



دليل عملي / إصدار 2026

اثنا عشر سؤالاً قبل أن تتوزع إطلاقكم على خمسة موردين.

اطرحوها قبل التعاقد مع وكالة لتسويق المشاريع العقارية أو استوديو CGI لإطلاق مشروعكم. الشريك الجدير بالتعاقد يجب عنها جميعاً في رسالة واحدة، والشريك الخطأ يصمت حين تسألونه من ينفذ صور الرندر للهوية التي يصممها.

ابدؤوا من هنا

كل إخفاق كان واضحًا قبل أن توقعوا

نادرًا ما يفشل إطلاق مشروع عقاري بسبب ملف الأعمال، فلدى كل وكالة كتيب أنيق وصورة رندر عند الغسق. إنما يفشل بسبب الأمور الخمسة أدناه، وكان يمكن رصد كل واحد منها في الرسالة الأولى، لو طرح أحد السؤال.

ما تكشفونه في الأسبوع الثاني

ما وعدت به مكالمة المبيعات

01	«خدمة متكاملة، بالطبع»	تأتي الهوية من الوكالة، وصور الرندر من مستقل، والموقع الإلكتروني من استوديو ويب، فتجدون أنفسكم تنسّقون بين الثلاثة.
02	«الهوية جاهزة»	اعتمد الشعار على صفحة بيضاء، ولم يجربه أحد على لوحة سياج الموقع أو لافتة مركز المبيعات أو ترويسة الموقع الإلكتروني إلا بعد فوات أوان تغييره.
03	«ستطابق صور الرندر الهوية»	يعتمد استوديو CGI إضاءته الخاصة للمنازل، فيعرض الكتيب والموقع الإلكتروني ولوحات السياج ثلاثة مشاريع مختلفة قليلًا.
04	«سيكون الموقع جاهزًا مع الإطلاق»	يطلق الموقع من دون مخططات الوحدات أو الوحدات المتاحة أو نموذج يصل إلى فريق مبيعاتكم، فترسل الحملة الأولى المشتريين إلى صفحة كتيب.
05	«سيكون كل شيء جاهزًا للإطلاق»	يُفتتح مركز المبيعات بمطبوعات مؤقتة، لأن صور الرندر وصلت بعد الموعد النهائي للتجهيز. ولا يتغير موعد الإطلاق.

أنتم لا تختارون ملف أعمال، بل تختارون من يمسك بزمام الإطلاق كله.

الأسئلة الاثنا عشر في الصفحتين التاليتين تختبر طريقة العمل. كل سؤال يقابل أحد الإخفاقات أعلاه، ولكل منها إجابة يمكنكم التحقق منها.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع فلل: خطة الإطلاق والتموضع على طاولة واحدة.

الاختبار، الجزء الأول

الأسئلة من 1 إلى 6:

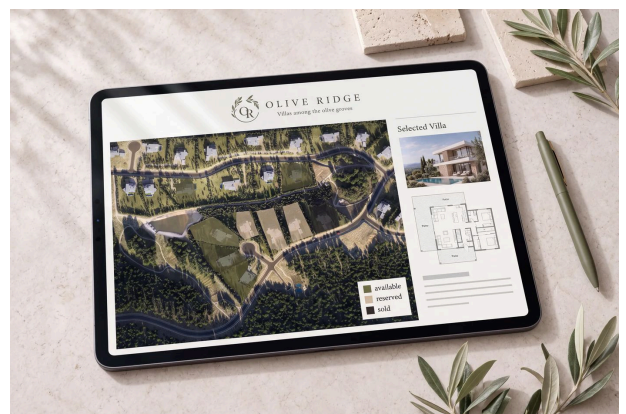
المخططات والخيارات والموعد

أرسلوها كما هي. أنتم لا تبحثون عن الحماس، بل عن أرقام وأسماء وتواريخ. والإجابات المبهمة إجابة أيضًا.

اسألوا هذا	الإجابة الجيدة تبدو هكذا	انسخوها إذا كان الجواب
1. ماذا تحتاجون منا لتبدأوا، وهل يمكنكم البدء قبل اعتماد المخططات نهائيًا؟	مخطط الموقع، ونموذج الكتلة أو المخططات، وتوزيع الوحدات، والفئة التي تستهدفها المنازل. ويمكن بدء التموضع والاسم قبل تثبيت التصميم.	«عودوا إلينا حين يكتمل التصميم.»
2. من يعمل على التموضع والاسم، وكيف يُتحقق من الاسم؟	أسماء مقترحة مع مبرراتها، يُتحقق من توافر نطاقها الإلكتروني وحساباتها على وسائل التواصل، مع ترك فحص العلامة التجارية لمستشاركم القانوني.	«اخترنا واحدًا من هذه القائمة.»
3. هل سنختبر الهوية على مواد إطلاق حقيقية قبل الاعتماد؟	تُعرض على لوحة سياج الموقع وترويسة الموقع الإلكتروني وغلاف الكتيب ولافتة مركز المبيعات قبل أن تعتمدها.	شعار على صفحة بيضاء فقط.
4. هل ننقذ صور الرندر الفريق نفسه الذي يصمم الهوية؟	نعم، بألوان الهوية وإضاءتها، ومن نموذج 3D واحد للمشروع؛ أو شريك محدد بالاسم يعمل وفق دليل الهوية.	«نشتري صور الرندر من مكان ما.»
5. متى نرى الأسماء الأولى وأول صورة رندر وأول صفحة ويب، محسوبةً من اكتمال الموجز؟	عدد أيام عمل لكل منها، مع تحديد معنى «مكتمل».	«في أقرب وقت ممكن»، أو لا رقم على الإطلاق.
6. كم جولة مراجعة للاسم والهوية وصور الرندر والموقع الإلكتروني؟	عدد ثابت لكل عنصر، مع تحديد ما يُحتسب جولة واحدة.	«تعديلات غير محدودة.»

لماذا السؤالان 3 و4 هما الأهم

يلتقي المشتري مشروعكم على لوحة السياج والموقع الإلكتروني والكتيب وفي مركز المبيعات قبل الزيارة الأولى. فإذا جاءت الهوية والمرئيات من فريقين مختلفين، عرض كل منهما مشروعًا مختلفًا قليلًا. وكلا السؤالين يُحسم قبل بدء أي عمل.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع قلل: أداة لاختيار القلل تُظهر القطع المتاحة والمحجوزة والمباعة.

الاختبار، الجزء الثاني

الأسئلة من 7 إلى 12: المرافق والتراخيص والأفلام والملفات

اسألوا هذا	الإجابة الجيدة تبدو هكذا	انسحبوا إذا كان الجواب
7. هل سيعرض الموقع الإلكتروني الوحدات المتاحة ومخططاتها، وإلى أين تذهب الاستفسارات؟	أداة لاختيار الشقق أو الفلل، ومخططات الوحدات، وجولة، ونموذج استفسار مرتبط بنظام CRM لديكم، إضافة إلى صفحة هبوط لكل حملة.	«موقع تعريفي، ونضيف النماذج لاحقًا.»
8. ماذا يحصل عليه الوسطاء والمستثمرون؟	عرض مبيعات للوسطاء، وعرض تقديمي للمستثمرين، والكتيب، وتنسيق قائمة الأسعار، بصيغ مطبوعة ورقمية.	«ملف PDF للكتيب يكفي الجميع.»
9. هل يمكنكم تصميم مركز المبيعات ومحتواه؟	المفهوم الداخلي، والفيلم والجولة لشاشاته، والمطبوعات الكبيرة، وأداة اختيار على شاشة لمسية. ويتولى مقالكم التنفيذ والتجهيز وفق التصميم.	«أرسلوا المطبوعات إلى المطبعة.»
10. ما صيغ الحملة التي تسلمونها، ومن يدير ميزانية الإعلانات؟	منشورات التواصل الاجتماعي ومقاطع Reels ومقاسات الإعلانات واللوحات الطرفية ولوحات السياج بصيغ ختكم الإعلامية. وتبقى الميزانية لدى وكالتكم الإعلامية أو فريقكم الداخلي.	التصاميم وشراء الوسائط الإعلانية بأتعاب واحدة من دون تفصيل.
11. ماذا يحدث إذا تغيّر التصميم أو الأسعار بعد الإطلاق؟	تُحدّث الملفات ونموذج 3D ولا يُعاد بناؤها، وتكّلف المرحلة التالية أقل من الأولى.	كل تعديل يُسعّر مشروعًا جديدًا.
12. من سيعمل على مشروعنا بالتحديد، وهل يُسند أي جزء لطرف آخر؟	أدوار محددة بالاسم في الفريق، واتفاقية عدم إفصاح قبل تسليم المخططات، ولا نشر دون موافقة.	«شيكتنا»، أو تردد، أو صمت.

6 - 0

انسحبوا، مهما بدا ملف الأعمال قويًا

9 - 7

اطلبوا مشهدًا تجريبيًا مدفوعًا قبل الالتزام بالمجموعة

12 - 10

إجابات جيدة: تعافدوا، واطلبوا تحديد موعد المسودة الأولى كتابةً

السؤال الذي تتهرب منه الاستوديوهات أكثر من غيره هو رقم 12

الإنسان إلى أطراف أخرى شائع وليس سيئًا دائمًا، المشكلة في إخفائه. يجب ألا يصل مشروع لم يُموّل أو يُطلق بعد إلى أشخاص لم توقّعوا معهم اتفاقية عدم إفصاح، ولا يمكن تصحيح كتيب خاطئ على يد فريق لا يُسمح لكم بالتحدث إليه.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع فلل: مركز المبيعات بمجسم للمشروع وشاشة لعرض الفيلم.

أرسلوها

رسالة واحدة، ثلاثة استوديوهات، يوم واحد

انسخوا الرسالة أدناه، واملأوها ما بين الأقواس، وأرسلوها إلى ثلاثة استوديوهات في اليوم نفسه. قارنوا الردود جنبًا إلى جنب: الفروق تظهر في الإجابة الأولى، لا في ملف الأعمال.

الرسالة التي ترسلونها

01	الموضوع	حزمة إطلاق لـ[المشروع]: طلب عرض سعر واثنًا عشر سؤالًا
02	السطر 1	نعتزم إطلاق [مبنى شقق / مجتمع قلل / مجمع بغرض التأجير / مساكن ذات علامة تجارية] يضم [عدد] وحدة في [المدينة]، ومن المقرر بدء البيع في [التاريخ]، ونحتاج إلى [الاسم والهوية / صور الرندر والفيلم / الموقع الإلكتروني / الإطلاق بالكامل].
03	السطر 2	نرفق لكم، أو نرسل بعد توقيعكم اتفاقية عدم الإفصاح الخاصة بنا: مخطط الموقع، والمخططات أو نموذج الكتلة، وتوزيع الوحدات، وما أنجز حتى الآن.
04	السطر 3	يُرجى الإجابة عن الأسئلة الاثني عشر أدناه بأرقام وأسماء، لا بنطاقات.
05	السطر 4	الصقوا الأسئلة من 1 إلى 12 من الصفحتين 03 و04.
06	السطر 5	ستتخذ قرارنا خلال أسبوع من استلام الردود الثلاثة.

بماذا نجيب نحن

تجدون مددنا الزمنية وشروطنا لصور الرندر والأفلام في الصفحة التالية. أما الهوية والموقع الإلكتروني ومواد الإطلاق فتُسَعَّر لكل مشروع، بالصيغة نفسها.

ما تشترك فيه الردود الجيدة

تكون قصيرة، وتجبب بأيام العمل، وتحدد من يصمم الهوية ومن ينقذ صور الرندر، وتعرض اتفاقية عدم إفصاح، وتطرح عليكم سؤالًا أو سؤالين عن المشتري وموعد البيع.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع قلل: لوحات سياج موقع البناء بحملة الإطلاق.

التكلفة

أسعار السوق وشروطنا، لتتحقق من أي عرض سعر

نطاقات نرصدها في السوق خلال عام 2026، من المستقل إلى الاستوديو. استخدمها للتحقق من أي عرض سعر، بما في ذلك عرضنا.

العمل المكلف به	مستقل	استوديو
صورة خارجية واحدة	\$100 - 300	\$250 - 600
صورة داخلية واحدة	\$120 - 350	\$300 - 700
حزمة من 5 إلى 8 لقطات	\$600 - 1,500	\$1,500 - 4,000
رسوم متحركة، للدقيقة	\$1,000 - 3,000	\$3,000 - 8,000

هذه مدد التسليم وشروط التعديل المعتادة لدينا. نعتمدها في عروض الأسعار ما لم يتطلب المشروع غير ذلك، وحينها نوضح الأمر قبل بدء العمل.

المعيار لدى MAVERICK FRAME

المرحلة أو المخرج

المسودة الأولى للصورة الثابتة	من 3 إلى 5 أيام عمل من استلام موجز مكتمل
صور نهائية، حزمة من 5 إلى 8	من 2 إلى 3 أسابيع، بما فيها المسودات
رسوم متحركة حتى دقيقة واحدة	من 4 إلى 6 أسابيع، تبدأ بلوحة القصة والمعاينة
جولات التعديل المشمولة	جولتان في مرحلة المسودة، وجولة واحدة على الصورة النهائية
ما الذي يُحتسب جولة	قائمة ملاحظات واحدة موحدة تُرسل دفعة واحدة
التسليم العاجل	نصف المدة مقابل زيادة نحو 40%، متى سمح الجدول بذلك

اختر الاستوديو قبل أن يحترق الموعد النهائي

ليست المشاريع الأعلى كلفة التي نراها تلك التي جاء موجزها ضعيفاً، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قِيم استوديو أو اثنين ما دام لا شيء عاجلاً.

ملاحظة عن الفريق الداخلي: يحتاج فنان واحد إلى نحو عشرة اشتراكات برمجية ومحطة عمل ومجموعة من المهارات المجاورة، من النمذجة والإضاءة إلى المعالجة اللاحقة والتواصل مع العملاء. ولا يُؤتي ذلك ثماره إلا إذا كان هذا الشخص مشغولاً كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يرفع الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

أرسلوا إلينا ما لديكم بالفعل

المخططات أو نموذج ثلاثي الأبعاد أو صور فوتوغرافية أو مسودة موجز، في أي حالة كانت. سنرد عليكم بنطاق عمل وسعر والأسئلة التي تحددهما، كتابةً ومن دون مكالمات مبيعات.

maverickframe.com/contacts/	نموذج التواصل
maverickframe.com/ar/solutions/real-estate-marketing/	تسويق المشاريع العقارية
رُدّ على الرسالة التي وصلك فيها هذا الدليل.	أو ببساطة

كتبه من يقرؤون هذه الموجزات

يشغل Dim Kuzmenko منصب الشريك المؤسس في Maverick Frame Studio. الأرقام الواردة في هذا الدليل مصدرها بريدنا الوارد وقائمة أسعارنا، لا استطلاع قطاعي.