



PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

Tolv frågor innan lanseringen går till fem leverantörer.

Ställ dem innan ni skriver på med en byrå för marknadsföring av nyproduktion eller en CGI-studio för er lansering. En partner som är värd att anlita svarar på alla tolv i ett mejl. Fel partner tystnar när ni frågar vem som gör renderingarna till varumärket som den själv formger.

BÖRJA HÄR

Varje misslyckande syntes innan ni skrev på

Lanseringar av bostadsprojekt faller sällan på portfolion. Varje byrå har ett glansigt säljprospekt och en rendering i skymningen. De faller på de fem punkterna nedan, och varenda en hade gått att upptäcka i det första mejlet, om någon hade frågat.

VAD SÄLJSAMTALET LOVADE

VAD NI UPPTÄCKER VECKA TVÅ

01	"Fullservice, självklart"	Varumärket kommer från byrån, renderingarna från en frilansare och webben från en webbstudio. Det slutar med att ni samordnar alla tre.
02	"Varumärket är klart"	Logotypen godkändes på en vit sida. Ingen provade den på ett byggplank, en skylt på säljkontoret eller ett sidhuvud på webben förrän det var för sent att ändra.
03	"Renderingarna kommer att matcha varumärket"	CGI-studion ljussätter husen på sitt eget sätt. Säljprospektet, webben och byggplanket visar tre lite olika projekt.
04	"Webben går live med lanseringen"	Den går live utan planlösningar, tillgänglighet eller ett formulär som når ert säljteam, och den första kampanjen skickar köparna till en sida med säljprospektet.
05	"Allt blir klart till lanseringen"	Säljkontoret öppnar med provisoriska tryck, eftersom renderingarna kom efter deadline för inredningen. Lanseringsdatumet flyttas inte.

Ni väljer inte en portfolio. Ni väljer vem som håller ihop lanseringen.

De tolv frågorna på de kommande två sidorna testar processen. Var och en hör ihop med ett av misslyckandena ovan, och var och en har ett svar som går att kontrollera.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: lanseringsplanen och positioneringen på ett och samma bord.

TESTET, DEL ETT

Fråga 1 till 6: ritningar, alternativ, datum

Skicka dem som de är. Ni letar inte efter entusiasm, ni letar efter siffror, namn och datum. Vaga svar är också ett svar.

FRÅGA DETTA

ETT BRA SVAR LÅTER SOM

GÅ VIDARE OM

1. Vad behöver ni från oss för att börja, och kan ni börja innan ritningarna är klara?

Situationsplanen, en volymmodell eller ritningar, lägenhetsfördelningen och vem bostäderna är till för. Positioneringen och namnet kan påbörjas innan designen är låst.

"Hör av er när designen är klar."

2. Vem arbetar med positioneringen och namnet, och hur kontrolleras ett namn?

Namnförslag med motivering, kontrollerade mot domän och konton på sociala medier, medan granskningen av varumärkesrätten ligger kvar hos er jurist.

"Välj ett från den här listan."

3. Testas varumärket på riktigt lanseringsmaterial innan det godkänns?

Det visas på byggplanket, webbens sidhuvud, säljprospektets omslag och en skylt på säljkontoret innan ni godkänner det.

Bara en logotyp på en vit sida.

4. Görs renderingarna av samma team som formger varumärket?

Ja, i varumärkets färger och ljus, utifrån en 3D-modell av projektet; eller av en namngiven partner som arbetar efter varumärkesmanualen.

"Vi köper renderingarna någonstans."

5. När skulle jag se de första namnen, den första renderingen och den första webbsidan, räknat från en komplett brief?

Ett antal arbetsdagar för varje del, och vad "komplett" betyder.

"Så snart som möjligt" eller ingen siffra.

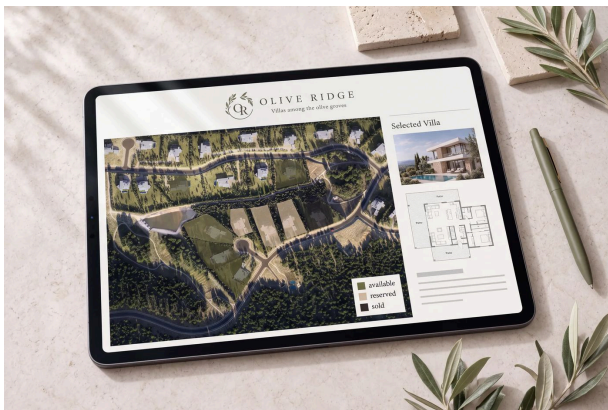
6. Hur många granskningsrundor ingår för namnet, identiteten, renderingarna och webben?

Ett fast antal för varje del, och vad som räknas som en runda.

"Obegränsat antal ändringsrundor."

Varför fråga 3 och 4 väger tyngst

En köpare möter ert projekt på byggplanket, på webben, i säljprospektet och på säljkontoret före det första besöket. Om varumärket och bilderna kommer från olika team visar vart och ett av dem ett lite annorlunda projekt. Båda frågorna avgörs innan något arbete börjar.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: en villaväljare med lediga, reserverade och sålda tomter.

TESTET, DEL TVÅ

Fråga 7 till 12: miljöer, bygglov, film, filer

FRÅGA DETTA

ETT BRA SVAR LÅTER SOM

GÅ VIDARE OM

7. Visar webben tillgänglighet och planlösningar, och vart går intresseanmälningarna?

En lägenhets- eller villaväljare, planlösningar, en rundvandring och ett intresseformulär kopplat till ert CRM, plus en landningssida per kampanj.

"En broschyrsajt; formulär lägger vi till senare."

8. Vad får mäklarna och investerarna?

En säljpresentation för mäklarna, en investerarpresentation, säljprospektet och layouten för prislistan, i tryckt och digitalt format.

"PDF:en av säljprospektet fungerar för alla."

9. Kan ni designa säljkontoret och dess innehåll?

Inredningskoncept, film och rundvandring för skärmarna, storformatstryck och en pekskrämsväljare. Er entreprenör bygger inredningen efter designen.

"Skicka trycken till tryckeriet."

10. Vilka kampanjformat levererar ni, och vem hanterar annonsbudgeten?

Inlägg för sociala medier, Reels, annonser, affischtavlor och byggplank enligt er medieplan. Budgeten stannar hos er mediebyrå eller ert team.

Kreativt arbete och medieköp i ett och samma arvode utan uppdelning.

11. Vad händer när designen eller priserna ändras efter lanseringen?

Filerna och 3D-modellen uppdateras i stället för att byggas om, och nästa etapp kostar mindre än den första.

Varje ändring offereras som ett nytt projekt.

12. Vem exakt arbetar med mitt projekt, och lämnas någon del vidare?

Namnngivna roller i teamet, NDA innan några ritningar lämnas över, inget publiceras utan godkännande.

"Vårt nätverk", en paus eller tystnad.

10 - 12

BRA SVAR: ANLITA DEM, OCH BE ATT FÅ DATUMET FÖR DET FÖRSTA UTKASTET SKRIFTLIGT

7 - 9

BE OM EN BETALD TESTVY INNAN NI BESTÄLLER HELA SERIEN

0 - 6

GÅ VIDARE, HUR STARK PORTFOLION ÄN SER UT

Frågan som studior oftast slingrar sig undan är nummer 12

Att anlita underleverantörer är vanligt och inte alltid dåligt. Att dölja det är problemet. Ett projekt som ännu inte är finansierat eller lanserat ska inte hamna hos personer utan NDA med er, och ett felaktigt prospekt rättas inte av ett team ni inte får prata med.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: säljkontoret med en skalmodell och en filmskärm.

SKICKA DET

Ett mejl, tre studior, en dag

Kopiera mejlet nedan, fyll i hakparenteserna och skicka det till tre studior samma dag. Jämför svaren sida vid sida: skillnaderna syns i det första svaret, inte i portfolion.

MEJLET ATT SKICKA

01	Ämne	Lanseringspaket för [projekt], offert och tolv frågor
02	Rad 1	Vi lanserar [ett bostadsrättshus / ett villaområde / ett build-to-rent-område / varumärkesbostäder] med [antal] bostäder i [stad], med planerad säljstart [datum], och behöver [namn och varumärke / renderingar och film / webben / hela lanseringen].
03	Rad 2	Bifogat, eller när ni har skrivit på vår NDA: situationsplanen, ritningarna eller en volymmodell, lägenhetsfördelningen och det som redan är gjort.
04	Rad 3	Vi ber er svara på de tolv frågorna nedan med siffror och namn, inte med intervall.
05	Rad 4	Klistra in fråga 1 till 12 från sidorna 03 och 04.
06	Rad 5	Vi fattar beslut inom en vecka efter att vi har fått alla tre svaren.

Vad bra svar har gemensamt

De är korta. De svarar i arbetsdagar, säger vem som formger varumärket och vem som gör renderingarna, erbjuder NDA och ställer en eller två motfrågor om köparen och säljstarten.

Vad vi själva skulle svara

Våra egna tidplaner och villkor för renderingar och film står på nästa sida. Varumärke, webb och lanseringsmaterial offereras per projekt, i samma format.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: byggplank med lanseringskampanjen.

VAD DET KOSTAR

Marknadspriser och våra villkor, så att ni kan granska varje offert

Spann vi ser på marknaden 2026, från frilansare till studio. Använd dem för att rimlighetspröva varje offert, även vår.

LEVERANS	FRILANSARE	STUDIO
Enstaka exteriörbild	\$100 - 300	\$250 - 600
Enstaka interiörbild	\$120 - 350	\$300 - 700
Paket med 5 - 8 vyer	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animation, per minut	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Våra standardtider och revisionsvillkor. Det är dem vi offererar om inte ett projekt kräver något annat, och i så fall säger vi det innan arbetet börjar.

SKEDE ELLER LEVERANS	STANDARD HOS MAVERICK FRAME
Första utkast av en stillbild	3 till 5 arbetsdagar från ett komplett underlag
Färdiga stillbilder, paket med 5 - 8	2 till 3 veckor, utkast inräknade
Animation upp till en minut	4 till 6 veckor, storyboard och förhandsversion först
Revisionsrundor som ingår	Två i utkastskedet, en på den färdiga bilden
Vad som räknas som en runda	En samlad lista med kommentarer, skickad på en gång
Expressleverans	Halva tiden för ungefär 40 % mer, när schemat tillåter

Ha en studio klar innan deadline brinner

De dyraste projekten vi ser är inte de med svaga underlag. Det är de som beställdes i panik, efter att den första leverantören hade fallerat och lanseringsdatumet låg fast. Utvärdera en eller två studior medan inget är bråttom.

En not om att göra det internt: en enda 3D-artist behöver ett tiotal programlicenser, en arbetsstation och en rad närliggande färdigheter, från modellering och ljussättning till efterbearbetning och kundkontakt. Det lönar sig bara om personen har fullt upp varje dag. Under den nivån talar kalkylen av sig själv för att lägga ut arbetet.

NÄSTA STEG

Skicka oss det du redan har

Ritningar, en modell, foton eller ett utkast till brief, i vilket skick de än är. Vi svarar med omfattning, pris och de frågor som avgör dem, skriftligt och utan säljsamtal.

Kontaktformuläret	maverickframe.com/contacts/
Marknadsföring av nyproduktion	maverickframe.com/sv/losningar/marknadsforing-nyproduktion/
Eller helt enkelt	svara på mejlet som den här guiden kom i.

Skriven av dem som läser de här underlagen

Dim Kuzmenko är medgrundare av Maverick Frame Studio. Siffrorna i den här guiden kommer från vår egen inkorg och vår egen prislista, inte från en branschundersökning.