



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Zes maanden te gaan. Eén merk, één model. Teruggerekend.

Wat u in welke maand laat maken vóór de start van de verkoop op tekening, wie elk onderdeel moet overtuigen en wat het merk en het 3D-model meenemen naar de volgende fase.

BEGIN HIER

Vijf leveranciers, vijf stijlen, één project

Bij de meeste nieuwbouwprojecten wordt de lancering in losse delen ingekocht: een naam bij een brandingbureau, renders bij een CGI-studio, een website bij een webteam, een brochure bij een grafisch ontwerper en campagnemateriaal bij een reclamebureau.

Elk van hen begint vanuit eigen bestanden en een eigen planning. Kopers zien vijf versies van het project, en de verkoopstart wacht op de traagste leverancier.

PER FASE INGEKOCHT	GEPLAND ALS ÉÉN ROADMAP
01 De naam en het logo worden goedgekeurd op een wit vel	Het merk wordt vóór de goedkeuring getest op een bouwhekdoek, een website en een brochure
02 Renders worden belicht en gestyled door een studio die het merk nooit heeft gezien	Renders worden gemaakt in de kleuren, het licht en de sfeer van het merk
03 De website, de brochure en het verkooppaviljoen wachten op de renders	Elk onderdeel wordt teruggerekend vanaf de datum van de verkoopstart

Het merk en het model zijn het kapitaal. Het materiaal is het resultaat.

Een naam en een identiteit die op echt materiaal zijn getest, en een 3D-model van het project op basis van de tekeningen van uw architect: dat is wat elk later materiaal hergebruikt. Blijven beide bij één team, dan is elk nieuw onderdeel opmaak en rendering, geen nieuw begin.



Conceptlancering van Maverick Frame voor een villapark: pagina's van de beleggerspresentatie met het masterplan en een verkoopgrafiek.

DE ROADMAP

Wat u per fase bestelt, en wat het meeneemt

Zeven fasen, in de volgorde waarin de meeste projecten met verkoop op tekening ze doorlopen. Elke rij zegt wat u laat maken, wie ja moet zeggen en wat de volgende fase hergebruikt.

FASE	BESTEL DEZE BEELDEN	WIE ZE GEBRUIKT	GAAT MEE NAAR
Strategie	Projectanalyse, concurrerende projecten, de koper, positionering en het lanceringsplan met tijdpad	U en uw partners	De positionering en het plan
Kapitaal	Beleggerspresentatie, eerste beelden van de locatie en het verkoopverhaal	Fondsen, banken, JV-partners	Het 3D-model en het verhaal
Vergunning	Straatbeelden en vogelvluchten van het werkelijke gebouw	De gemeente, de omgeving	Het omgevingsmodel
Merk	Naam, identiteit en merkboek, getest op bouwhekdoek, web en drukwerk	U en uw verkoopteam	De merkregels
Voorverkoop	Website, brochure, modelwoningen, plattegronden, tours en het verkooppaviljoen	Kopers, makelaars, het verkoopteam	Renders, plattegronden, de woningkiezer
Lancering	Campagnemateriaal: social, Reels, advertenties, billboards en bouwhekdoeken	Kopers, uw mediateam	Een bibliotheek met merkmiddelen
Oplevering	Bouwupdates en beelden voor de volgende fase	Kopers, de volgende beleggers	Model en merk voor fase twee

Begin waar u nu staat

Staat het overleg met beleggers volgende maand gepland, begin dan met Kapitaal en bewaar het model. Heeft het project nog een werktitel, doe dan de fase Merk vóór de website en de brochure, want elk later onderdeel draagt de naam.

Niet elk project doorloopt alle zeven fasen, en media-inkoop en pr blijven bij uw bureaus. De fase die als eerste komt, bouwt wat de andere hergebruiken.



Conceptlancering van Maverick Frame voor een villapark: brochureomslag en een spread met plattegronden.

DE KALENDER

Zes maanden tot de lancering, maand voor maand

Een samengesteld plan voor een project met verkoop op tekening van ongeveer 60 woningen, met de verkoopstart in maand zes. Uw datums zullen afwijken; de volgorde en de overlappen meestal niet.

MAAND	WAT ER GEMAAKT WORDT	WIE HET BEOORDEELT
Maand 1	Projectanalyse, koper en positionering, het lanceringsplan met tijdpad; het 3D-model start vanuit de tekeningen of een massamodel	U en uw partners
Maand 2	Naamopties, de identiteit en het merkboek; het eerste exterieur en de eerste vogelvucht voor de beleggerspresentatie	U, beleggers
Maand 3	De beleggerspresentatie; exterieurs, vogelvuchten en interieurs van de modelwoningen in het licht van het merk	Beleggers, de bank
Maand 4	De website met een woning- of villakiezer, de brochure, het plattegrondenboek en de opmaak van de prijslijst	Uw verkoopteam
Maand 5	Content voor het verkooppaviljoen: de film, de tour en grote prints; bouwhekdook en campagnemateriaal in elk formaat	Verkoopteam, mediabureau
Maand 6	Lancering: de website gaat live, het verkooppaviljoen opent, het campagnemateriaal gaat naar uw mediateam	Kopers

1 - 2

MAANDEN VOOR POSITIONERING, NAAM EN MERK

2 - 3

MAANDEN VOOR DE RENDERS, DE WEBSITE EN DE
BROCHURE

1

MAAND VOOR EEN REVIEWRONDE EN DE
CAMPAGNE

Plan het verkooppaviljoen vroeg

Plant u een verkooppaviljoen, dan is het ontwerp ervan ruim vóór de lancering nodig, omdat uw aannemer de inrichting daarnaar bouwt. De film en de prints komen uit hetzelfde model als de renders.

Een kortere lancering is mogelijk als het merk of de renders al bestaan. Een groter project, meerdere fasen of een tweede verkooppaviljoen kosten meer tijd.

EÉN PAGINA

Wat u ons per fase stuurt

De korte lijst met input die per fase de prijs en de doorlooptijd bepaalt. Stuur wat u heeft; wat ontbreekt, wordt een vraag, geen vertraging.

01	Strategie: het project	De locatie, de woningmix, de beoogde prijs en voor wie de woningen bedoeld zijn. Een afgerond ontwerp is niet nodig.
02	Strategie: de markt	De concurrerende projecten waarmee kopers u zullen vergelijken, en wat al besloten is.
03	Kapitaal: het publiek	Wie de presentatie als eerste ziet: een fonds, een bank, een JV-partner of de grondeigenaar, en de datum.
04	Vergunning: de context	De locatie in de straat, de omliggende gebouwen en wat de gemeente wil zien.
05	Merk: de naam	Een werktitel, namen die u wel of niet aanspreken, en domeinen of social-media-accounts die u al heeft.
06	Voorverkoop: de tekeningen	Het model of de tekeningen van de architect, de woningplattegronden, de afwerkingsstaat en de prijslijst.
07	Lancering: de kanalen	Uw CRM, de formaten uit het mediaplan, en wie de advertenties en de pr verzorgt.
08	Elke fase: de datum	Het overleg met beleggers, de inspraakavond of de verkoopstart. Wij plannen vanaf die datum terug.

Fase twee, hetzelfde merk

Hebben wij uw eerste fase gemaakt, dan begint de volgende met één e-mail: de nieuwe tekeningen en de datum. Het merk, het model en de sjablonen liggen klaar.

Onze voorwaarden staan op de volgende pagina

Marktprijzen voor renders en film, onze doorlooptijden en wat als een revisieronde telt, staan op pagina 06. Merk, website en lanceringsmateriaal offren wij per project.



Conceptlancering van Maverick Frame voor een villapark: een billboard langs de weg naar de locatie.

WAT HET KOST

Marktprijzen en onze voorwaarden, zodat u elke offerte kunt toetsen

Ranges die we in 2026 in de markt zien, van freelancer tot studio. Gebruik ze om elke offerte te toetsen, ook die van ons.

WERK IN OPDRACHT	FREELANCER	STUDIO
Exterieurbeeld, per stuk	\$100 - 300	\$250 - 600
Interieurbeeld, per stuk	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakket, 5 - 8 aanzichten	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animatie, per minuut	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Onze standaard doorlooptijden en correctievoorwaarden. Die offeren we, tenzij een project iets anders vraagt, en dat zeggen we voordat het werk begint.

FASE OF OPLEVERING	STANDAARD BIJ MAVERICK FRAME
Eerste concept van een still	3 tot 5 werkdagen na een volledige briefing
Definitieve stills, pakket van 5 - 8	2 tot 3 weken, concepten inbegrepen
Animatie tot één minuut	4 tot 6 weken, eerst storyboard en preview
Inbegrepen correctierondes	Twee in de conceptfase, één op het definitieve beeld
Wat telt als een ronde	Eén samengevoegde lijst met opmerkingen, in één keer gestuurd
Spoedlevering	De helft van de tijd voor ongeveer 40% meer, als de planning het toelaat

Kies een studio voordat de deadline brandt

De duurste projecten die we zien, zijn niet de slecht gebriefte. Het zijn de projecten die in paniek zijn gebrieft, nadat de eerste leverancier was afgehaakt en de lanceringsdatum niet opschoof. Beoordeel een of twee studio's zolang er niets dringt.

Over zelf doen: één 3D-artist heeft zo'n tien softwareabonnementen nodig, een workstation en een reeks aanverwante vaardigheden, van modelleren en belichting tot nabewerking en klantcontact. Dat loont alleen als die persoon elke dag vol aan het werk is. Daaronder pleit de rekensom vanzelf voor uitbesteden.

VOLGENDE STAP

Stuur ons wat u al heeft

Tekeningen, een model, foto's of een conceptbriefing, in welke staat ook. U krijgt van ons een scope, een prijs en de vragen die daarover beslissen, als schriftelijk antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
Vastgoedmarketing	maverickframe.com/nl/oplossingen/vastgoedmarketing/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door wie deze briefings leest

Dim Kuzmenko is medeoprichter van Maverick Frame Studio. De cijfers in deze gids komen uit onze eigen inbox en onze eigen tarieflijst, niet uit een brancheonderzoek.