bisogno di vendere. Riceve gli interni.
05	La vista hero	Segnata sulla planimetria generale. Due minuti qui fanno risparmiare un round di revisione.
06	Il balcone	Da quale piano e in quale direzione guarda un acquirente tipo. Aiuta una foto col drone a quell'altezza.
07	Il servizio comune	Quello che giustifica il prezzo: piscina, corte o terrazza sul tetto.
08	Le finiture	Il capitolato o il moodboard dell'appartamento campione, anche se non definitivi.
09	Dove uscirà	Misure del cartellone, portali, brochure, schermo dell'ufficio vendite.
10	Il budget	Una cifra o una forbice. È la via più rapida verso un set su misura.

Alleggi ciò che esiste già

- ☐ I disegni o il modello dell'architetto, e il mix di alloggi con le superfici
- ☐ Il capitolato delle finiture o il moodboard dell'appartamento campione
- ☐ Foto col drone o del lotto, anche fatte con il telefono
- ☐ Nome dell'intervento, logo e impaginato della brochure, se l'agenzia li ha

Dica l'intento, non il dettaglio

Ci dica chi compra e quando lancia. Un brief che fissa ogni obiettivo e ogni altezza di camera viene preso alla lettera, e nelle immagini si vede.

Ci coinvolga prima del cartellone

Gli ordini più costosi arrivano dopo che un primo fornitore ha mancato il lancio. Ci mandi il brief finché il lancio è ancora una data in agenda.

QUANTO COSTA

Prezzi di mercato e condizioni, per verificare qualsiasi preventivo

Intervalli osservati sul mercato nel 2026, dal freelance allo studio. Li usi per verificare qualsiasi preventivo, compreso il nostro.

LAVORO COMMISSIONATO	FREELANCE	STUDIO
Immagine esterna, singola	100 \$ - 300	250 \$ - 600
Immagine interna, singola	120 \$ - 350	300 \$ - 700
Pacchetto, 5 - 8 viste	600 \$ - 1.500	1.500 \$ - 4.000
Animazione, al minuto	1.000 \$ - 3.000	3.000 \$ - 8.000

I nostri tempi e le condizioni di revisione standard. Sono quelli che indichiamo in preventivo, a meno che un progetto non richieda altro, e in quel caso lo diciamo prima di iniziare.

FASE O DELIVERABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Prima bozza di un'immagine	Da 3 a 5 giorni lavorativi da un brief completo
Immagini finali, pacchetto da 5 - 8	Da 2 a 3 settimane, bozze comprese
Animazione fino a un minuto	Da 4 a 6 settimane, prima storyboard e anteprima
Round di revisione inclusi	Due in fase di bozza, uno sull'immagine finale
Cosa conta come un round	Un unico elenco di commenti consolidato, inviato in una volta
Consegna urgente	Metà del tempo per circa il 40% in più, se il calendario lo consente

Scelga uno studio prima che la scadenza diventi un'emergenza

I progetti più costosi che vediamo non sono quelli con un brief scritto male. Sono quelli affidati nel panico, dopo che il primo fornitore ha fallito e la data di lancio non si è spostata. Valuti uno o due studi finché nulla è urgente.

Due parole sul lavoro in-house: un solo artista 3D ha bisogno di una decina di abbonamenti software, di una workstation e di una serie di competenze affini, dalla modellazione e l'illuminazione alla post-produzione e alla comunicazione con il cliente. Conviene solo se quella persona lavora a pieno ritmo ogni giorno. Al di sotto, i conti favoriscono da soli l'esternalizzazione.

IL PASSO SUCCESSIVO

Ci mandi quello che ha già

Piante, un modello, fotografie o una bozza di brief, nello stato in cui sono. Le risponderemo con perimetro, prezzo e le domande che li determinano, per iscritto e senza una chiamata commerciale.

Il modulo di contatto	maverickframe.com/contacts/
Rendering immobiliare	maverickframe.com/it/servizi/rendering-immobiliare/
Oppure, semplicemente,	risponda alla mail con cui ha ricevuto questa guida.

Scritta da chi legge questi brief

Dim Kuzmenko è co-fondatore di Maverick Frame Studio. Le cifre di questa guida vengono dalla nostra casella di posta e dal nostro listino, non da un sondaggio di settore.