



GUIA PRÁTICO / EDIÇÃO 2026

Doze perguntas antes de dividir o lançamento em cinco fornecedores.

Faça estas perguntas antes de assinar com uma agência de marketing imobiliário ou um estúdio de CGI para o seu lançamento. Um parceiro que vale a pena contratar responde às doze em um único e-mail. O parceiro errado se cala quando você pergunta quem faz os renders da marca que ele cria.

COMECE AQUI

Toda falha estava à vista antes da assinatura

Lançamentos imobiliários raramente fracassam por causa do portfólio. Toda agência tem um book bonito e um render ao entardecer. Eles fracassam nos cinco pontos abaixo, e todos poderiam ter sido percebidos no primeiro e-mail, se alguém tivesse perguntado.

O QUE A REUNIÃO COMERCIAL PROMETEU

O QUE VOCÊ DESCOBRE NA SEGUNDA SEMANA

01	“Serviço completo, claro”	A marca vem da agência, os renders de um freelancer, o site de um estúdio web. No fim, você coordena os três.
02	“A marca está pronta”	O logo foi aprovado em uma página em branco. Ninguém o testou no tapume, na placa do stand de vendas ou no cabeçalho do site até ser tarde demais para mudar.
03	“Os renders vão combinar com a marca”	O estúdio de CGI ilumina as unidades do seu próprio jeito. O book de vendas, o site e o tapume mostram três empreendimentos ligeiramente diferentes.
04	“O site entra no ar com o lançamento”	Ele entra no ar sem plantas, sem disponibilidade e sem um formulário que chegue à sua equipe de vendas, e a primeira campanha leva os compradores a uma página de folder.
05	“Tudo estará pronto para o lançamento”	O stand de vendas abre com impressões provisórias, porque os renders chegaram depois do prazo da montagem. A data de lançamento não muda.

Você não está escolhendo um portfólio. Está escolhendo quem vai manter o lançamento coeso.

As doze perguntas das próximas duas páginas testam o processo. Cada uma corresponde a uma das falhas acima, e cada uma tem uma resposta que você pode conferir.



Lançamento conceitual da Maverick Frame para um condomínio de casas: o plano de lançamento e o posicionamento em uma só mesa.

O TESTE, PARTE UM

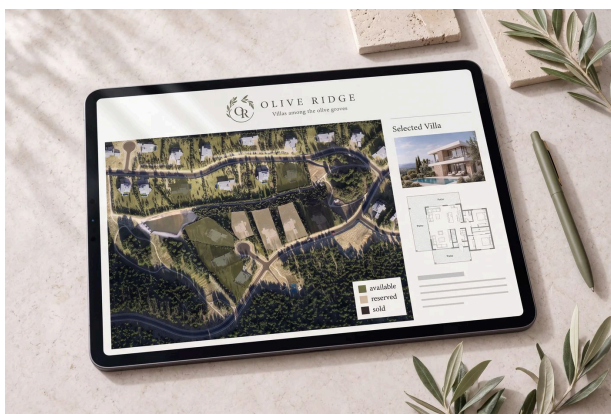
Perguntas 1 a 6: o projeto, as opções, a data

Envie as perguntas como estão. Você não procura entusiasmo; procura números, nomes e datas. Respostas vagas também são uma resposta.

PERGUNTE ISTO	UMA BOA RESPOSTA SOA ASSIM	DESCARTE SE
1. Do que vocês precisam de nós para começar, e podem começar antes de o projeto estar fechado?	A implantação, um estudo de massa ou as plantas, o mix de unidades e para quem são as unidades. O posicionamento e o nome podem começar antes de o projeto ser congelado.	"Voltem quando o projeto estiver fechado."
2. Quem trabalha no posicionamento e no nome, e como um nome é verificado?	Nomes propostos com a justificativa, verificados quanto a domínio e perfis nas redes sociais, com a pesquisa de anterioridade da marca a cargo do seu advogado.	"Escolham um desta lista."
3. A marca será testada em peças reais do lançamento antes da aprovação?	Mostrada no tapume, no cabeçalho do site, na capa do book de vendas e em uma placa do stand de vendas antes de você aprovar.	Apenas um logo em uma página em branco.
4. Os renders são feitos pela mesma equipe que cria a marca?	Sim, com as cores e a luz da marca, a partir de um único modelo 3D do empreendimento; ou um parceiro nomeado que segue o manual da marca.	"Compramos os renders em algum lugar."
5. Quando eu veria os primeiros nomes, o primeiro render e a primeira página do site, a partir de um briefing completo?	Um número de dias úteis para cada item e o que significa "completo".	"O quanto antes" ou nenhum número.
6. Quantas rodadas de revisão para o nome, a identidade, os renders e o site?	Um número fixo para cada peça e o que conta como uma rodada.	"Revisões ilimitadas."

Por que as perguntas 3 e 4 pesam mais

O comprador conhece o seu empreendimento no tapume, no site, no book de vendas e no stand antes da primeira visita. Se a marca e as imagens vêm de equipes diferentes, cada uma mostra um empreendimento ligeiramente diferente. As duas questões se decidem antes de qualquer trabalho começar.



Lançamento conceitual da Maverick Frame para um condomínio de casas: um seletor de casas com lotes disponíveis, reservados e vendidos.

O TESTE, PARTE DOIS

Perguntas 7 a 12: lazer, aprovação, filmes, arquivos

PERGUNTE ISTO	UMA BOA RESPOSTA SOA ASSIM	DESCARTE SE
7. O site vai mostrar disponibilidade e plantas, e para onde vão os contatos?	Um seletor de apartamentos ou de casas, plantas, um tour e um formulário de contato integrado ao seu CRM, além de uma landing page por campanha.	"Um site institucional; os formulários vêm depois."
8. O que recebem os corretores e os investidores?	Apresentações para corretores e para investidores, o book de vendas e a diagramação da tabela de preços, impressos e digitais.	"O PDF do book serve para todo mundo."
9. Vocês podem projetar o stand de vendas e o seu conteúdo?	O conceito de interiores, o filme e o tour para as telas, impressões grandes e um seletor touch. A sua construtora executa a montagem a partir do projeto.	"Mandem as impressões para a gráfica."
10. Quais formatos de campanha vocês entregam, e quem gere a verba de mídia?	Posts, Reels, anúncios, outdoors e tapume nos formatos do seu plano de mídia. A verba fica com a sua agência de mídia ou com a equipe interna.	Criação e mídia em um único valor, sem detalhamento.
11. O que acontece quando o projeto ou os preços mudam depois do lançamento?	Os arquivos e o modelo 3D são atualizados, não refeitos, e a próxima fase custa menos que a primeira.	Cada alteração orçada como um novo projeto.
12. Quem exatamente vai trabalhar no meu empreendimento, e alguma parte é repassada a terceiros?	Funções nomeadas na equipe, um NDA antes de qualquer planta mudar de mãos, nada publicado sem aprovação.	"A nossa rede", uma pausa ou silêncio.

10 - 12

BOAS RESPOSTAS: CONTRATE E PEÇA POR ESCRITO A DATA DO PRIMEIRO RASCUNHO

7 - 9

PEÇA UMA IMAGEM DE TESTE PAGA ANTES DE FECHAR O PACOTE

0 - 6

DESISTA, POR MAIS IMPRESSIONANTE QUE PAREÇA O PORTFÓLIO

A pergunta que os estúdios mais evitam é a número 12

Repassar trabalho é comum e nem sempre é ruim. O problema é esconder. Um empreendimento ainda não financiado nem lançado não deveria circular entre pessoas sem um NDA assinado com você, e um book errado não é corrigido por uma equipe com quem você não pode falar.



Lançamento conceitual da Maverick Frame para um condomínio de casas: o stand de vendas com uma maquete física e uma tela com o filme.

ENVIE

Um e-mail, três estúdios, um dia

Copie o e-mail abaixo, preencha os colchetes e envie a três estúdios no mesmo dia. Compare as respostas lado a lado: as diferenças aparecem na primeira resposta, não no portfólio.

O E-MAIL PARA ENVIAR

01	Assunto	Pacote de lançamento para [empreendimento]: orçamento e doze perguntas
02	Linha 1	Vamos lançar [um edifício residencial / um condomínio de casas / um empreendimento build-to-rent / branded residences] com [número] unidades em [cidade], com vendas previstas para [data], e precisamos de [nome e marca / renders e filme / site / o lançamento inteiro].
03	Linha 2	Em anexo, ou depois que vocês assinarem nosso NDA: a implantação, as plantas ou um estudo de massa, o mix de unidades e o que já está pronto.
04	Linha 3	Pedimos que respondam às doze perguntas abaixo com números e nomes, não com faixas.
05	Linha 4	Cole as perguntas 1 a 12 das páginas 03 e 04.
06	Linha 5	Vamos decidir em até uma semana após receber as três respostas.

O que as boas respostas têm em comum

São curtas. Respondem em dias úteis, dizem quem cria a marca e quem faz os renders, oferecem NDA e fazem uma ou duas perguntas sobre o comprador e a data de início das vendas.

O que nós responderíamos

Os nossos prazos e condições para renders e filme estão na próxima página. Marca, site e materiais de lançamento são orçados por projeto, no mesmo formato.



Lançamento conceitual da Maverick Frame para um condomínio de casas: tapume de obra com a campanha de lançamento.

QUANTO CUSTA

Preços de mercado e condições, para conferir qualquer orçamento

Faixas que vemos no mercado em 2026, do freelancer ao estúdio. Use-as para conferir qualquer orçamento, inclusive o nosso.

TRABALHO CONTRATADO	FREELANCER	ESTÚDIO
Imagem externa, avulsa	\$100 - 300	\$250 - 600
Imagem interna, avulsa	\$120 - 350	\$300 - 700
Pacote de 5 - 8 vistas	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animação, por minuto	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Nossos prazos e condições de revisão padrão. É o que orçamos, a menos que o projeto precise de outra coisa, e nesse caso avisamos antes de começar.

ETAPA OU ENTREGA	PADRÃO MAVERICK FRAME
Primeiro rascunho de uma imagem	De 3 a 5 dias úteis a partir de um briefing completo
Imagens finais, pacote de 5 - 8	De 2 a 3 semanas, rascunhos incluídos
Animação de até um minuto	De 4 a 6 semanas, com storyboard e prévia primeiro
Rodadas de revisão incluídas	Duas na fase de rascunho, uma na imagem final
O que conta como rodada	Uma lista consolidada de comentários, enviada de uma vez
Entrega urgente	Metade do prazo por cerca de 40% a mais, quando a agenda permite

Tenha um estúdio definido antes que o prazo pegue fogo

Os projetos mais caros que vemos não são os de briefing fraco. São os contratados no desespero, depois que o primeiro fornecedor falhou e a data de lançamento não mudou. Avalie um ou dois estúdios enquanto nada é urgente.

Uma nota sobre equipe interna: um único artista 3D precisa de umas dez assinaturas de software, uma workstation e várias habilidades vizinhas, da modelagem e iluminação à pós-produção e ao atendimento ao cliente. Só compensa quando essa pessoa tem trabalho todos os dias. Abaixo disso, a conta favorece a terceirização por si só.

PRÓXIMO PASSO

Mande o que você já tem

Plantas, um modelo, fotos ou um rascunho de briefing, do jeito que estiverem. Respondemos com escopo, preço e as perguntas que definem os dois, por escrito, sem ligação de vendas.

O formulário de contato	maverickframe.com/contacts/
--------------------------------	---

Marketing imobiliário	maverickframe.com/pt-br/solucoes/agencia-marketing-imobiliario/
------------------------------	---

Ou simplesmente	responda ao e-mail em que este guia chegou.
------------------------	---

Escrito por quem lê esses briefings

Dim Kuzmenko é cofundador da Maverick Frame Studio. Os números deste guia vêm da nossa própria caixa de entrada e da nossa própria tabela de preços, não de uma pesquisa do setor.