



UYGULAMA REHBERİ / 2026 BASKISI

Lansmana Altı Ay. Tek Marka, Tek Model. Geriye Doğru Planlı.

Maketten satış lansmanından önce hangi ayda neyin hazırlanacağı, her parçanın kimi ikna etmesi gerektiği ve marka ile 3D modelin bir sonraki aşamaya neleri taşıdığı.

BURADAN BAŞLAYIN

Beş tedarikçi, beş görünüm, tek proje

Çoğu konut projesi lansmanını parça parça satın alır: ismi bir marka ajansından, renderları bir CGI stüdyosundan, web sitesini bir web ekibinden, broşürü bir baskı tasarımcısından ve kampanya görsellerini bir reklam ajansından.

Her biri kendi dosyalarından ve kendi takviminden başlar. Alıcılar projenin beş farklı versiyonunu görür ve satış lansmanı en yavaş tedarikçiyi bekler.

AŞAMA AŞAMA SATIN ALINDIĞINDA

TEK BİR YOL HARİTASI OLARAK PLANLANDIĞINDA

- | | | |
|----|--|--|
| 01 | İsim ve logo beyaz bir sayfa üzerinde onaylanır | Marka, onaydan önce şantiye brandasında, web sitesinde ve broşürde test edilir |
| 02 | Renderların ışığını ve stilini markayı hiç görmemiş bir stüdyo belirler | Renderlar markanın renklerinde, ışığında ve atmosferinde üretilir |
| 03 | Web sitesi, broşür ve satış ofisi renderları bekler | Her parça, satış lansmanı tarihinden geriye doğru planlanır |

Asıl varlıklar marka ve modeldir. Materyaller bunların çıktısıdır.

Gerçek materyaller üzerinde test edilmiş bir isim ve kimlik ile mimarınızın çizimlerinden kurulmuş bir 3D proje modeli, sonraki her materyalin yeniden kullandığı temeldir. İkisi de tek ekipte kalırsa her yeni parça sıfırdan bir başlangıç değil, yalnızca sayfa düzeni ve render işidir.



Maverick Frame'in bir villa projesi için konsept lansmanı: vaziyet planı ve satış grafiğiyle yatırımcı sunumu sayfaları.

YOL HARİTASI

Her aşamada ne sipariş edilmeli, ne kalıcı olur

Maketten satılan projelerin çoğunun karşılaştığı sırayla yedi aşama. Her satır neyin hazırlanacağını, kimin onay vermesi gerektiğini ve bir sonraki aşamanın neyi yeniden kullandığını gösterir.

AŞAMA	SİPARİŞ EDİLECEK GÖRSELLER	KİM KULLANIR	SONRAKİ AŞAMAYA KALAN
Strateji	Proje incelemesi, rakip projeler, alıcı, konumlandırma ve tarihleri belli lansman planı	Siz ve ortaklarınız	Konumlandırma ve plan
Sermaye	Yatırımcı sunumu, ilk saha görselleri ve satış hikâyesi	Fonlar, bankalar, JV ortakları	3D model ve hikâye
Ruhsat	Gerçek binanın sokak ve kuşbakışı görünüşleri	Belediye, çevre sakinleri	Çevre bağlamı modeli
Marka	Proje ismi, kimlik ve marka kitabı; şantiye brandası, web ve basılı işler üzerinde test edilir	Siz ve satış ekibiniz	Marka kuralları
Ön satış	Web sitesi, broşür, örnek daireler, kat planları, turlar ve satış ofisi	Alıcılar, gayrimenkul danışmanları, satış ekibi	Renderlar, planlar, seçici
Lansman	Kampanya görselleri: sosyal medya, Reels, reklamlar, billboardlar ve şantiye brandası	Alıcılar, medya ekibiniz	Marka varlıkları kütüphanesi
Teslim	İnşaat ilerleme görselleri ve bir sonraki etap için görseller	Alıcılar, sonraki yatırımcılar	İkinci etap için model ve marka

Bulunduğunuz yerden başlayın

Yatırımcı toplantısı gelecek ay ise Sermaye aşamasıyla başlayın ve modeli arşivde tutun. Projenin hâlâ yalnızca bir çalışma adı varsa web sitesinden ve broşürden önce Marka aşamasını tamamlayın, çünkü sonraki her parça bu ismi taşır.

Her proje yedi aşamanın tamamından geçmez; medya satın alma ve halkla ilişkiler ise ajanslarınızda kalır. Hangi aşama önce gelirse gelsin, diğerlerinin yeniden kullanacağı temeli o kurar.



Maverick Frame'in bir villa projesi için konsept lansmanı: broşür kapağı ve kat planı sayfası.

TAKVİM

Lansmana altı ay, ay ay

Yaklaşık 60 konutluk, satışları altıncı ayda açılan maketten satış projesi için derlenmiş örnek bir plan. Sizin tarihleriniz farklı olacaktır; sıralama ve çakışmalar ise genellikle değişmez.

AY	NE HAZIRLANIR	KİM İNCELER
Ay 1	Proje incelemesi, alıcı ve konumlandırma, tarihleri belli lansman planı; 3D model çizimlerden veya bir kütle modelinden başlar	Siz ve ortaklarınız
Ay 2	İsim seçenekleri, kimlik ve marka kitabı; yatırımcı sunumu için ilk dış cephe ve kuşbakışı görsel	Siz, yatırımcılar
Ay 3	Yatırımcı sunumu; markanın ışıltı dilinde dış cepheler, kuşbakışı görseller ve örnek daire iç mekanları	Yatırımcılar, banka
Ay 4	Daire veya villa seçicili web sitesi, broşür, kat planı kataloğu ve fiyat listesi düzeni	Satış ekibiniz
Ay 5	Satış ofisi içerikleri: film, tur ve büyük baskılar; her boyutta şantiye brandası ve kampanya görselleri	Satış ekibi, medya ajansı
Ay 6	Lansman: web sitesi yayına girer, satış ofisi açılır, görseller medya ekibinize gider	Alıcılar

1 - 2

AY KONUMLANDIRMA, PROJE İSMİ VE MARKA İÇİN

2 - 3

AY RENDERLAR, WEB SİTESİ VE BROŞÜR İÇİN

1

AY BİR REVİZYON TURU VE KAMPANYA İÇİN

Satış ofisini erken planlayın

Bir satış ofisi planlıyorsanız tasarımına lansmandan çok önce ihtiyaç vardır, çünkü yükleniciniz uygulamayı bu tasarıma göre yapar. Filmi ve baskıları renderlarla aynı modelden çıkar.

Marka veya renderlar zaten varsa daha kısa lansmanlar mümkündür. Daha büyük bir proje, birden fazla etap ya da ikinci bir satış ofisi süreyi uzatır.

TEK SAYFADA

Her aşamada bize ne göndermelisiniz

Her aşamada fiyatı ve takvimi belirleyen kısa girdi listesi. Elinizde ne varsa gönderin; eksik olanlar gecikmeye değil, soruya dönüşür.

01	Strateji: proje	Arsa, daire dağılımı, hedef fiyat ve evlerin kime yönelik olduğu. Bitmiş bir tasarım gerekmez.
02	Strateji: pazar	Alıcıların sizi karşılayacağı rakip projeler ve şimdiden kararlaştırılmış olanlar.
03	Sermaye: hedef kitle	Sunumu ilk kimin göreceği: bir fon, bir banka, bir JV ortağı ya da arsa sahibi; ve tarih.
04	Ruhsat: bağlam	Arsanın sokaktaki konumu, çevredeki binalar ve belediyenin görmek istedikleri.
05	Marka: isim	Bir çalışma adı, beğendiğiniz veya beğenmediğiniz isimler ve hâlihazırda sahip olduğunuz alan adı ya da sosyal medya kullanıcı adları.
06	Ön satış: çizimler	Mimarın modeli veya çizimleri, daire planları, malzeme listesi ve fiyat listesi.
07	Lansman: kanallar	CRM sisteminiz, medya planındaki formatlar ve reklamlarla halkla ilişkileri kimin yürüttüğü.
08	Her aşama: tarih	Yatırımcı toplantısı, belediye sunumu ya da satış lansmanı. Planı bu tarihten geriye doğru kurarız.

İkinci etap, aynı marka

İlk etabınızı biz hazırladıysak bir sonrakine tek bir e-postayla başlanır: yeni çizimler ve tarih. Marka, model ve şablonlar arşivimizde hazırır.

Koşullarımız bir sonraki sayfada

Renderlar ve film için piyasa fiyatları, sürelerimiz ve neyin bir revizyon turu sayıldığı 06. sayfada. Marka, web sitesi ve lansman materyalleri proje bazında fiyatlandırılır.



Maverick Frame'in bir villa projesi için konsept lansmanı: arsaya giden yolda bir yol kenarı billboardu.

MALİYETLER

Piyasa fiyatları ve koşullarımız, her teklifi kontrol edebilmeniz için

2026'da piyasada gördüğümüz aralıklar, serbest çalışandan stüdyoya. Bizimki dahil her teklifin sağlamasını yapmak için kullanın.

TESLİM EDİLEN İŞ	SERBEST ÇALIŞAN	STÜDYO
Tek dış mekan görseli	\$100 - 300	\$250 - 600
Tek iç mekan görseli	\$120 - 350	\$300 - 700
5 - 8 açılık paket	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animasyon, dakika başına	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Standart teslim sürelerimiz ve revizyon koşullarımız. Bir proje farklı bir şey gerektirmedikçe teklifimiz bunlara dayanır; gerektiriyorsa bunu iş başlamadan söyleriz.

AŞAMA VEYA TESLİM	MAVERICK FRAME STANDARDI
Bir görselin ilk taslağı	Eksiksiz bir brief'ten itibaren 3 ila 5 iş günü
Bitmiş görseller, 5 - 8 görsellik paket	2 ila 3 hafta, taslaklar dahil
Bir dakikaya kadar animasyon	4 ila 6 hafta, önce storyboard ve ön izleme
Dahil revizyon turları	Taslak aşamasında iki, final görselde bir
Bir tur neyi kapsar	Tek seferde gönderilen, birleştirilmiş tek bir yorum listesi
Acil teslim	Takvim uygunsa yarı sürede, yaklaşık %40 ek ücretle

Teslim tarihi alev almadan bir stüdyo belirleyin

Gördüğümüz en pahalı projeler, brief'i zayıf olanlar değil. İlk tedarikçi başarısız olduktan sonra, lansman tarihi yerinden oynamazken panik içinde verilen işler. Hiçbir şey acil değilken bir iki stüdyoyu değerlendirin.

Şirket içi ekip üzerine bir not: tek bir 3D sanatçısı yaklaşık on yazılım aboneliğine, bir iş istasyonuna ve modelleme, ışıklandırma, post prodüksiyon ve müşteri iletişimi gibi bir dizi yan beceriye ihtiyaç duyar. Bu, ancak o kişi her gün dolu olduğunda karşılığını verir. Bunun altında hesap kendiliğinden dış kaynak kullanımından yanadır.

SONRAKİ ADIM

Elinizde ne varsa bize gönderin

Planlar, bir model, fotoğraflar ya da bir brief taslağı, hangi durumda olursa olsun. Kapsam, fiyat ve bunları belirleyen sorularla yazılı olarak yanıt veririz, satış görüşmesi yapmadan.

İletişim formu	maverickframe.com/contacts/
Gayrimenkul pazarlama	maverickframe.com/tr/cozumler/gayrimenkul-pazarlama-ajansi/
Ya da kısaca	bu rehberin geldiği e-postayı yanıtlayın.

Bu brief'leri okuyan ekip tarafından yazıldı

Dim Kuzmenko, Maverick Frame Studio'nun kurucu ortağıdır. Bu rehberdeki rakamlar bir sektör anketinden değil, kendi gelen kutumuzdan ve kendi fiyat listemizden geliyor.