



GUIDA PRATICA / EDIZIONE 2026

## Dodici domande prima di dividere il lancio tra cinque fornitori.

Le faccia prima di firmare con un'agenzia di marketing immobiliare o con uno studio CGI per il Suo lancio. Un partner valido risponde a tutte e dodici in una mail. Quello sbagliato tace quando Lei chiede chi realizza i rendering per il marchio che ha progettato.

## DA QUI SI PARTE

# Ogni errore si vedeva prima della firma

I lanci immobiliari raramente falliscono sul portfolio. Ogni agenzia ha una brochure patinata e un render al tramonto. Falliscono sui cinque punti qui sotto, e ognuno si poteva notare già dalla prima mail, se qualcuno avesse fatto le domande giuste.

## COSA HA PROMESSO LA CALL COMMERCIALE

## COSA SCOPRE ALLA SECONDA SETTIMANA

|    |                                        |                                                                                                                                                                                                            |
|----|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | «Servizio completo, naturalmente»      | Il marchio arriva dall'agenzia, i rendering da un freelance, il sito da una web agency. Alla fine li coordina Lei, tutti e tre.                                                                            |
| 02 | «Il marchio è pronto»                  | Il logo è stato approvato su una pagina bianca. Nessuno l'ha provato su un telo di cantiere, sull'insegna dell'ufficio vendite o sull'intestazione del sito finché non è stato troppo tardi per cambiarlo. |
| 03 | «I rendering rispetteranno il marchio» | Lo studio CGI illumina le case a modo suo. Brochure, sito e telo di cantiere mostrano tre progetti leggermente diversi.                                                                                    |
| 04 | «Il sito andrà online con il lancio»   | Va online senza planimetrie, disponibilità o un modulo che arrivi alla Sua rete vendita, e la prima campagna porta gli acquirenti su una semplice pagina-brochure.                                         |
| 05 | «Sarà tutto pronto per il lancio»      | L'ufficio vendite apre con stampe provvisorie, perché i rendering sono arrivati dopo la scadenza dell'allestimento. La data di lancio non si sposta.                                                       |

## Non sta scegliendo un portfolio. Sta scegliendo chi tiene insieme il lancio.

Le dodici domande delle prossime due pagine mettono alla prova il processo. Ognuna corrisponde a uno degli errori qui sopra, e ognuna ha una risposta verificabile.



Concept di lancio Maverick Frame per un complesso di ville: il piano di lancio e il posizionamento su un unico tavolo.

## IL TEST, PRIMA PARTE

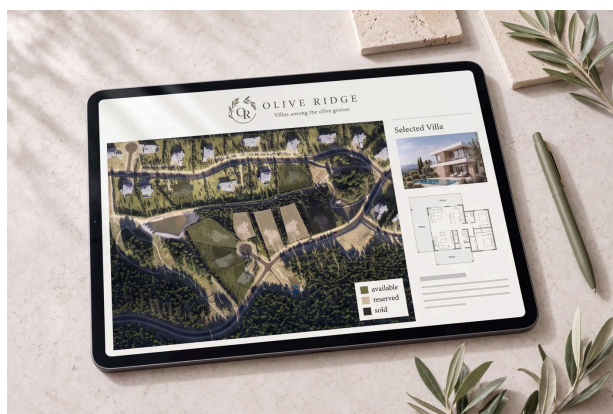
## Domande da 1 a 6: disegni, opzioni, date

Le invii così come sono. Non cerca entusiasmo: cerca numeri, nomi e date. Anche una risposta vaga è una risposta.

| CHIEDA                                                                                                      | UNA BUONA RISPOSTA SUONA COSÌ                                                                                                                                                            | LASCI PERDERE SE                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| <b>1. Che cosa vi serve da noi per iniziare, e potete partire prima che i disegni siano definitivi?</b>     | La planimetria del lotto, un modello volumetrico o i disegni, il mix di unità e a chi sono destinate le case. Posizionamento e nome possono partire prima che il progetto sia congelato. | «Ci risenta quando il progetto è definitivo.» |
| <b>2. Chi lavora su posizionamento e nome, e come viene verificato un nome?</b>                             | Nomi proposti con la loro motivazione, verificati per dominio e profili social, con la verifica del marchio lasciata al Suo legale.                                                      | «Ne scelga uno da questa lista.»              |
| <b>3. Il marchio verrà provato su veri materiali di lancio prima dell'approvazione?</b>                     | Mostrato sul telo di cantiere, sull'intestazione del sito, sulla copertina della brochure e su un'insegna dell'ufficio vendite prima che Lei lo approvi.                                 | Solo un logo su una pagina bianca.            |
| <b>4. I rendering li realizza lo stesso team che progetta il marchio?</b>                                   | Sì, con i colori e la luce del marchio, da un solo modello 3D del progetto; oppure un partner indicato per nome che lavora sul manuale del marchio.                                      | «I rendering li compriamo da qualche parte.»  |
| <b>5. Quando vedrei i primi nomi, il primo render e la prima pagina web, partendo da un brief completo?</b> | Un numero di giorni lavorativi per ciascuno, e che cosa significa «completo».                                                                                                            | «Il prima possibile» o nessun numero.         |
| <b>6. Quanti giri di revisione per il nome, l'identità visiva, i rendering e il sito?</b>                   | Un numero fisso per ogni elemento, e che cosa conta come un giro.                                                                                                                        | «Revisioni illimitate.»                       |

### Perché le domande 3 e 4 contano di più

Un acquirente incontra il Suo progetto sul telo di cantiere, sul sito, sulla brochure e nell'ufficio vendite prima della prima visita. Se marchio e immagini arrivano da team diversi, ognuno mostra un progetto leggermente diverso. Entrambe le domande si decidono prima che inizi qualsiasi lavoro.



Concept di lancio Maverick Frame per un complesso di ville: un settore delle ville con lotti disponibili, prenotati e venduti.

## IL TEST, SECONDA PARTE

## Domande da 7 a 12: spazi, permessi, video, file

| CHIEDA                                                                            | UNA BUONA RISPOSTA SUONA COSÌ                                                                                                                               | LASCI PERDERE SE                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|
| 7. Il sito mostrerà disponibilità e planimetrie, e dove arrivano le richieste?    | Un selettore di appartamenti o ville, planimetrie, un tour e un modulo di richiesta collegato al Suo CRM, più una landing page per ogni campagna.           | «Un sito vetrina; i moduli li aggiungiamo dopo.»        |
| 8. Che cosa ricevono agenti e investitori?                                        | Una presentazione commerciale per gli agenti, una presentazione per investitori, la brochure e l'impaginazione del listino, in formato cartaceo e digitale. | «Il PDF della brochure va bene per tutti.»              |
| 9. Potete progettare l'ufficio vendite e i suoi contenuti?                        | Concept d'interni, video e tour per gli schermi, stampe di grande formato e un selettore touch. L'allestimento lo realizza la Sua impresa sul progetto.     | «Mandi le stampe in tipografia.»                        |
| 10. Quali formati di campagna consegnate, e chi gestisce il budget pubblicitario? | Post social, Reels, annunci, cartelloni e telo di cantiere nei formati del Suo piano media. Il budget resta alla Sua agenzia media o al Suo team.           | Creatività e media in un'unica tariffa senza dettaglio. |
| 11. Che cosa succede se il progetto o i prezzi cambiano dopo il lancio?           | I file e il modello 3D vengono aggiornati, non rifatti, e la fase successiva costa meno della prima.                                                        | Ogni modifica preventivata come un nuovo progetto.      |
| 12. Chi lavorerà esattamente al mio progetto, e qualche parte viene subappaltata? | Ruoli del team indicati per nome, un NDA prima che i disegni passino di mano, nulla pubblicato senza approvazione.                                          | «La nostra rete», una pausa o il silenzio.              |

### 10 - 12

BUONE RISPOSTE: AFFIDI L'INCARICO E CHIEDA PER  
ISCRITTO LA DATA DELLA PRIMA BOZZA

### 7 - 9

CHIEDA UNA VISTA DI PROVA A PAGAMENTO PRIMA  
DI IMPEGNARSI SULL'INTERO SET

### 0 - 6

LASCI PERDERE, PER QUANTO CONVINCENTE  
SEMBRI IL PORTFOLIO

#### La domanda che gli studi evitano più spesso è la 12

Il subappalto è diffuso e non sempre è un male. Il problema è nascondere. Un progetto non ancora finanziato o lanciato non deve finire a persone senza un NDA firmato con Lei, e una brochure sbagliata non la corregge un team con cui non Le è permesso parlare.



Concept di lancio Maverick Frame per un complesso di ville: l'ufficio vendite con un plastico e uno schermo per il video.

LA INVII

# Una mail, tre studi, un giorno

Copi la mail qui sotto, compili i campi tra parentesi e la invii a tre studi nello stesso giorno. Confronti le risposte una accanto all'altra: le differenze emergono già dalla prima risposta, non dal portfolio.

LA MAIL DA INVIARE

|    |         |                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|----|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Oggetto | Pacchetto di lancio per [progetto]: preventivo e dodici domande                                                                                                                                                                                                  |
| 02 | Riga 1  | Stiamo lanciando [un condominio / un complesso di ville / una residenza build-to-rent / branded residence] di [numero] abitazioni a [città], con vendite previste per [data], e ci serve [il nome e il marchio / rendering e video / il sito / l'intero lancio]. |
| 03 | Riga 2  | In allegato, o dopo la firma del nostro NDA: la planimetria del lotto, i disegni o un modello volumetrico, il mix di unità e ciò che è già pronto.                                                                                                               |
| 04 | Riga 3  | Vi chiediamo di rispondere alle dodici domande qui sotto con numeri e nomi, non con forchette.                                                                                                                                                                   |
| 05 | Riga 4  | Incolli le domande da 1 a 12 delle pagine 03 e 04.                                                                                                                                                                                                               |
| 06 | Riga 5  | Decideremo entro una settimana dal ricevimento di tutte e tre le risposte.                                                                                                                                                                                       |

## Che cosa hanno in comune le buone risposte

Sono brevi. Rispondono in giorni lavorativi, dicono chi progetta il marchio e chi realizza i rendering, offrono un NDA e Le fanno una o due domande sull'acquirente e sulla data di vendita.

## Che cosa risponderemmo noi

Le nostre tempistiche e condizioni per rendering e video sono nella pagina successiva. Marchio, sito e materiali di lancio vengono preventivati progetto per progetto, nello stesso formato.



Concept di lancio Maverick Frame per un complesso di ville: il telo di cantiere con la campagna di lancio.

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.

|                               |                                                                                                                                                   |
|-------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Il modulo di contatto</b>  | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a>                                                                     |
| <b>Marketing immobiliare</b>  | <a href="https://maverickframe.com/it/soluzioni/agenzia-marketing-immobiliare/">maverickframe.com/it/soluzioni/agenzia-marketing-immobiliare/</a> |
| <b>Oppure, semplicemente,</b> | 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.