



دليل عملي / إصدار 2026

# ستة أشهر حتى الإطلاق. هوية واحدة ونموذج واحد. بتخطيط عكسي من الموعد.

ما الذي يُنجز في كل شهر قبل إطلاق البيع على الخارطة، ومن يجب أن يقنعه كل عنصر، وما الذي تنقله الهوية ونموذج 3D إلى المرحلة التالية.

ابدؤوا من هنا

# خمسة موردين وخمسة أساليب، ومشروع واحد

تشتري معظم المشاريع العقارية إطلاقها على أجزاء: اسمًا من وكالة هوية، وصور رندر من استوديو CGI، وموقعًا إلكترونيًا من فريق ويب، وكتيبًا من مصمم مطبوعات، وتصاميم الحملة من وكالة إعلانات.

يبدأ كل منهم من ملفاته الخاصة وجدوله الخاص، فيرى المشترون خمس نسخ من المشروع، وينتظر إطلاق المبيعات أبطأ الموردين.

تخطيط في خارطة طريق واحدة

شراء مرحلة بعد مرحلة

|    |                                                           |                                                                       |
|----|-----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| 01 | يُعتمد الاسم والشعار على صفحة بيضاء                       | تُختبر الهوية على لوحة السياج والموقع الإلكتروني والكتيب قبل الاعتماد |
| 02 | يتولى إضاءة صور الرندر وتنسيقها استوديو لم يَز الهوية قط  | تُنقذ صور الرندر بألوان الهوية وإضاءتها وأجوائها                      |
| 03 | ينتظر الموقع الإلكتروني والكتيب ومركز المبيعات صور الرندر | يُحطّط كل عنصر عكسيًا من موعد إطلاق المبيعات                          |

## الهوية والنموذج هما الأصول، والمواد هي المخرجات.

اسم وهوية مختبران على مواد حقيقية، ونموذج 3D للمشروع مبني من مخططات معماريكم: هذا ما تعيد كل المواد اللاحقة استخدامه. وإذا بقيا لدى فريق واحد، يصبح كل عنصر جديد تنسيقًا ورنرًا، لا بداية جديدة.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع قلل: صفحات عرض المستثمرين بالمخطط العام ورسم بياني للمبيعات.

## خارطة الطريق

# ما تطلبونه في كل مرحلة، وما ينتقل منه لاحقاً

سبع مراحل، بالترتيب الذي تمر به معظم مشاريع البيع على الخارطة. يوضح كل صف ما يُنجز، ومن يجب أن يوافق، وما تعيد المرحلة التالية استخدامه.

| المرحلة             | اطلبوا هذه المراتب                                                                      | من يستخدمها                               | ما ينتقل                            |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|-------------------------------------|
| <b>الاستراتيجية</b> | مراجعة المشروع والمشاريع المنافسة والمشتري والتموضع وخطة الإطلاق بمواعيدها              | أنتم وشركاؤكم                             | التموضع والخطة                      |
| <b>التمويل</b>      | عرض المستثمرين وأولى مرئيات الموقع وقصة المبيعات                                        | الصناديق والبنوك وشركاء المشاريع المشتركة | نموذج 3D والقصة                     |
| <b>التراخيص</b>     | لقطات من مستوى الشارع ولقطات جوية للمبنى كما سيُبنى                                     | جهة الترخيص والمجتمع المحلي               | نموذج السياق المحيط                 |
| <b>الهوية</b>       | الاسم والهوية ودليل الهوية، مع اختبارها على لوحات السياج والويب والمطبوعات              | أنتم وفريق مبيعاتكم                       | قواعد الهوية                        |
| <b>ما قبل البيع</b> | الموقع الإلكتروني والكتيب والشقق النموذجية ومخططات الوحدات والجولات ومركز المبيعات      | المشترون والوسطاء وفريق المبيعات          | صور الزندر والمخططات وأداة الاختيار |
| <b>الإطلاق</b>      | تصاميم الحملة: التواصل الاجتماعي ومقاطع Reels والإعلانات واللوحات الطرقية ولوحات السياج | المشترون وفريقكم الإعلامي                 | مكتبة من أصول الهوية                |
| <b>التسليم</b>      | تحديثات سير البناء ومرئيات المرحلة التالية                                              | المشترون والمستثمرون التاليون             | النموذج والهوية للمرحلة الثانية     |

## ابدؤوا من حيث أنتم

إذا كان اجتماع المستثمرين في الشهر المقبل، فابدؤوا بمرحلة التمويل وبقى النموذج محفوظاً لما بعدها. وإذا كان للمشروع اسم مؤقت فقط، فأنجزوا مرحلة الهوية قبل الموقع الإلكتروني والكتيب، لأن كل عنصر لاحق يحمل الاسم.

لا يمر كل مشروع بالمرحلت السبع كلها، ويبقى شراء الوسائط الإعلانية والعلاقات العامة لدى وكالاتكم. وأيضاً كانت المرحلة الأولى، فهي تبني ما تعيد المراحل الأخرى استخدامه.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع قلل: غلاف الكتيب وصفحتان متقابلتان لمخطط وحدة.

التقويم

# سنة أشهر حتى الإطلاق، شهرًا بشهر

خطة نموذجية مرّبة لمشروع على الخارطة يضم نحو 60 وحدة سكنية، مع افتتاح المبيعات في الشهر السادس. ستختلف مواعيدكم، أما الترتيب والتداخلات فعادةً لا تختلف.

| الشهر   | ما يُنجز                                                                                                          | من يراجع                         |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| الشهر 1 | مراجعة المشروع والمشتري والتموضع وخطة الإطلاق بمواعيدها؛ ويبدأ نموذج 3D من المخططات أو أنتم وشركاؤكم نموذج الكتلة |                                  |
| الشهر 2 | خيارات الاسم والهوية ودليل الهوية؛ وأول لقطة خارجية ولقطة جوية لعرض المستثمرين                                    | أنتم والمستثمرون                 |
| الشهر 3 | عرض المستثمرين؛ والمشاهد الخارجية واللقطات الجوية والتصاميم الداخلية للشقق النموذجية بإضاءة الهوية                | المستثمرون والبنك                |
| الشهر 4 | الموقع الإلكتروني بأداة لاختيار الشقق أو الفلل، والكتيب، ودفتر مخططات الوحدات، وتنسيق قائمة فريق مبيعاتكم الأسعار |                                  |
| الشهر 5 | محتوى مركز المبيعات: الفيلم والجولة والمطبوعات الكبيرة؛ ولوحات السياج وتصاميم الحملة بكل المقاسات                 | فريق المبيعات والوكالة الإعلامية |
| الشهر 6 | الإطلاق: يبدأ الموقع الإلكتروني العمل، ويُفتح مركز المبيعات، وتنتقل التصاميم إلى فريقكم الإعلامي                  | المشترون                         |

1

3 - 2

2 - 1

شهر لجولة المراجعة والحملة

أشهر لصور الرندر والموقع الإلكتروني والكتيب

أشهر للتموضع والاسم والهوية

## خطوطا لمركز المبيعات مبكرًا

إذا كنتم تخططون لمركز مبيعات، فتصميمه مطلوب قبل الإطلاق بوقت كافٍ، لأنّ مقابلكم ينقذ التجهيز وفقه. ويأتي فيلمه ومطبوعاته من النموذج نفسه الذي تأتي منه صور الرندر.

يمكن تقصير مدة الإطلاق إذا كانت الهوية أو صور الرندر موجودة مسبقًا. أما المشروع الأكبر أو تعدد المراحل أو مركز مبيعات ثاني فيضيف وقتًا.

## صفحة واحدة

# ما ترسلونه إلينا في كل مرحلة

القائمة القصيرة للمدخلات التي تحدد السعر والمدة في كل مرحلة. أرسلوا ما لديكم؛ فالعناصر الناقصة تتحول إلى أسئلة، لا إلى تأخير.

|    |                        |                                                                                                      |
|----|------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | الاستراتيجية: المشروع  | الموقع وتوزيع الوحدات والسعر المستهدف والفئة التي تستهدفها المنازل. لا حاجة إلى تصميم مكتمل.         |
| 02 | الاستراتيجية: السوق    | المشاريع المنافسة التي سيقارنكم بها المشترون، وما حُسم بالفعل.                                       |
| 03 | التمويل: الجمهور       | من يرى العرض أولاً: صندوق أو بنك أو شريك مشروع مشترك أو مالك الأرض، والموعد.                         |
| 04 | التراخيص: السياق       | الموقع في شارع، والمباني المجاورة، وما تطلب جهة الترخيص رؤيته.                                       |
| 05 | الهوية: الاسم          | اسم مؤقت، وأسماء تعجبكم أو لا تعجبكم، وأي نطاق إلكتروني أو حسابات على وسائل التواصل تملكونها بالفعل. |
| 06 | ما قبل البيع: المخططات | نموذج المعماري أو مخططاته، ومخططات الوحدات، وجدول التشطيبات، وقائمة الأسعار.                         |
| 07 | الإطلاق: القنوات       | نظام CRM لديكم، وصيغ الخطة الإعلامية، ومن يدير الإعلانات والعلاقات العامة.                           |
| 08 | كل مرحلة: الموعد       | اجتماع المستثمرين أو جلسة الاعتماد أو إطلاق المبيعات. نخطط عكسيًا انطلاقًا منه.                      |

## شروطنا في الصفحة التالية

تجدون في الصفحة 06 أسعار السوق لصور الرندر والأفلام، ومددنا الزمنية، وما يُحتسب جولة تعديل. أما الهوية والموقع الإلكتروني ومواد الإطلاق فُتُسَعَّر لكل مشروع.

## المرحلة الثانية، الهوية نفسها

إذا أنجزنا مرحلتكم الأولى، تبدأ المرحلة التالية برسالة واحدة: المخططات الجديدة والموعد. فالهوية والنموذج والقوالب محفوظة لدينا.



إطلاق مفاهيمي من Maverick Frame لمجتمع فلل: لوحة إعلانية على الطريق المؤدي إلى الموقع.

## التكلفة

## أسعار السوق وشروطنا، لتتحقق من أي عرض سعر

نطاقات نرصدها في السوق خلال عام 2026، من المستقل إلى الاستوديو. استخدمها 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 موحدة تُرسل دفعة واحدة               |
| التسليم العاجل                | نصف المدة مقابل زيادة نحو 40%، متى سمح الجدول بذلك       |

### اختر الاستوديو قبل أن يحترق الموعد النهائي

ليست المشاريع الأعلى كلفة التي نراها تلك التي جاء موجزها ضعيفاً، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قِيم استوديو أو اثنين ما دام لا شيء عاجلاً.

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 مشغولاً كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يرفع الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

# أرسلوا إلينا ما لديكم بالفعل

المخططات أو نموذج ثلاثي الأبعاد أو صور فوتوغرافية أو مسودة موجز، في أي حالة كانت. سنرد عليكم بنطاق عمل وسعر والأسئلة التي تحددهما، كتابةً ومن دون مكالمة مبيعات.

|                         |                                                       |
|-------------------------|-------------------------------------------------------|
| نموذج التواصل           | maverickframe.com/contacts/                           |
| تسويق المشاريع العقارية | maverickframe.com/ar/solutions/real-estate-marketing/ |
| أو ببساطة               | رُدّ على الرسالة التي وصلك 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.