



PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

Sex månader till start. Ett varumärke, en modell. Planerat baklänges.

Vad ni ska ta fram i vilken månad före säljstarten av ett projekt i nyproduktion, vem varje del ska övertyga och vad varumärket och 3D-modellen för vidare till nästa skede.

BÖRJA HÄR

Fem leverantörer, fem stilar, ett projekt

För de flesta bostadsprojekt köps lanseringen i delar: ett namn från en varumärkesbyrå, renderingar från en CGI-studio, en webbplats från ett webbteam, ett säljprospekt från en grafisk formgivare och kampanjmaterial från en reklambyrå.

Var och en utgår från sina egna filer och sin egen tidplan. Köparna ser fem versioner av projektet, och säljstarten får vänta på den långsammaste leverantören.

KÖPT SKEDE FÖR SKEDE

PLANERAT SOM EN FÄRDPLAN

01	Namnet och logotypen godkänns på en vit sida	Varumärket testas på ett byggplank, en webbplats och ett säljprospekt innan det godkänns
02	Renderingarna ljussätts och stylas av en studio som aldrig har sett varumärket	Renderingarna görs i varumärkets färger, ljus och stämning
03	Webben, säljprospektet och säljkontoret väntar på renderingarna	Varje del planeras baklänges från datumet för säljstarten

Varumärket och modellen är tillgångarna. Materialet är resultatet.

Ett namn och en identitet som har testats på riktigt material, och en 3D-modell av projektet byggd utifrån arkitektens ritningar, är det som allt senare material återanvänder. Om båda stannar hos ett team blir varje ny del layout och rendering, inte en ny start.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: sidor ur investerarpresentationen med illustrationsplanen och ett försäljningsdiagram.

FÄRDPLANEN

Vad ni beställer i varje skede och vad som består

Sju skeden, i den ordning som de flesta nyproduktionsprojekt går igenom dem. Varje rad visar vad som ska tas fram, vem som ska säga ja och vad nästa skede återanvänder.

SKEDE	BESTÄLL DESSA BILDER	VEM ANVÄNDER DEM	FÖRS VIDARE
Strategi	Genomgång av projektet, konkurrerande projekt, köparen, positionering och lanseringsplanen med datum	Ni och era partner	Positioneringen och planen
Kapital	Investerarpresentation, de första bilderna av platsen och säljberättelsen	Fonder, banker, JV-partner	3D-modellen och berättelsen
Bygglov	Gatuvyer och flygvyer av den verkliga byggnaden	Kommunen, samrådet	Omgivningsmodellen
Varumärke	Namn, identitet och varumärkesmanual, testade på byggplank, webb och tryck	Ni och ert säljteam	Varumärkesreglerna
Säljstart	Webb, säljprospekt, visningslägenheter, planlösningar, rundvandringar och säljkontoret	Köpare, mäklare, säljteamet	Renderingar, planer, väljaren
Kampanj	Kampanjmaterial: sociala medier, Reels, annonser, affischtavlor och byggplank	Köpare, ert medieteam	Ett bibliotek av varumärkesmaterial
Inflyttning	Lägesrapporter från bygget och bilder för nästa etapp	Köpare, nästa investerare	Modell och varumärke för etapp två

Börja där ni är

Om investerarmötet är nästa månad, börja med Kapital och spara modellen. Om projektet fortfarande har ett arbetsnamn, ta skedet Varumärke före webben och säljprospektet, eftersom allt senare material bär namnet.

Alla projekt går inte igenom alla sju skeden, och medieköp och PR ligger kvar hos era byråer. Det skede som kommer först bygger det som de andra återanvänder.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: omslaget till säljprospektet och ett uppslag med planlösningar.

KALENDERN

Sex månader till start, månad för månad

En sammansatt plan för ett projekt med omkring 60 bostäder som säljs före byggstart, med säljstart i månad sex. Era datum kommer att se annorlunda ut; ordningen och överlappningarna gör det sällan.

MÅNAD	VAD SOM TAS FRAM	VEM SOM GRANSKAR
Månad 1	Genomgång av projektet, köpare och positionering, lanseringsplanen med datum; 3D-modellen påbörjas utifrån ritningarna eller en volymmodell	Ni och era partner
Månad 2	Namnförslag, identiteten och varumärkesmanualen; den första exteriören och flygvyn till investerarpresentationen	Ni, investerare
Månad 3	Investerarpresentationen; exteriörer, flygvyer och interiörer av visningslägenheter i varumärkets ljus	Investerare, banken
Månad 4	Webben med en lägenhets- eller villaväljare, säljprospektet, planlösningskatalogen och layouten för prislistan	Ert säljteam
Månad 5	Innehåll till säljkontoret: filmen, rundvandringen och storformatstryck; byggplank och kampanjmaterial i alla format	Säljteam, mediebyrå
Månad 6	Säljstart: webben går live, säljkontoret öppnar, kampanjmaterialet går till ert medieteam	Köpare

1 - 2

MÅNADER FÖR POSITIONERING, NAMN OCH
VARUMÄRKE

2 - 3

MÅNADER FÖR RENDERINGARNA, WEBBEN OCH
SÄLJPROSPEKTET

1

MÅNAD FÖR EN GRANSKNINGSRUNDA OCH
KAMPANJEN

Planera säljkontoret tidigt

Om ni planerar ett säljkontor behövs designen i god tid före säljstarten, eftersom er entreprenör bygger inredningen utifrån den. Filmen och trycken kommer från samma modell som renderingarna.

Kortare lanseringar är möjliga när varumärket eller renderingarna redan finns. Ett större projekt, flera etapper eller ett andra säljkontor tar längre tid.

ALLT PÅ EN SIDA

Vad ni skickar till oss i varje skede

Den korta listan med underlag som avgör pris och tidplan i varje skede. Skicka det ni har; det som saknas blir frågor, inte förseningar.

01	Strategi: projektet	Platsen, lägenhetsfördelningen, målpriset och vem bostäderna är till för. Ingen färdig design behövs.
02	Strategi: marknaden	De konkurrerande projekt som köparna kommer att jämföra er med, och det som redan är bestämt.
03	Kapital: mottagarna	Vem som ser presentationen först: en fond, en bank, en JV-partner eller markägaren, och datumet.
04	Bygglov: omgivningen	Platsen i sin gatumiljö, närliggande byggnader och vad kommunen vill se.
05	Varumärke: namnet	Ett arbetsnamn, namn som ni gillar eller ogillar, och domäner eller konton på sociala medier som ni redan har.
06	Säljstart: ritningarna	Arkitektens modell eller ritningar, lägenhetsplanerna, rumsbeskrivningen och prislistan.
07	Kampanj: kanalerna	Ert CRM, formaten i medieplanen och vem som sköter annonserna och PR.
08	Varje skede: datumet	Investermötet, samrådet eller säljstarten. Vi planerar baklänges från det.

Ettap två, samma varumärke

Om vi gjorde er första etapp börjar nästa med ett mejl: de nya ritningarna och datumet. Varumärket, modellen och mallarna finns sparade.

Våra villkor står på nästa sida

Marknadspriser för renderingar och film, våra tidplaner och vad som räknas som en revisionsrunda står på sidan 06. Varumärke, webb och lanseringsmaterial offereras per projekt.



Konceptlansering av Maverick Frame för ett villaområde: en affischtavla vid vägen fram till området.

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.