

اثنا عشر سؤالاً قبل أن تُثبَّت التجهيز مخطط المحل.

اطرحوها قبل التعاقد مع استوديو لتصميم المحلات التجارية أو تصوّرها. الاستوديو الجدير بالتعاقد يجب أن يجيب عن الأسئلة الاثني عشر في رسالة واحدة. أما الاستوديو الخطأ فيصمت حين تسألون: وحدات عرض مَن في المخطط؟

ابدؤوا من هنا

كل إخفاق كان واضحًا قبل التوقيع

نادرًا ما تفشل مشاريع المحلات بسبب عرض الأعمال. فلدى كل استوديو بوتيك متألق وكاونتر من الرخام. إنما تفشل في النقاط الخمس أدناه، وكان من الممكن كشف كل واحدة منها في الرسالة الأولى لو سأل عنها أحد.

ما تكشفونه بعد التوقيع

ما وعد به الاتصال البيعي

01 «أرسلوا لنا التصميم ونحوّله إلى رندر»

عندكم وحدة فارغة ودليل هوية، لا تصميم. لا أحد في الفريق مسؤول عن فكرة المحل، فينتظر الرندر قرارات لا يتخذها أحد.

02 «صور جميلة لخطّة العمل»

يسأل البنك كيف سيبيع المحل ولماذا تناسب الفكرة الشارع. والصور تُظهر أجواءً، لا مشروعًا تجاريًا.

03 «موّرد وحدات العرض أعدّ مخطّطًا مجانيًا»

المخطّط مبني حول رفوف موّرد واحد وكتالوج. أما مسار العميل وغرف القياس والعلامة التجارية فتأتي في المرتبة الثانية.

04 «المول سيفهم المخططات»

مالك العقار ومنسّق المستأجرين في المول ومقاول التجهيز يقرأ كل منهم رسمًا مختلفًا، ويجد كل منهم مشكلة مختلفة.

05 «سنصوّر المحل عند افتتاحه»

حملة الافتتاح ولقطات واجهة العرض الترويجية ومنشورات التواصل الاجتماعي تبدأ قبل فتح الأبواب بأسابيع. لا يوجد ما يُصوّر، فتنتقل الحملة بصور أرشيفية جاهزة.

أنتم لا تختارون عرض أعمال. أنتم تختارون من يقرر شكل المحل.

الأسئلة الاثنا عشر في الصفحتين التاليتين تختبر ذلك تحديدًا. كل سؤال يقابل أحد الإخفاقات أعلاه، ولكل منها إجابة تستطيعون التحقق منها.



صور رندر لتصميم محلات تجارية من Maverick Frame: مخطط محل من الأعلى وبوتيك أزياء.

الاختبار، الجزء الأول

الأسئلة من 1 إلى 6: التصميم والمخطط

أرسلوها كما هي. لا تبحثوا عن الحماس، بل عن الأسماء والملفات وأيام العمل. والإجابة المبهمة إجابة أيضًا.

انسحبوا إذا

الإجابة الجيدة تبدو هكذا

اسألوا هذا

1. لدينا وحدة ودليل هوية، لا تصميم. من يطور فكرة المحل؟	«نحن»: الفكرة والمخطط والخامات ووحدات العرض ونظرة أولى على صالة البيع، نراجعها معكم قبل أي رندر نهائي.	«أرسلوا لنا رسومات مصمّمكم.»
2. كيف تخططون مسار العميل والمناطق والكاشير؟	المدخل والمناطق وغرف القياس ومنطقة الكاشير والمستودع، تتحول إلى مخطط ثلاثي الأبعاد تستطيعون التجوّل فيه.	«نضع وحدات العرض حيث تبدو جميلة.»
3. وحدات عرض من وستاندات من في المخطط؟	مخطط محايد تجاه الموردّين افتراضيًا، أو وحدات مقابل التجهيز أو مصنّع الستاندات الذي اخترتموه من ملفات CAD الخاصة به.	موردّ واحد فقط، بلا سبب.
4. هل تصمّمون الواجهة واللوحة وواجهات العرض أيضًا؟	الواجهة واللوحة وواجهات العرض والتصميم الداخلي داخل النموذج نفسه، لا كأعمال منفصلة.	«الواجهة الخارجية ليست من شأننا.»
5. ماذا ستحتاجون من معماريّنا أو مقابل التجهيز، وما الذي لا تقومون به؟	تقسيم واضح: نحن نصمّم ونصوّر، ومعماريتكم أو مقابل التجهيز يُصدر الرسومات التنفيذية وملف الترخيص.	«نقوم بكل شيء»، بما في ذلك الرسومات المختومة.
6. كم جولة تصميم قبل الرندر النهائي؟	عدد محدد، وما الذي يُحتسب جولة واحدة، ومتى تبدأ التعديلات بكلفة إضافية.	«بلا حدود» أو لا رقم إطلاقًا.

السؤالان 1 و3 يحسمان معظم المشاريع

إن لم يكن أحد مسؤولاً عن الفكرة، ينتظر كل رندر قرارًا. وإن كان المخطط ملكًا لموردّ واحد، فأنتم تشترون رفوفه قبل أن تختاروها. احصلوا على الإجابتين كتابةً.



صور رندر لتصميم محلات تجارية من Maverick Frame: واجهة محل وكاونتر مستحضرات تجميل.

الاختبار، الجزء الثاني

الأسئلة من 7 إلى 12: المال والإطلاق والفريق

اسألوا هذا	الإجابة الجيدة تبدو هكذا	انسحبوا إذا
7. ما اللقطات التي تدخل خطة العمل والعرض التقديمي للمستثمرين؟	الواجهة وصالة البيع ووحدة العرض الرئيسية: اللقطات التي تجعل الخطة مقنعة للبنك أو لشريك الامتياز.	«أي شيء يبدو أجمل.»
8. ماذا يحصل عليه مالك العقار والمول ومقاول التجهيز؟	لقطات للواجهة واللوحات والمخطط من النموذج نفسه، منقذة وفق معايير تصميم المول، بأبعاد يستطيع مقاول التجهيز تسعيرها.	صور جميلة بلا مخطط وراءها.
9. هل نستطيع بدء التسويق قبل بناء المحل؟	منشورات لوسائل التواصل، وتصاميم إعلانية، ولقطة تشويقية لواجهة العرض، وفيديو ترويجي قصير، كلها من نموذج التصميم.	«انتظروا جلسة التصوير.»
10. متى نرى أول مخطط وأول رندر، بدءًا من موجز مكتمل؟	عدد أيام عمل لكل منهما، وما معنى «مكتمل».	«في أقرب وقت ممكن» أو لا رقم إطلاقًا.
11. ماذا يحدث إذا تغير التصميم بعد الاعتماد؟	يُحدَّث النموذج ولا يُعاد بناؤه، وتعرفون سعر التعديل قبل تنفيذه.	«نبدأ المشهد من جديد.»
12. من سيعمل على محلنا تحديدًا، وهل يُسند أي جزء لجهة أخرى؟	أدوار مسماة في فريق الاستوديو نفسه، أو «نعم، التحريك» بصراحة مع السبب.	«شبكة»، أو توقف، أو صمت.

6 - 0

9 - 7

12 - 10

انسحبوا، مهما كان عرض الأعمال قويًا

اطلبوا لقطة فكرة مدفوعة قبل إسناد المجموعة كاملة

إجابات جيدة: تعاقبوا واطلبوا موعد المخطط كتابة

السؤال الذي تتهرب منه الاستوديوهات أكثر من غيره هو رقم 12

إسناد العمل لجهة أخرى شائع وليس سيئًا دائمًا. المشكلة في إخفائه، لأن أحدًا لا يستطيع تصحيح واجهة رفضها مالك العقار مع فريق لا يُسمح لكم بالتحدث إليه. اسألوا بوضوح ولاحظوا كم تستغرق الإجابة.



صور رندر لتصميم محلات تجارية من Maverick Frame: جزيرة عرض في متجر مؤقت وركن في صالة عرض للإضاءة.

أرسلوها

رسالة واحدة، ثلاثة استوديوهات، يوم واحد

لا تحتاجون إلى مكالمات لإجراء الاختبار. انسخوا الرسالة أدناه، وأرفقوا ما عندكم من مواد، وأرسلوها في الوقت نفسه إلى الاستوديوهات الثلاثة في قائمتكم المختصرة. تصل الردود خلال يوم عمل، ويتضح الفرق عادةً من الفقرة الثانية.

الرسالة المطلوب إرسالها

01	الموضوع	تصميم محل تجاري وتصوّره لـ [اسم المحل أو العنوان]، عرض سعر واثنًا عشر سؤالاً
02	السطر 1	نفتتح [بوتيكًا / متجرًا رئيسيًا / صالة عرض / متجرًا مؤقتًا] بمساحة نحو [المساحة] في [المدينة أو المول] ونحتاج إلى [فكرة ومخطط / صور زندر / حزمة إطلاق] قبل [التاريخ].
03	السطر 2	مرفق: مخطط الوحدة، وصور للمساحة، ودليل هوية علامتنا، ومعايير التصميم الخاصة بالمول إن وُجدت، ومجلات تعجبنا.
04	السطر 3	يُرجى الإجابة عن الأسئلة الاثني عشر أدناه بالأسماء وأيام العمل، لا بالنطاقات.
05	السطر 4	الصقوا الأسئلة من 1 إلى 12 من الصفحتين 03 و04.
06	السطر 5	ستتخذ القرار خلال أسبوع من تلقي الردود الثلاثة.

ما سنجيب به نحن

أرقامنا في الصفحة التالية، بالصيغة نفسها، لتقيّمونا بالاختبار نفسه.

ما تشترك فيه الردود الجيدة

إنها قصيرة. تجيب بأيام العمل، وتحدد من يصمّم الفكرة، وتسألكم سؤالاً أو سؤالين عن عملائكم والميزانية وموعد الافتتاح.



صور زندر لتصميم محلات تجارية من Maverick Frame: محل أزياء وستاند عرض لعلامة تجارية.

التكلفة

أسعار السوق وشروطنا، لتتحققوا من أي عرض سعر

نطاقات نرصدها في السوق خلال عام 2026، من المستقل إلى الاستوديو. استخدموها 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.

المرحلة أو المخرج	المعيار لدى MAVERICK FRAME
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 موحّدة تُرسل دفعة واحدة
التسليم العاجل	نصف المدة مقابل زيادة نحو 40%، متى سمح الجدول بذلك

اختاروا الاستوديو قبل أن يداهمكم الموعد النهائي

ليست المشاريع الأعلى كلفة التي نراها تلك التي جاء موجزها ضعيفًا، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قَيِّمُوا استوديو أو اثنين ما دام الأمر غير عاجل.

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 مشغولًا كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يَرْجَح الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

أرسلوا لنا مخطط الوحدة وهوية العلامة

مخطط الوحدة، أو صور المساحة الفارغة، أو دليل هوية العلامة، أو مجرد بضعة أسطر عن المحل الذي تريدون افتتاحه، أيًا كانت حالتها. نرد برسالة مكتوبة تتضمن النطاق والسعر والأسئلة التي تحددهما، ومن دون مكالمات بيعية.

نموذج التواصل	maverickframe.com/contacts/
تصميم المحلات التجارية مع تصوّر ثلاثي الأبعاد	maverickframe.com/ar/solutions/retail-design/
أو ببساطة	رُدّوا على الرسالة التي وصلكم فيها هذا الدليل.

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.