



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Sześć obrazów sprzedaje dom z planu. Na **dziewięć** nikt nie patrzy.

Zamówienie na piętnaście obrazów, jakie zwykle składa deweloper, wycenione pozycja po pozycji, i sześć obrazów, które naprawdę sprzedają dom, zanim wylane zostaną fundamenty.

ZACZNIJ TUTAJ

Nie da się go obejrzeć. Robi to sześć obrazów.

Dom z planu sprzedaje się, zanim ktokolwiek może w nim stanąć, więc obrazy wykonują pracę, którą zrobiłaby prezentacja na miejscu. Prezentacja ma swoją trasę: ulica, drzwi wejściowe, kuchnia, ogród, główna sypialnia. Sprzedają obrazy z tej trasy. Cała reszta to dokumentacja.

Deweloperzy i firmy budowlane często zamawiają według kompletu rysunków: jedno ujęcie na elewację, jedno na pomieszczenie. Wydaje się to dokładne i dobrze wygląda we wniosku o pozwolenie. Ale portal ogłoszeniowy pokazuje duże tylko pierwsze zdjęcie, a resztę jako przewijaną galerię, a rozkładówka folderu mieści trzy. Zamówienie rośnie, a nadmiarowe obrazy czekają w folderze.

ZAMAWIANE WEDŁUG RYSUNKÓW		ZAMAWIANE WEDŁUG PREZENTACJI	
01	Jedno ujęcie na elewację	Front od ulicy i ogród. Elewacja boczna nic nie sprzedaje.	
02	Każda sypialnia	Główna sypialnia. Pozostałe to ten sam pokój z innym łóżkiem.	
03	Pralnia, hol i gabinet	Nic. Rzut pokazuje, że istnieją, a rzut kosztuje ułamek renderu.	
04	Widok z lotu ptaka „dla kompletu”	Jeden widok z góry tylko wtedy, gdy atutem jest działka albo okolica.	

O ogłoszeniu decyduje pierwszy obraz.

Na portalu ujęcie główne to jedyny obraz, który kupujący widzi w pełnym rozmiarze, zanim kliknie. Zasluguje na budżet, wersję o zmierzchu i najwięcej staranności. Trzecia sypialnia nie.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

FAKTURA

Piętnaście obrazów. Sprzedawało tylko sześć.

Poniżej zestawienie złożone z typowego zamówienia dla wolnostojącego domu z czterema sypialniami sprzedawanego z planu, wycenione po średnich stawkach rynkowych studia. Każdy obraz to rozsądna prośba. Druga kolumna pokazuje, czy trafił do ogłoszenia i folderu.

OBRAZ		W OGŁOSZENIU	STAWKI STUDIA
01	Front od ulicy, dzień	sprzedaje	\$500
02	Front od ulicy o zmierzchu, zapalone światła	sprzedaje	\$500
03	Ogród i taras od tyłu	sprzedaje	\$450
04	Otwarta kuchnia z salonem	sprzedaje	\$550
05	Główna sypialnia	sprzedaje	\$450
06	Główna łazienka	sprzedaje	\$450
07	Elewacja boczna	pominięty	\$400
08	Drugi kąt od ulicy	pominięty	\$450
09	Podjazd i garaż	pominięty	\$400
10	Hol wejściowy	pominięty	\$400
11	Druga sypialnia	pominięty	\$400
12	Trzecia sypialnia	pominięty	\$400
13	Pralnia	pominięty	\$350
14	Gabinet	pominięty	\$400
15	Widok działki z lotu ptaka	pominięty	\$600
Sześć obrazów, które sprzedawały			\$2 900
Dziewięć obrazów, na które nikt nie patrzył			\$3 800
Ile kosztowało piętnaście			\$6 700
Ile kosztowało sześć			\$2 900

\$3 800 to kolejny typ domu, już wyrenderowany.

Dziewięć pominiętych obrazów zrobiono z tą samą starannością co sześć. Wydane na sześć ujęć drugiego typu domu albo na krótki film z kuchni i ogrodu, te same pieniądze pracują na sprzedaż, a nie na archiwum.

POZYCJA PO POZYCJI

Sześć, które sprzedają, i jak opisać każde

Opisz starannie tych sześć, a reszta zestawu staje się opcjonalna. Ostatnie trzy pozycje mówią, co zrobić z uwolnionym budżetem.

OBRAZ	CO ZAPISAĆ W BRIEFIE
01 Front od ulicy, dzień	Kamera na wysokości oczu przechodnia na chodniku, a nie dron. Nazwij cegłę, okładzinę i dachówkę; to je kupujący porównuje z domem pokazowym.
02 Front od ulicy o zmierzchu	Ta sama kamera, zapalone światła w środku. Często najmocniejsze ujęcie na portal, więc poproś o szeroki kadr i kwadrat z tego samego renderu.
03 Ogród i taras od tyłu	Pokaż ogród w stanie z dnia odbioru, potem napisz, czy chcesz dojrzałą zieleni. Ogród, którego kupujący nie dostanie, później wraca jako reklamacja.
04 Kuchnia z salonem	Pomieszczenie, które ludzie kupują. Ustal blat, fronty szafek i podłogę przed modelowaniem; to widok, który najczęściej zmienia się w poprawkach.
05 Główna sypialnia	Okno, ściana za łóżkiem i widok na zewnątrz. Napisz, czy widok ma być prawdziwy; sąsiednia działka może jeszcze nie być zabudowana.
06 Główna łazienka	Płytki, bateria i światło. To bliski kadr, więc konkretne produkty są widoczne: nazwij je albo zaakceptuj odpowiedniki z biblioteki.
07 Pozostałe dziewięć	Zastąp je umeblowanym rzutem. Pokazuje, gdzie jest pralnia i gabinet, za ułamek ceny renderu.
08 Kolejne typy domów	Na osiedlu wyrenderuj sześć ujęć dla każdego typu domu zamiast piętnastu dla pierwszego. Kupujący porównują typy, a nie pokoje.
09 Kolejność pracy	Najpierw zleć front od ulicy, zaakceptuj go, potem resztę. Materiały i światło ustala się na jednym obrazie, a pozostałe idą szybciej.

JEDNA STRONA

Co deweloperzy naprawdę nam wysyłają

Klienci, których logo widać na naszych stronach usług, nie przysyłają listy obrazów pokój po pokoju. Przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści maila, i to wystarczy, żeby wycenić projekt i zacząć pracę.

01	Dom	Typ, liczba działek i rysunki. Napisz, który komplet jest aktualny.
02	Gdzie będzie sprzedawany	Portal, folder, tablica na budowie, biuro sprzedaży. Od tego zależą kadry i rozdzielczość.
03	Sześć ujęć	Albo twoja wersja tego zestawu, z nazwanym ujęciem głównym.
04	Materiały elewacji	Cegła, okładzina, dach i okna, jako konkretne produkty, jeśli je masz.
05	Kuchnia i łazienka	Wykończenia albo „z biblioteki, podobne”, jeśli nic nie jest ustalone.
06	Ogród	W stanie z dnia odbioru albo z dojrzałą zielenią. Napisz, który wariant.
07	Kontekst	Zdjęcie działki, prawdziwi sąsiedzi albo ogólna ulica.
08	Pora dnia	Dzień dla zestawu, zmierzch dla ujęcia głównego.
09	Data startu sprzedaży	Prawdziwa, kiedy ogłoszenie wchodzi na portal.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najszybsza droga do dopasowanego zestawu.

Sześć teraz, więcej przy starcie

Zamów sześć przed startem sprzedaży i dodawaj obrazy, gdy wiesz, który typ domu schodzi najwolniej. Model jest już wtedy zbudowany, więc dodatkowe ujęcia powstają szybko.

Renderuj to, co przekazujesz

Kupujący porównują gotowy dom z folderem. Obraz, który obiecywał dojrzały ogród albo wykończenie wycięte później z budżetu, to ten, z którym przychodzą na odbiór.

ILE TO KOSZTUJE

Stawki rynkowe i nasze warunki, żeby sprawdzić każdą wycenę

Przedziały widoczne na rynku w 2026 roku, od freelancera po studio. Użyj ich, żeby sprawdzić każdą wycenę, także naszą.

PRACA NA ZLECENIE	FREELANCER	STUDIO
Wizualizacja zewnętrzna, jedna	\$100 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nasze standardowe terminy i zasady poprawek. Tak wyceniamy, chyba że projekt wymaga czegoś innego, a wtedy mówimy o tym przed rozpoczęciem pracy.

ETAP LUB MATERIAŁ	STANDARD MAVERICK FRAME
Pierwszy szkic wizualizacji	Od 3 do 5 dni roboczych od kompletnego briefu
Gotowe wizualizacje, pakiet 5 - 8	Od 2 do 3 tygodni, szkice w cenie
Animacja do jednej minuty	Od 4 do 6 tygodni, najpierw storyboard i podgląd
Rundy poprawek w cenie	Dwie na etapie szkicu, jedna na finalnym obrazie
Co liczy się jako runda	Jedna zebrana lista uwag, wysłana za jednym razem
Tryb ekspresowy	Półowa czasu za około 40% więcej, jeśli harmonogram na to pozwala

Wybierz studio, zanim termin zacznie się palić

Najdroższe projekty, jakie widzimy, to nie te ze słabym briefem. To te zlecane w panice, gdy pierwszy wykonawca już zawiódł, a data premiery się nie przesunęła. Sprawdź jedno lub dwa studia, póki nic nie jest pilne.

Słowo o zespole wewnętrznym: jeden grafik 3D potrzebuje około dziesięciu subskrypcji oprogramowania, stacji roboczej i szeregu pokrewnych umiejętności, od modelowania i oświetlenia po postprodukcję i kontakt z klientem. Oplaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Prześlij nam to, co już masz

Rysunki, model, zdjęcia albo szkic briefu, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Wizualizacje osiedli	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-osiedli/
Albo po prostu	odpowiedz na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy czytają te briefy

Dim Kuzmenko jest założycielem Maverick Frame Studio. Liczby w tym przewodniku pochodzą z naszej własnej skrzynki i naszego własnego cennika, nie z badania branżowego.