



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Dwanaście pytań, zanim operator odrzuci cały zestaw.

Zadaj je przed podpisaniem umowy na wizualizacje hoteli. Dobre studio odpowie na wszystkie dwanaście w jednym e-mailu. Złe zamilknie, gdy wspomnisz o standardach marki.

ZACZNIJ TUTAJ

Każdą wpadkę było widać przed podpisaniem umowy

Projekty wizualizacji hoteli rzadko zawodzą przez jakość obrazu. Piękne baseny i lobby ma w portfolio każdy. Zawodzą przez pięć rzeczy poniżej, a każdą z nich dało się wychwycić w pierwszym e-mailu, gdyby ktoś zapytał.

CO OBIECANO W ROZMOWIE HANDLOWEJ

CO WYCHODZI W TRZECIM TYGODNIU

01	„Znamy się na hotelach”	Operator odsyła wizualizacje do poprawki. Złe oznakowanie, lobby wbrew standardom marki, pokoje bez wyspecyfikowanego FF&E.
02	„Widok na morze z każdego pokoju”	Widok z pokoju jest zmyślony. Za oknem jest morze z banku zdjęć. Pierwszy gość, który zarezerwuje ten pokój, zobaczy parking i dach sąsiada.
03	„Charakterystyczny styl Twojego obiektu”	Pokoje wyglądają jak w każdym hotelu. Mogłyby stać w dowolnym mieście. Nic na obrazach nie mówi, gdzie gość naprawdę jest.
04	„Poprawki to żaden problem”	Projekt ciągle się zmienia. Układ zmienia się dwa razy przed otwarciem. Każda zmiana jest wyceniana jak nowa wizualizacja, a model ma ktoś inny.
05	„Zdążymy na kampanię przed otwarciem”	Marketing rusza, zanim są zdjęcia. Obrazy przychodzą, gdy sprzedaż ruszyła już na rzutach, a strony rezerwacji startują z zaślepkami.

Nie wybierasz portfolio. Wybierasz proces.

Dwanaście pytań z kolejnych dwóch stron sprawdza właśnie proces. Każde odpowiada jednej z wpadek powyżej i na każde istnieje odpowiedź, którą da się zweryfikować.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

TEST, CZĘŚĆ PIERWSZA

Pytania od 1 do 6: marka, widok, budżet

Wyślij je bez zmian. Nie szukasz entuzjazmu, tylko liczb, nazwisk i dat. Mglista odpowiedź to też odpowiedź.

ZAPYTAJ

DOBRA ODPOWIEDŹ BRZMI TAK

ODPUŚĆ, JEŚLI

1. Czego potrzebujecie od operatora, zanim zaczniecie modelowanie?

Księgi marki, zestawienia FF&E i wytycznych oznakowania, o które studio prosi na starcie, a nie po pierwszym przeglądzie.

„Wystarczą rysunki” i ani słowa o marce.

2. Jak oddacie prawdziwy widok z pokoi i z basenu?

Zdjęcia działki, nalot dronem lub pomiar terenu, a kamera stoi tam, gdzie naprawdę będzie pokój.

„Użyjemy ładnego tła z morzem”.

3. Kiedy zobaczę pierwszy szkic, licząc od kompletnego briefu?

Liczba dni roboczych, od 3 do 5 na jedną wizualizację, i co znaczy „kompletny” dla rysunków i wykończeń.

„Najszybciej, jak się da” albo żadnej liczby.

4. Co jeśli start kampanii przed otwarciem przesunie się o tydzień do przodu?

Tryb ekspresowy z ceną: mniej więcej połowa czasu za około 40% więcej.

„Jakoś damy radę”, bez żadnej ceny.

5. Gdy pokoje już są w modelu, ile kosztuje kolejny typ pokoju lub widok o zmierzchu?

Wyraźnie mniej niż pierwsze ujęcie, bo model, materiały i światło już istnieją.

Każde dodatkowe ujęcie wycenione jak nowa wizualizacja.

6. Ile rund poprawek jest w cenie i co liczy się jako runda?

Stała liczba, zwykle dwie na etapie szkicu i jedna na finalnym obrazie, a runda to jedna zebrana lista uwag.

„Poprawki bez limitu”. Czyli nikt ich nie wycenił.

Dlaczego pytania 1 i 2 ważą najwięcej

Akceptacja marki i pierwszy gość to dwaj odbiorcy, których wizualizacja nie oszuka. Operator sprawdza każdy detal ze standardami, a gość sprawdza widok z balkonu. O obu decyduje to, o co studio poprosi, zanim zacznie.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

TEST, CZĘŚĆ DRUGA

Pytania od 7 do 12: zespół i pliki

ZAPYTAJ	DOBRA ODPOWIEŹ BRZMI TAK	ODPUŚĆ, JEŚLI
7. Kto dokładnie będzie modelował i renderował mój hotel?	Konkretne role w zespole samego studia i osoba, z którą rozmawiasz na co dzień.	„Nasi partnerzy”, „nasza sieć” albo cisza.
8. Czy jakkolwiek część pracy trafia do innej firmy?	„Nie” albo szczere „tak, biblioteka roślinności”, z podaniem powodu.	Pauza, a potem „mamy zaufany zespół”.
9. Gdy zmienia się układ lub FF&E, co aktualizujecie?	Istniejącą scenę: materiały i meble są podmieniane w modelu, a nie odbudowywane z rysunków.	Nowa wycena każdej zmiany, od zera.
10. Czy scena robocza jest archiwizowana po oddaniu?	Tak, więc rebranding, nowe skrzydło czy kampania na kolejny sezon startują z niej.	Po oddaniu zostają tylko finalne pliki JPEG.
11. Czy z jednego modelu zrobicie obrazy, przelot i zdjęcia do serwisów rezerwacyjnych?	Tak, z tego samego modelu, więc film i galeria pokoi nie zaczynają od zera.	„Do tego zaprosilibyśmy partnera”.
12. Czego potrzebujecie ode mnie, żeby ruszyć w tym tygodniu?	Krótką listą: rysunki, księga marki, zestawienie FF&E, zdjęcia działki, potrzebne widoki.	Trzydziestostronicowa ankieta przed wyceną.

10 - 12

DOBRYCH ODPOWIEDZI: ZATRUDNIJ I POPROŚ O
DATĘ PIERWSZEGO SZKICU NA PIŚMIE

7 - 9

ZAMÓW JEDNO PŁATNE UJĘCIE TESTOWE, ZANIM
ZLECISZ CAŁY PAKIET

0 - 6

ODPUŚĆ, CHOĆBY PORTFOLIO ROBIŁO WRAŻENIE

Pytanie, przed którym studia uciekają najczęściej, to numer 8

Podwykonawstwo jest powszechne i nie zawsze złe. Problemem jest jego ukrywanie, bo nie naprawisz kłopotu z marką ani przesuniętego terminu z zespołem, z którym nie wolno Ci rozmawiać. Zapytaj wprost i posłuchaj, ile trwa odpowiedź.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

WYŚLIJ

Jeden e-mail, trzy studia, jeden dzień

Do tego testu nie potrzebujesz rozmowy. Wklej poniższy e-mail, dołącz to, co już masz, i wyślij go jednocześnie do trzech studiów z krótkiej listy. Odpowiedzi przychodzą w ciągu dnia roboczego, a różnicę między nimi zwykle widać już w drugim akapicie.

E-MAIL DO WYSŁANIA

01	Temat	Wizualizacje hotelu [nazwa obiektu]: wycena i dwanaście pytań
02	Wiersz 1	Potrzebujemy [liczba] ujęć [resortu / hotelu miejskiego / apartamentów serwisowanych] w [lokalizacja] na potrzeby [finansowania / akceptacji marki / przedsprzedaży] do [data].
03	Wiersz 2	W załączniku: rysunki, księga marki, zestawienie FF&E, zdjęcia działki i dwie referencje.
04	Wiersz 3	Prosimy o odpowiedź na dwanaście pytań poniżej: liczbami i nazwiskami, nie przedziałami.
05	Wiersz 4	Wklej pytania od 1 do 12 ze stron 03 i 04.
06	Wiersz 5	Decyzję podejmiemy w ciągu tygodnia od otrzymania wszystkich trzech odpowiedzi.

Co łączy dobre odpowiedzi

Są krótkie. Odpowiadają w dniach roboczych i dolarach, nazywają ludzi i zadają jedno lub dwa pytania o operatora i widoki z pokoi.

Co odpowiedzielibyśmy my

Nasze własne liczby są na następnej stronie, w tym samym formacie, więc możesz ocenić nas tym samym testem.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

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 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 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 hoteli	maverickframe.com/pl/rozwiwania/wizualizacje-hotel/
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.