



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

# Hotelu jeszcze nie ma. Dziewięć obrazów musi go **zapełnić.**

Zestaw obrazów przed otwarciem hotelu albo lokalu, wyceniony na 9 650 USD: które przestrzenie pokazać inwestorom, operatorowi i pierwszym gościom, a które pominąć.

ZACZNIJ TUTAJ

# Hotelu nie ma. Pokoje są w sprzedaży.

Hotel sprzedaje się trzy razy, zanim zamelduje się pierwszy gość. Inwestorzy i banki kupują pomysł, operator albo marka kupuje zgodność ze swoimi standardami, a pierwsi goście kupują pokój w serwisie rezerwacyjnym, który ma do pokazania tylko rendery. Każdy z nich decyduje na podstawie obrazów i każdy szuka w nich czegoś innego.

Większość briefów przed otwarciem ignoruje tę kolejność. Wymieniają każdą przestrzeń z rysunków architekta, od sali balowej po gabinety zabiegowe, i proszą o wszystko naraz, zwykle z długim filmem w pakiecie. Zestaw, który działa, jest krótszy i rozłożony na etapy: najpierw obrazy, które niosą argument inwestycyjny, potem te, które musi zaakceptować operator, na końcu te, które wypełniają system rezerwacji.

CO ZWYKLE WYMIENIA BRIEF

KTO TEGO POTRZEBUJE I KIEDY

|    |                                                            |                                                                                                                     |
|----|------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Każdy typ pokoju, umeblowany                               | Goście rezerwują pokój standardowy i dopłacają za apartament. Wyrenderuj te dwa typy; reszta dojdzie jako warianty. |
| 02 | Każdy lokal: restauracja, bar, kawiarnia, bar przy basenie | Jeden lokal, ten, który odwiedzą też ludzie spoza hotelu.                                                           |
| 03 | Sale konferencyjne, sala balowa, siłownia                  | Karta informacyjna operatora, chyba że to wydarzenia przynoszą przychód.                                            |
| 04 | Długi film na otwarcie                                     | Jeden krótki film z modelu wizualizacji albo 360 dwóch pokoi. Nie oba przed otwarciem.                              |

## Inwestor kupuje lokalizację. Gość kupuje widok z łóżka.

Widok z lotu ptaka i przyjazd budują argument inwestycyjny. Pokój, widok i basen wypełniają serwis rezerwacyjny. Obrazy pośrodku są dla operatora i jest ich mniej, niż sugeruje brief.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

FAKTURA

# Zestaw przed otwarciem, obraz po obrazie

Poniżej zestawienie złożone z zestawu przed otwarciem dla hotelu resortowego na około 90 pokoi z jedną restauracją, basenem i spa, wycenione po średnich stawkach rynkowych studia. Druga kolumna wskazuje, kogo dany obraz ma przekonać. Dla kawiarni, klubu albo obiektu sportowego zestaw jest krótszy, ale logika ta sama.

|    | OBRAZ                                                          | PRZEKONUJE        | STAWKI STUDIA  |
|----|----------------------------------------------------------------|-------------------|----------------|
| 01 | Widok z lotu ptaka z działką, brzegiem i drogą dojazdową       | inwestorów        | 600 USD        |
| 02 | Przyjazd o zmierzchu, od podjazdu                              | wszystkich trzech | 550 USD        |
| 03 | Lobby i recepcja, z poziomu oczu                               | operatora         | 600 USD        |
| 04 | Pokój standardowy, typ, który wypełnia hotel                   | gości             | 550 USD        |
| 05 | Apartament albo willa, typ, który podnosi stawkę               | inwestorów        | 650 USD        |
| 06 | Widok z pokoju, balkonu albo tarasu                            | gości             | 500 USD        |
| 07 | Restauracja sygnaturowa, w użyciu                              | operatora         | 600 USD        |
| 08 | Basen i taras, z ludźmi                                        | gości             | 550 USD        |
| 09 | Udogodnienie sygnaturowe: spa, kort do padla albo beach club   | gości             | 550 USD        |
| 10 | 45-sekundowy film z tego samego modelu                         | wszystkich trzech | 4 500 USD      |
|    | Dziewięć wizualizacji                                          |                   | 5 150 USD      |
|    | Jeden 45-sekundowy film                                        |                   | 4 500 USD      |
|    | Zamiast filmu: panoramy 360 pokoju standardowego i apartamentu |                   | albo 1 200 USD |

**Zestaw przed otwarciem** **9 650 USD**

**Ten sam hotel wyrenderowany tak, jak wymienia go zwykły brief** **29 050 USD**

**29 050 USD to brief, który renderuje każde pomieszczenie z rysunków.**

Dwadzieścia osiem wizualizacji zamiast dziewięciu (każdy typ pokoju i łazienki, trzy kolejne lokale, sale konferencyjne, siłownia i gabinet zabiegowy, dwa kolejne widoki z lotu ptaka, wersje nocne), 90-sekundowy film i osiem panoram. Trzy razy tyle, co zestaw powyżej, a żaden z dodatkowych obrazów nie jest tym, który wypełnia pokój.

## PRZESTRZEŃ PO PRZESTRZENI

# Co pokazać, a co pominąć

Przejdź z tą listą przez rysunki, zanim poprosisz o wycenę. Każdy wiersz wskazuje przestrzeń, sposób jej pokazania i to, kiedy może poczekać.

| PRZESTRZEŃ                       | POKAŻ JĄ TAK ALBO POMIŃ                                                                                                                                                                                |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 <b>Przyjazd</b>               | Pierwszy kadr, który oceniają operator i gość. Jeden widok od podjazdu o zmierzchu, oświetlony tak, jak budynek naprawdę będzie oświetlony.                                                            |
| 02 <b>Typy pokoi</b>             | Typ, który wypełnia hotel, i ten, który ustala średnią stawkę. Pozostałe typy to warianty tego samego modelu, wyceniane znacznie poniżej nowego ujęcia, i mogą dojść, gdy operator zaakceptuje układy. |
| 03 <b>Widok z pokoju</b>         | Często to on jest powodem rezerwacji. Kadruj go z łóżka albo z tarasu, z prawdziwą orientacją i prawdziwym horyzontem.                                                                                 |
| 04 <b>Gastronomia</b>            | Jeden lokal, pokazany w użyciu, o porze, w której zarabia. Bar przy basenie i kawiarnia w lobby to wiersze w karcie informacyjnej.                                                                     |
| 05 <b>Udogodnienia</b>           | To, od którego zależy stawka: basen, spa, kort do padła albo plaża. Siłownia rzadko potrzebuje własnego obrazu.                                                                                        |
| 06 <b>Widok z lotu ptaka</b>     | Jeden, dla inwestorów i dla opowieści o lokalizacji, z drogą dojazdową i tym, co jest w zasięgu.                                                                                                       |
| 07 <b>Film albo 360</b>          | Jeden format ruchomy przed otwarciem: krótki film do prezentacji i social media albo 360 dwóch pokoi do serwisu rezerwacyjnego.                                                                        |
| 08 <b>Konferencje i zaplecze</b> | Zostaw je pakietowi technicznemu operatora, chyba że to wydarzenia przynoszą przychód.                                                                                                                 |
| 09 <b>Kolejność</b>              | Obrazy dla inwestorów przed rundą finansowania, dla operatora przed akceptacją marki, dla gości przed otwarciem rezerwacji.                                                                            |



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

## JEDNA STRONA

# Brief dla hotelu, który jeszcze nie działa

Żeby zacząć, nie potrzebujesz specyfikacji. Przy obiekcie takim jak ten powyżej pół strony podobnej do tej, często w treści maila, wystarczy, żebyśmy wycenili zestaw i zaczęli od przyjazdu. Napisz, kto następny musi powiedzieć tak i kiedy; pracę kamery zostaw ludziom, którzy ustawiają ją na co dzień.

|    |                       |                                                                                                               |
|----|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Projekt               | Jedno zdanie: hotel, resort, kawiarnia albo klub, liczba pokoi, lokale. Dołącz rysunki albo model architekta. |
| 02 | Kto następny mówi tak | Inwestorzy, bank, operator marki albo pierwsi goście. Od tego zależy, od czego zaczyna się zestaw.            |
| 03 | Data, która się liczy | Spotkanie w sprawie finansowania, akceptacja marki albo dzień otwarcia rezerwacji.                            |
| 04 | Pozycjonowanie        | Marka operatora albo gość, dla którego budujesz, i stawka, jakiej się spodziewasz.                            |
| 05 | Dwa typy pokoi        | Typ, który wypełnia hotel, i ten, który ustala stawkę.                                                        |
| 06 | Koncepcja wnętrz      | Moodboardy projektanta i zestawienie FF&E, nawet niegotowe.                                                   |
| 07 | To jedno udogodnienie | Basen, spa, kort do padla albo beach club. To, od którego zależy stawka.                                      |
| 08 | Gastronomia           | Lokal, który goście zapamiętają, i pora, gdy jest w nim najwięcej ludzi.                                      |
| 09 | Format ruchomy        | Krótki film albo 360 i miejsce, w którym się pojawi.                                                          |
| 10 | Budżet                | Kwota albo przedział. To najszybsza droga do dopasowanego zestawu.                                            |

**Dołącz wszystko, co już istnieje**

- ☐ Rysunki albo model architekta i zestawienie pokoi
- ☐ Moodboardy i materiały projektanta wnętrz
- ☐ Zdjęcia działki albo z drona, nawet z telefonu
- ☐ Wytyczne marki operatora, jeśli umowa jest podpisana

**Brief o gościu, nie o budynku**

Napisz, kto się zatrzyma i ile zapłaci. Brief, który ustala każdy obiektów i wysokość kamery, zostaje wykonany dosłownie, i to widać na obrazach.

**Umów nas przed datą finansowania**

Najdroższe zamówienia składa się wtedy, gdy pierwszy wykonawca już nie zdążył z prezentacją. Przyślij brief, póki spotkanie 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 | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a>                                                   |
| Hotelarstwo          | <a href="https://maverickframe.com/pl/rozwiwania/wizualizacje-hoteli/">maverickframe.com/pl/rozwiwania/wizualizacje-hoteli/</a> |
| 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.