



دليل عملي / إصدار 2026

موعد البث ثابت.

والاستوديو لا.

والاستعجال يكلف \$4,104.

كيف تشتري الوكالات الإبداعية والإعلانية CGI لإطلاق منتج: مرئيات رئيسية ومقطع FOOH وفيلم باسمك، ومجموعة حملة مسعرة، وأسطر الموجز التي تدفعها إلى الاستعجال.

ابدأ من هنا

الفكرة تُباع قبل أن تُبنى

تبيع الوكالة الإبداعية الفكرة أولاً وتبنيها ثانيًا. يُكسب العرض بلقطات لا يُطلب من أحد أن يجعلها تعمل في شارع حقيقي، مع المنتج الحقيقي، وبكل مقاس تحتاجه خطة الإعلام. يبدأ الإنتاج بعد توقيع العميل، وموعد البث حُدد قبل ذلك بكثير.

معظم التجاوزات التي نراها تأتي من هذه الفجوة. لقطات العرض صُنعت بسرعة، غالبًا بالذكاء الاصطناعي أو على يد مستقل، ولا شيء فيها ينتقل إلى الإنتاج. يُكلف الاستوديو بعد اعتماد العميل، ويُبنى النموذج من الصفر، وتذهب الأسابيع المخصصة للمعاينات في اللحاق بالموعد. الاستعجال تسعير صادق للوقت الضائع، وتدفعه الوكالة لأن سعر العميل اتُفق عليه في العرض.

ما يحدد التكلفة فعليًا

ما تخطط الوكالة حوله

01	الفكرة ولقطات العرض المعتمدة	هل يمكن بناء المنتج والإضاءة والموقع في تلك اللقطات كما تظهر.
02	اعتماد العميل	متى يسمع الاستوديو بالمشروع. كل أسبوع بين العرض والموجز يُقتطع من الإنتاج.
03	مقطع FOOH «في المدينة»	اللقطه الحية: التصوير والشارع وحركة الكاميرا التي يجب أن يتبعها العمل ثلاثي الأبعاد.
04	المرئي الرئيسي في العرض التقديمي	خطة الإعلام: مقاسات اللوحات الخارجية والعمودي والمربع ومدد الأفلام، مؤطرة في الكاميرا لا مقطوعة لاحقًا.

كُلّف الاستوديو في أسبوع العرض.

لا لتلتزم بالميزانية، بل لتحجز الوقت. النموذج الذي بدأ للقطات العرض ينتقل إلى الإنتاج، ويكفّ موعد البث عن أن يكون طلبًا مستعجلًا.



عمل إنتاجي من Maverick Frame.

مجموعة الحملة

إطلاق منتج واحد، مسعر بندًا بندًا

نموذج مركّب من حملات الإطلاق التي تأتينا بها الوكالات الإبداعية، مسعر بسعرنا المعلن \$45 للساعة لـ CGI المنتجات والتحريك وFOOH. منتج واحد، وثلاثة مرثيات رئيسية، ومقطع FOOH، وفيلم مدته 30 ثانية، وكل مقاس تذكره خطة الإعلام. السطر الأخير هو المجموعة نفسها بعد الاعتماد.

الفخزج	الأساس	بسرر \$45 للساعة
01	نموذج المنتج من CAD أو تصميم العبوة، بتفاصيل الصورة الرئيسية	16 ساعة
02	لقطات أسلوب للعرض: لقطتان لإثبات الفكرة	ساعات 2 x 6
03	المرثيات الرئيسية الثلاثة التي تحمل الحملة	ساعة 3 x 12
04	مرثيات ثانوية للمطبوعات والرقمي	ساعات 4 x 8
05	مقطع FOOH مدته 15 ثانية على لقطة حية متتبعة	44 ساعة
06	فيلم المنتج الرئيسي، 30 ثانية	60 ساعة
07	نسخ مختصرة من الفيلم: 15 و6 ثواني	ساعات 2 x 6
08	لقطات للوحات الخارجية و16:9 و9:16 مخططة في الكاميرا	ساعة 16 x 1
مخطط من العرض، جدول عادي، 228 ساعة		\$10,260
بعد الاعتماد: استعجال على المجموعة كلها، نحو 40%		\$4,104 +

محجوز في العرض

\$10,260

محجوز بعد الاعتماد، قبل البث بثلاثة أسابيع

\$14,364

أسابيع قبل البث	في الإنتاج	ما يراه عميلك
8	الموجز، والنموذج من لقطات العرض، ووصول اللقطة الحية	لا شيء بعد
6	لقطات الأسلوب ولوحة قصة الفيلم	المظهر، للاعتماد
4	مسودات المرثيات، وتتبع FOOH، ومعاينة الفيلم	المسودات الأولى، جولة واحدة
2	النهائيات، والإضاءة وتدرج الألوان، والفيلم كاملاً	الصور النهائية والفيلم
1	النسخ المختصرة وكل المقاسات	التسليم، حسب موضع النشر

الأخطاء

سبعة أسطر تكلف الوكالات الإبداعية

هذه أسطر نقرؤها في موجزات الوكالات الإبداعية كل شهر تقريبًا. كل منها معقول في وثيقة عرض، ومكلف في الإنتاج.

ما تكتبه بدلًا من ذلك

ما تكتبه الوكالات الإبداعية

01	«سنكلف الإنتاج حين يوقّع العميل»	كلّفنا في أسبوع العرض بما نعرفه. نحجز الوقت، وينتقل نموذج العرض إلى الإنتاج.
02	«طابقوا اللقطات التي اعتمدها العميل»	حدّد أي اللقطات تضبط الأجواء وأيّها تُظهر المنتج كما وُقّع. لقطات الذكاء الاصطناعي تخطئ غالبًا في النسب والملصقات، والعمليل يتذكر اللقطة.
03	«واقعي تمامًا، مثل العرض التقديمي»	سمّم ما يجب أن يكون دقيقًا: المنتج حتى الملصق، والمدينة، ووقت اليوم. ثم قل ما يمكن أن يكون مؤسليًا.
04	«في وسط المدينة، والموقع يُؤكّد لاحقًا FOOH»	أرسل اللقطة الحية أو الشارع وحركة الكاميرا. العمل ثلاثي الأبعاد يتبع التصوير، فالتصوير أولاً.
05	«البث منتصف أكتوبر»	موعد البث الحقيقي، وآخر مراجعة للعميل، وموعد تسليم الإعلام. نعمل رجوعًا من الثلاثة.
06	«كل المقاسات لخطّة الإعلام»	خطة الإعلام نفسها: مقاسات اللوحات الخارجية و16:9 و9:16 و1:1 ومدد الأفلام. اللقطات تُؤظّر لكل موضع، لا تُقُطع من نسخة رئيسية.
07	«العبوة النهائية تصل لاحقًا»	أرسل ملف CAD أو تصميم العبوة الحالي الآن وحدّد ما قد يتغير. تبديل ملصق متأخر أمر صغير، أما شكل جديد فلا.

الفكرة تبقى لك.

نعمل بنظام العلامة البيضاء، ونوقّع اتفاقية السرية الخاصة بك، ونبقى خارج اجتماع العميل ما لم تُدخلنا. تصلنا الملاحظات من شخص واحد في الوكالة، قائمةً واحدة لكل جولة.

قبل أن يدخل مقطع FOOH الإنتاج

- ☐ لقطة حية بالدقة التي ستسلّم بها، أو موعد لتصويرها.
- ☐ حركة الكاميرا والعدسة، ولو بتسجيل هاتف للشارع.
- ☐ وقت اليوم والطقس، مطابقان للقطة الحية لا للقطة العرض.
- ☐ حجم المنتج في الشارع، برسم تقريبي فوق صورة ثابتة من اللقطة.
- ☐ كل موضع نشر ومدة سيُعرض فيها المقطع، بما فيها النسخة العمودية.



عمل إنتاجي من Maverick Frame.

الصفحة الواحدة

ما ترسله إلينا الوكالات الإبداعية فعلاً

الوكالات التي تظهر شعاراتها على صفحات خدماتنا لا ترسل مواصفات إنتاج. لإطلاق منتج ترسل شيئاً قريباً من هذا، مع العرض التقديمي مرفقاً، وهو يكفي للتسعير وحجز الوقت.

01	الفكرة	فقرة واحدة، واللقطات التي اعتمدها العميل.
02	المنتج	ملف CAD أو تصميم العبوة أو صور العيّنة، وما زال يتغير.
03	المرئيات الرئيسية	كم مرثئاً رئيسياً، وكم لقطة ثانوية.
04	الفيلم	مدة النسخة الرئيسية وكل نسخة مختصرة.
05	FOOH	الموقع، واللقطة الحية أو من يصورها، وحركة الكاميرا.
06	خطة الإعلام	كل موضع نشر ومقاسه ومدته.
07	المواعيد	لقطات الأسلوب، والمسودات الأولى، ومراجعة العميل، والبث.
08	المراجع	الشخص الوحيد الذي يجمع الملاحظات.
09	العلامة البيضاء	بلا ذكر للاستوديو، مع حقك في عرض العمل ضمن أعمالك.
10	الميزانية	سعر شرائك، لا سعر العميل.

نموذج واحد لكل المراحل

المنتج الذي بُني للعرض هو نفسه الذي نضيئه للفيلم ونضعه في لقطة FOOH. لا شيء يُنمذج مرتين.

لقطات الأسلوب قبل المرئيات الرئيسية

لقطتان تضبطان الإضاءة والعدسة وتدرج الألوان تكلفان يوماً أو يومين. وحين تُعتمدان أولاً، تُبقيان كل صورة لاحقة والفيلم على مظهر واحد.



عمل إنتاجي من Maverick Frame.

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.

المعيار لدى MAVERICK FRAME

المرحلة أو الفخزج

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 ضعيفًا، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قيم 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 يؤدي ذلك ثماره إلا إذا كان هذا الشخص مشغولاً كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يبرّج الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

أرسل إلينا العرض التقديمي وموعد البث

العرض التقديمي، واللقطات التي اعتمدها العميل، وملفات CAD أو صور المنتج، وخطة الإعلام، في أي حالة كانت. سنرد عليك بنطاق عمل وسعر والأسئلة التي تحددهما، كتابةً ومن دون مكالمة مبيعات.

maverickframe.com/contacts/	نموذج التواصل
maverickframe.com/ar/solutions/marketing-agencies/	إنتاج CGI للوكالات
رُدّ على الرسالة التي وصلك فيها هذا الدليل.	أو ببساطة

كتبه من يقرؤون هذه الموجزات

يشغل Dim Kuzmenko منصب مؤسس Maverick Frame Studio. الأرقام الواردة في هذا الدليل مصدرها بريدنا الوارد وقائمة أسعارنا، لا استطلاع قطاعي.