



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Kupujący z planu patrzą na osiem obrazów. Płacisz za **dwadzieścia dwa.**

Typowe zamówienie na przedsprzedaż osiedla wycenione obraz po obrazie oraz ośmioobrazowy zestaw kampanii, rozłożony od startu sprzedaży do budowy, za 6 800 USD.

ZACZNIJ TUTAJ

Dwadzieścia dwa obrazy. Sprzedaje osiem.

Kupujący z planu rezerwuje mieszkanie, po którym nie może się przejść. Decyzję podejmuje na podstawie krótkiej serii obrazów: budynku, jego otoczenia, pokoju, w którym będzie mieszkać, i widoku z okna. Cała reszta folderu służy uspokojeniu.

Większość zamówień na przedsprzedaż pisze się odwrotnie. Rysunki architekta pokazują każdą elewację, każdy typ mieszkania i każde udogodnienie, więc zamówienie też, i wszystko zleca się naraz przed startem sprzedaży. Dwadzieścia albo więcej obrazów przychodzi razem, większość nigdy nie opuszcza folderu, a dwóch, o które kupujący pyta, gdy cena leży już na stole, często wśród nich nie ma.

WOKÓŁ CZEGO BUDUJE SIĘ ZAMÓWIENIE		O CZYM DECYDUJE KUPUJĄCY
01	Każda elewacja każdego budynku	Czy chce się tu wracać do domu. Jedno ujęcie główne, za dnia i o zmierzchu.
02	Każdy typ mieszkania, umeblowany	Mieszkanie, które rezerwuje. Wnętrza dostaje typ, który sprzedaje się najlepiej; reszta może poczekać.
03	Każde udogodnienie z folderu	To jedno udogodnienie, które uzasadnia cenę za metr kwadratowy.
04	Film na start sprzedaży, zamówiony razem z wizualizacjami	Widok z jego balkonu i drogę od ulicy do drzwi wejściowych.

Kupujący nie kupuje architektury. Kupuje poranek w tym mieszkaniu.

Elewacje odpowiadają na pytania urzędnika. Salon, sypialnia i balkon odpowiadają na pytania kupującego, i to po te obrazy dział sprzedaży sięga każdego dnia kampanii.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

FAKTURA

Co zamawiają deweloperzy, a co sprzedaje

Poniżej zestawienie złożone z zamówień na przedsprzedaż, jakie widzimy przy inwestycjach na około 120 mieszkań w trzech budynkach, wycenione po średnich stawkach rynkowych studia. Każda pozycja to rozsądna prośba. Druga kolumna pokazuje, co dany obraz zrobił, gdy ruszyła kampania.

	ZAMÓWIONE PRZED STARTEM	W KAMPANII	STAWKI STUDIA
01	Ujęcie główne, dzień i zmierzch (2)	sprzedawało	1 100 USD
02	Widok z lotu ptaka z lokalizacją (1)	sprzedawało	600 USD
03	Wejście i lobby, dziedziniec z basenem (2)	sprzedawało	1 050 USD
04	Salon najlepiej sprzedającego się typu (1)	sprzedawało	550 USD
05	Cztery kolejne kąty zewnętrzne, po jednym na elewację	nieużyte	1 800 USD
06	Wersje nocne dwóch ujęć zewnętrznych	nieużyte	900 USD
07	Salony czterech pozostałych typów mieszkań	użyte raz	2 000 USD
08	Kuchnie i łazienki, trzy ujęcia	nieużyte	1 200 USD
09	Siłownia i strefa coworkingu	nieużyte	900 USD
10	Drugi widok z lotu ptaka, kąt masterplanu	nieużyte	600 USD
11	90-sekundowy przelot kamery	po starcie	7 500 USD
12	Sześć panoram 360 jednego mieszkania	za wcześnie	3 000 USD
	Sześć obrazów, które sprzedały start		3 300 USD
	Szesnaście obrazów nieużytych albo użytych raz		7 400 USD
	Film i panoramy kupione, zanim powstało mieszkanie pokazowe		10 500 USD
	Brakujące dwa z ośmiu sprzedających, domówione ekspresowo		+ 1 400 USD

Ile zapłacił deweloper

22 600 USD

Ośmioobrazowy zestaw kampanii z krótkim filmem

6 800 USD

22 600 USD kupiło sześć z ośmiu obrazów, które sprzedają.

Zabrakło widoku z balkonu i sypialni głównej w najlepiej sprzedającym się typie. Zamówiono je w pośpiechu, gdy ruszyły rezerwacje, w trybie ekspresowym, z modelu zbudowanego już pod dwadzieścia dwa inne ujęcia.

ZESTAW KAMPANII

Osiem obrazów, zamawianych w rytmie sprzedaży

Zamawiaj zestaw etapami, zgodnie z harmonogramem sprzedaży, a nie jednym zleceniem przed startem. Model powstaje raz, przy ujęciu głównym, więc każdy kolejny obraz wychodzi z niego szybko i bez ponownego modelowania.

ETAP	OBRAZ I JEGO ZADANIE	KOSZT
Przed startem	Ujęcie główne, dzień. Wygrodzenie, baner na portalu i okładka folderu. Zamów je pierwsze, osobno.	550 USD
Przed startem	Ujęcie główne o zmierzchu. Ta sama kamera, z oświetleniem. Sprzedaje wieczór i dobrze wygląda na wygrodzeniu.	550 USD
Przed startem	Widok z lotu ptaka z lokalizacją. Park, stacja, morze: ile wart jest adres.	600 USD
Rezerwacje	Salon najlepiej sprzedającego się typu. Pokój, który kupujący wyobraża sobie najpierw.	550 USD
Rezerwacje	Sypialnia główna, to samo mieszkanie. Drugie pytanie, gdy cena jest już znana.	500 USD
Rezerwacje	Widok z balkonu na typowej wysokości. To za niego płaci się dopłatę za piętro.	500 USD
Rezerwacje	Wejście i lobby. Droga od ulicy do drzwi.	500 USD
Rezerwacje	Udogodnienie, które ustala cenę. Basen, dziedziniec albo taras na dachu. Jedno z nich.	550 USD
Budowa	30-sekundowy film z tego samego modelu. Napędza kampanię, gdy na placu widać tylko dźwig.	2 500 USD
Później, jeśli trzeba	Drugi typ mieszkania. Dopiero gdy jakiś typ sprzedaje się wolno, nigdy wcześniej.	500 USD za każdy

Osiem wizualizacji: 4 300 USD. Z filmem: 6 800 USD.

Płatne w rytmie harmonogramu, a nie przed startem. Jeśli w biurze sprzedaży jest ekran, trzy panoramy 360 mieszkania pokazowego (około 1 500 USD) mogą zastąpić film na etapie budowy. Wybierz jeden format ruchomy, nie oba.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

JEDNA STRONA

Brief na start sprzedaży inwestycji

Inwestycja taka jak ta powyżej nie zaczyna się od specyfikacji. Pół strony podobnej do tej, często w treści maila, wystarczy, żebyśmy wycenili zestaw kampanii i zaczęli od ujęcia głównego. Napisz, co sprzedajesz i kiedy; pracę kamery zostaw ludziom, którzy ustawiają ją na co dzień.

01	Inwestycja	Jedno zdanie: budynki, liczba mieszkań, lokalizacja. Dołącz rysunki albo model architekta i napisz, który komplet jest aktualny.
02	Harmonogram sprzedaży	Start, rezerwacje, rozpoczęcie budowy, odbiory. Pod te daty rozkładamy zamówienie.
03	Kupujący	Pierwsze mieszkanie, rodziny, osoby przenoszące się do mniejszego albo inwestorzy. Od tego zależą mieszkanie i światło.
04	Typ, który sprzedaje	Typ, który według ciebie sprzedaje się najlepiej albo najbardziej musi. On dostaje wnętrza.
05	Ujęcie główne	Zaznaczone na planie zagospodarowania. Dwie minuty tutaj oszczędzają rundę poprawek.
06	Balkon	Z którego piętra i w którą stronę patrzy typowy kupujący. Pomoże zdjęcie z drona na tej wysokości.
07	Udogodnienie	To jedno, które uzasadnia cenę: basen, dziedziniec albo taras na dachu.
08	Wykończenia	Standard wykończenia albo moodboard mieszkania pokazowego, nawet niegotowy.
09	Gdzie się pojawi	Rozmiar wyгородzenia, portale, folder, ekran w biurze sprzedaży.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najszybsza droga do dopasowanego zestawu.

Dołącz wszystko, co już istnieje

- ☐ Rysunki albo model architekta i zestawienie mieszkań z metrażami
- ☐ Standard wykończenia albo moodboard mieszkania pokazowego
- ☐ Zdjęcia z drona albo z placu budowy, nawet z telefonu
- ☐ Nazwę inwestycji, logo i układ folderu, jeśli agencja go ma

Cel zamiast detali

Napisz, kto kupuje i kiedy startujesz. Brief, który ustala każdy obiektów i wysokość kamery, zostaje wykonany dosłownie, i to widać na obrazach.

Umów nas przed datą wyгородzenia

Najdroższe zamówienia składa się wtedy, gdy pierwszy wykonawca już przegapił start. Przyślij brief, póki start jest jeszcze datą w kalendarzu.

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 USD - 300	250 USD - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	120 USD - 350	300 USD - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	600 USD - 1 500	1 500 USD - 4 000
Animacja, za minutę	1 000 USD - 3 000	3 000 USD - 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 osiedli	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-osiedli/
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.