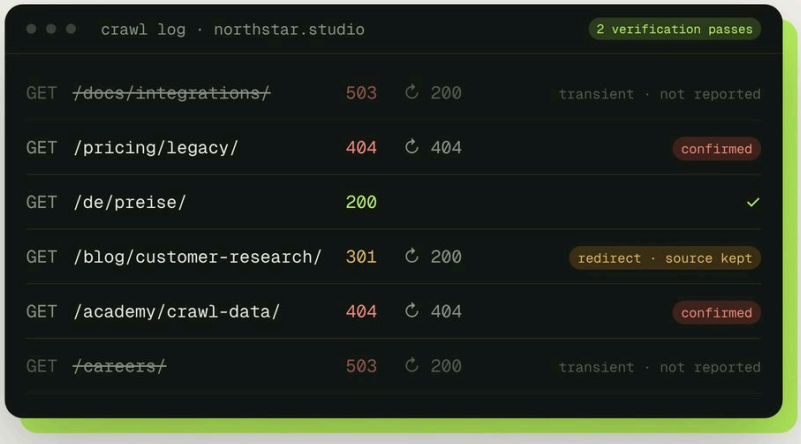
MAVERICK FRAME STUDIO

VERIFIED CRAWLING

Trust the finding *before you create the task.*

Server errors are re-requested before they count. Temporary failures stay out of your task list.



128 findings. *Four honest states.*

never one blended number

47	51	18	12
Confirmed issues	Recommendations	Manual review	Crawler limitations

GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Wallets. Agents. API. Un parcours clair. Expliqué sans esbroufe.

Le kit vidéo dont une plateforme fintech, crypto ou IA a besoin pour être comprise et inspirer confiance : quels films expliquent le parcours, comment montrer un produit sans forme physique, et les affirmations qui coûtent sa crédibilité à un lancement.

Dim Kuzmenko
Cofondateur, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

COMMENCEZ ICI

Une plateforme inspire confiance avant l’usage

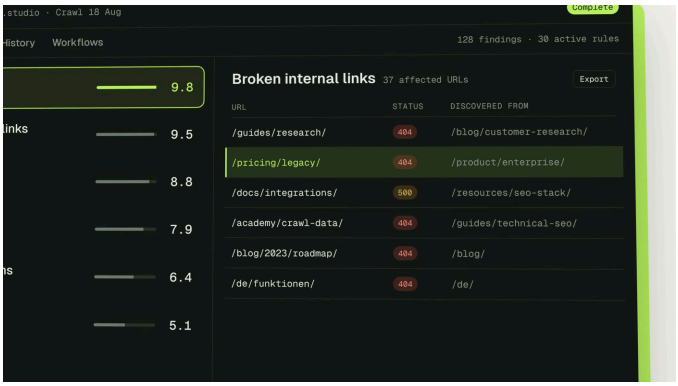
Les plateformes fintech, crypto et IA ont rarement du mal à faire une vidéo. Elles ont du mal à en faire une à laquelle un acheteur prudent croit. Le produit est un flux de données, d’argent ou de décisions que personne ne voit, et chaque film est tenté de combler le vide avec des réseaux lumineux et de grandes promesses.

Le public retient alors les effets, pas le produit, et l’équipe conformité ou le premier prospect sérieux demande ce qui est réellement affirmé. Un film construit sur le vrai parcours, étape par étape, avec l’interface à l’écran et chaque affirmation vérifiée, fait l’inverse : il rend le produit concret et donne aux commerciaux un appui solide.

	UNE PLATEFORME EXPLIQUÉE À COUPS D’EFFETS	UNE PLATEFORME EXPLIQUÉE ÉTAPE PAR ÉTAPE
01	**Réseaux lumineux et pièces de monnaie génériques**	Les vrais écrans, une étape à la fois
02	**Promesses de vitesse et de sécurité**	Les contrôles que le produit effectue réellement
03	**Un seul film pour tous les publics**	Une version pour les acheteurs, une pour les développeurs
04	**Des fonctionnalités à venir présentées comme disponibles**	Uniquement ce qui existe aujourd’hui
05	**Un nouveau film pour chaque nouveau marché**	Scènes réutilisées, texte et voix localisés

Montrez le parcours, puis le bénéfice.

Décidez ce que le spectateur doit comprendre, dans l’ordre : ce qui entre, ce que fait la plateforme, ce qui sort et pourquoi c’est sûr. Les scènes découlent de cet ordre, pas d’une bibliothèque d’effets.



Rendu de production Maverick Frame.

LA LISTE DES VIDÉOS

Le kit explicatif plateforme, vidéo par vidéo

Un ensemble type pour une plateforme fintech, crypto ou IA, pas la commande d'un client précis. Il suppose un produit avec un public business et un public technique. Les durées sont un repère : c'est l'histoire qui les fixe.

VIDÉO	DURÉE	OÙ ELLE EST DIFFUSÉE
Vidéo explicative de la plateforme	60 à 90 secondes	Page d'accueil, rendez-vous investisseurs et partenaires
Film « comment ça marche »	1 à 2 minutes	Page produit, appels commerciaux
Présentation développeurs ou API	1 à 3 minutes	Documentation, portail développeurs
Vidéo sécurité et confiance	45 à 90 secondes	Ventes, achats, conformité
Vidéos de fonctionnalité et de nouvelle version	20 à 45 secondes	Notes de version, communauté
Versions de lancement et publicitaires	6 à 30 secondes	Réseaux sociaux, publicité payante

Deux publics, une seule série de scènes.

Acheteurs et développeurs ont besoin de films différents, pas de productions différentes. Les mêmes scènes d'interface et de parcours sont montées en une courte histoire business et une présentation technique plus longue.

VIDÉO	CE QU'ELLE DOIT FAIRE	QUI REGARDE
Vidéo explicative de la plateforme	Dire ce que fait le produit et pourquoi il compte	Acheteurs, partenaires, investisseurs
Film « comment ça marche »	Montrer le parcours, étape par étape	Utilisateurs, commerciaux
Présentation API	Montrer comment développer dessus	Développeurs
Vidéo sur la confiance	Montrer ce qui protège l'argent et les données	Achats, conformité

LES ERREURS DE VOTRE CÔTÉ

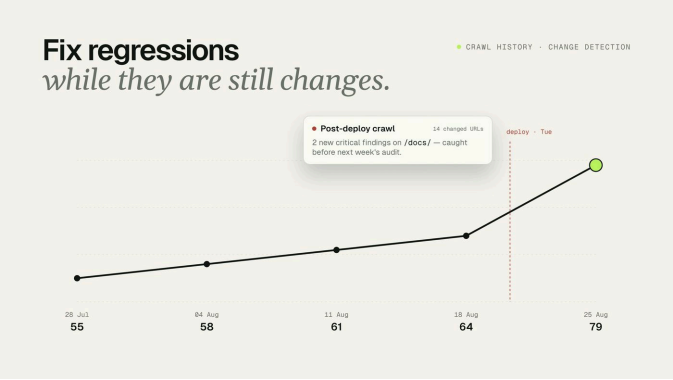
Six phrases qui coûtent sa crédibilité au produit

Elles viennent de briefs de plateformes que nous recevons. Chacune se comprend, et chacune affaiblit la confiance ou double le travail.

	CE QUE DIT LE BRIEF	CE QU'IL FAUT ENVOYER À LA PLACE
01	**Donnez-lui un air futuriste**	Montrez les vrais écrans et le vrai parcours. La confiance vient de la clarté, pas des effets.
02	**Dites que c'est la plus sécurisée**	Nommez les contrôles que le produit effectue réellement. Une affirmation précise est crue ; un superlatif est mis en doute.
03	**Montrez l'IA en train de réfléchir**	Montrez l'entrée, les étapes et le résultat. Le public fait confiance à ce qu'il peut suivre.
04	**Le token sort le mois prochain**	Montrez ce qui fonctionne aujourd'hui et laissez les dates hors du film. Les dates changent ; le film ne devrait pas avoir à changer.
05	**Une vidéo pour tout le monde**	Prévoyez une version business et une version technique à partir des mêmes scènes.
06	**Comme la dernière vidéo**	Joignez le dernier projet et dites ce qui a changé : un écran, un parcours ou un marché. Les scènes archivées couvrent le reste.

Vérifiez chaque affirmation sur le papier.

Demandez que chaque affirmation du script soit vérifiée par rapport à votre documentation, et que le projet reste archivé. Quand le produit, la réglementation ou le marché changent, la mise à jour part d'un montage, pas d'un fichier vierge.



Rendu de production Maverick Frame.

L'ESSENTIEL SUR UNE PAGE

Ce que les équipes plateforme nous envoient vraiment

Les équipes plateforme n'envoient pas de cahier des charges. Pour une vidéo explicative, elles envoient quelque chose de proche de ceci, souvent dans le corps d'un e-mail, et cela suffit pour chiffrer.

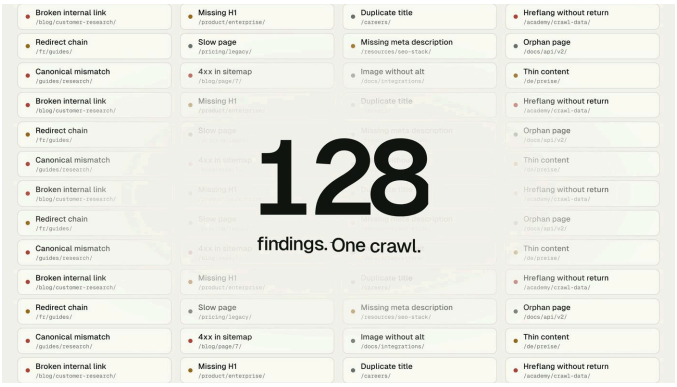
01	**Le produit**	Un compte de démo ou une visite enregistrée du parcours principal.
02	**Le parcours**	Ce qui entre, ce que fait la plateforme et ce qui sort, en quelques lignes.
03	**L'audience**	Acheteurs, utilisateurs, développeurs, investisseurs ou régulateurs, et lequel passe en premier.
04	**Les affirmations**	Ce que le produit fait aujourd'hui, et ce qu'il ne faut pas encore dire.
05	**La marque**	Logo, couleurs, polices et toute charte d'interface ou de motion.
06	**Le style**	Deux films que vous admirez, et ce que vous ne voulez pas.
07	**Le canal**	Page d'accueil, ventes, portail développeurs ou publicité.
08	**La date**	Le lancement, le listing, le salon ou la levée.
09	**Le budget**	Pour le premier film ou pour l'ensemble. L'un ou l'autre suffit pour cadrer.

Commencez par le parcours principal

Validez d'abord le script et le style sur la vidéo explicative de la plateforme. Les vidéos techniques et de confiance suivent ce modèle.

Vérifiez les affirmations tôt

Envoyez le script à la conformité ou au juridique avant l'animation. Une phrase changée sur le papier coûte quelques minutes ; une phrase changée dans un film fini coûte un nouveau rendu.



Rendu de production Maverick Frame.

CE QUE CELA COÛTE

Prix du marché et nos conditions, pour vérifier n’importe quel devis

Fourchettes observées sur le marché en 2026, de l’indépendant au studio. Servez-vous-en pour vérifier n’importe quel devis, y compris le nôtre.

TRAVAIL COMMANDÉ	INDÉPENDANT	STUDIO
Image extérieure, à l’unité	$100 - 300	$250 - 600
Image intérieure, à l’unité	$120 - 350	$300 - 700
Lot de 5 - 8 vues	$600 - 1 500	$1 500 - 4 000
Animation, à la minute	$1 000 - 3 000	$3 000 - 8 000

Nos délais et nos conditions de correction standard. C’est ce que nous chiffrons, sauf si un projet demande autre chose, et nous le disons avant de commencer.

ÉTAPE OU LIVRABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Premier jet d’une image fixe	3 à 5 jours ouvrés à partir d’un brief complet
Images finales, lot de 5 - 8	2 à 3 semaines, premiers jets compris
Animation jusqu’à une minute	4 à 6 semaines, storyboard et prévisualisation d’abord
Tours de correction inclus	Deux au stade du premier jet, un sur l’image finale
Ce qui compte comme un tour	Une seule liste de remarques consolidée, envoyée en une fois
Livraison express	Deux fois moins de temps pour environ 40 % de plus, si le planning le permet

Choisissez un studio avant que l’échéance ne brûle

Les projets les plus coûteux que nous voyons ne sont pas ceux qui ont été mal briefés. Ce sont ceux qui l’ont été dans l’urgence, après la défaillance du premier prestataire, sans que la date de lancement bouge. Évaluez un ou deux studios tant que rien ne presse.

Un mot sur l’internalisation : un seul graphiste 3D a besoin d’une dizaine d’abonnements logiciels, d’une station de travail et de toute une série de compétences voisines, de la modélisation et de l’éclairage à la post-production et à la relation client. Cela ne se rentabilise que si cette personne est occupée tous les jours. En dessous, le calcul penche de lui-même vers l’externalisation.

LA SUITE

Envoyez-nous la démo et le parcours

Un compte de démo ou une visite enregistrée, le parcours principal en quelques lignes, les affirmations que vous pouvez faire et le brief que vous avez. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Vidéo explicative	maverickframe.com/fr/services/video-explicative/
Ou tout simplement	répondez à l'e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dim Kuzmenko est cofondateur de Maverick Frame Studio. Les chiffres de ce guide viennent de notre propre boîte de réception et de notre propre grille tarifaire, pas d'une enquête sectorielle.