



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

De livedatum staat vast. De studio niet. **\$4.104 aan spoed.**

Hoe een creatief of reclamebureau CGI inkoopt voor een lancering: key visuals, een FOOH-spot en een film onder uw naam, een geprijsde campagneset en de briefingregels die hem in spoed duwen.

START HIER

Het idee is verkocht voordat het gebouwd is

Een creatief bureau verkoopt eerst het idee en bouwt het daarna. De pitch wint met frames die niemand in een echte straat hoeft te laten werken, met het echte product, op elk formaat dat het mediaplan vraagt. De productie begint als de klant tekent, en de livedatum stond toen al lang vast.

De meeste overschrijdingen die wij zien, komen uit dat gat. De pitchframes zijn snel gemaakt, vaak met AI of door een freelancer, en niets ervan gaat mee naar de productie. De studio wordt gebriefd zodra de klant akkoord is, het model wordt vanaf nul gebouwd, en de weken voor previews gaan op aan inhalen. Spoed is een eerlijke prijs voor verloren tijd, en het bureau betaalt hem, omdat de prijs voor de klant bij de pitch al vastlag.

WAAR HET BUREAU OMHEEN PLANT	WAT DE KOSTEN ECHT BEPAALT
01 Het idee en de goedgekeurde pitchframes	Of het product, het licht en de locatie in die frames echt zo te bouwen zijn.
02 Het akkoord van de klant	Wanneer de studio van de klus hoort. Elke week tussen pitch en briefing gaat van de productie af.
03 Een FOOH-spot ‘in de stad’	De plate: de beelden, de straat en de camerabeweging die het 3D-werk moet volgen.
04 De key visual in het deck	Het mediaplan: OOH-formaten, verticaal, vierkant en filmlengtes, in de camera gekadreerd in plaats van later uitgesneden.

Brief de studio in de pitchweek.

Niet om het budget vast te leggen, maar om de tijd te boeken. Een model dat voor de pitchframes is begonnen, gaat mee naar de productie, en de livedatum is geen spoedorder meer.



Maverick Frame productierendering.

DE CAMPAGNESET

Eén productlancering, regel voor regel geprijsd

Een samengesteld voorbeeld van de lanceringscampagnes die creatieve bureaus bij ons brengen, geprijsd tegen ons gepubliceerde tarief van \$45 per uur voor product-CGI, animatie en FOOH. Eén product, drie hero-key-visuals, een FOOH-spot, een film van 30 seconden en elk format dat het mediaplan noemt. De laatste regel is dezelfde set, gebriefd na het akkoord.

DELIVERABLE	BASIS	TEGEN \$45 PER UUR
01 Productmodel vanuit CAD of stansvorm, op hero-detail	16 u	\$720
02 Pitch-styleframes: twee proof-of-concept-frames	2 x 6 u	\$540
03 Hero-key-visuals, de drie die de campagne dragen	3 x 12 u	\$1.620
04 Secundaire key visuals voor print en digitaal	4 x 8 u	\$1.440
05 FOOH-spot, 15 seconden, op getrackte plate-beelden	44 u	\$1.980
06 Herofilm van het product, 30 seconden	60 u	\$2.700
07 Cutdowns van de film: 15 en 6 seconden	2 x 6 u	\$540
08 Frames voor OOH, 16:9, 9:16 en 1:1, in de camera gepland	16 x 1 u	\$720
Gepland vanaf de pitch, standaardplanning, 228 uur		\$10.260
Gebriefd na akkoord: spoed op de hele set, circa 40%		+ \$4.104
Geboekt bij de pitch		\$10.260
Geboekt na akkoord, drie weken voor livegang		\$14.364

WEKEN TOT LIVEGANG	IN PRODUCTIE	WAT UW KLANT ZIET
8	Briefing, model vanuit de pitchframes, plate-beelden binnen	Nog niets
6	Styleframes en storyboard van de film	De look, ter goedkeuring
4	Drafts van de key visuals, FOOH-track, preview van de film	Eerste drafts, één ronde
2	Eindbeelden, belichting en grading, film volledig	Eindbeelden en film
1	Cutdowns en elk format	De levering, per plaatsing

FOUTEN

Fouten van uw kant van de tafel

Deze regels lezen we bijna elke maand in briefings van creatieve bureaus. Elk is redelijk in een pitchdocument en duur in de productie.

WAT CREATIEVE BUREAUS SCHRIJVEN

WAT U BETER KUNT SCHRIJVEN

01	'We briefen de productie zodra de klant tekent'	Brief ons in de pitchweek met wat u weet. Wij houden de tijd vrij, en het pitchmodel gaat mee naar de productie.
02	'Volg de frames die de klant goedkeurde'	Zeg welke frames de sfeer zetten en welke het product tonen zoals getekend. AI-frames hebben vaak verkeerde verhoudingen en labels, en klanten onthouden het frame.
03	'Fotorealistisch, zoals in het deck'	Noem wat exact moet zijn: het product tot op het label, de stad, het tijdstip. Zeg daarna wat gestileerd mag.
04	'FOOH in het centrum, locatie volgt'	Stuur de plate of de straat en de camerabeweging. Het 3D-werk volgt de beelden, dus de beelden komen eerst.
05	'Livegang half oktober'	De echte livedatum, de laatste review van de klant en de mediadeadline. Wij rekenen terug vanaf alle drie.
06	'Alle formats voor het mediaplan'	Het mediaplan zelf: OOH-formaten, 16:9, 9:16, 1:1 en filmlengtes. Frames worden per plaatsing gecomponeerd, niet uit één master gesneden.
07	'Definitieve verpakking volgt'	Stuur nu de actuele CAD of stansvorm en geef aan wat nog kan veranderen. Een late labelwissel is klein; een nieuwe vorm niet.

Het idee blijft van u.

We werken white-label, tekenen uw NDA en blijven buiten het klantoverleg, tenzij u ons erbij haalt. Commentaar komt van één persoon op het bureau, als één lijst per ronde.

Voordat een FOOH-spot in productie gaat

- ☐ Plate-beelden in de resolutie die u oplevert, of een datum voor de opname.
- ☐ De camerabeweging en het objectief, desnoods als telefoonopname van de straat.
- ☐ Tijdstip en weer, afgestemd op de plate in plaats van op het pitchframe.
- ☐ De schaal van het product in de straat, als ruwe schets over een still van de plate.
- ☐ Elke plaatsing en lengte waarin de spot draait, inclusief de verticale versie.

DE ENE PAGINA

Wat creatieve bureaus ons werkelijk sturen

De bureaus wier logo's op onze dienstenpagina's staan, sturen geen productiespecificaties. Voor een lancering sturen ze iets wat hierop lijkt, met het pitchdeck als bijlage, en dat is genoeg om te offreren en de tijd te boeken.

01	Het idee	Eén alineaa, en de frames die de klant goedkeurde.
02	Het product	CAD, stansvorm of foto's van een sample, en wat nog verandert.
03	Key visuals	Hoeveel hero's, hoeveel secundaire frames.
04	Film	De lengte van de master en van elke cutdown.
05	FOOH	De locatie, de plate of wie die opneemt, de camerabeweging.
06	Het mediaplan	Elke plaatsing, elk formaat en elke duur.
07	De data	Styleframes, eerste drafts, review door de klant, livegang.
08	De beoordelaar	De ene persoon die het commentaar bundelt.
09	White-label	Geen studiovermelding, en uw recht om het werk in uw showreel te tonen.
10	Het budget	Uw inkoopprijs, niet die van de klant.

Styleframes vóór key visuals

Twee frames die licht, lens en grading vastleggen, kosten een dag of twee. Eerst goedgekeurd, houden ze elk later beeld en de film op één look.

Eén model, elke fase

Het product dat voor de pitch is gebouwd, belichten we voor de film en zetten we in de FOOH-plate. Niets wordt twee keer gemodelleerd.

WAT HET KOST

Marktprijzen en onze voorwaarden, zodat u elke offerte kunt toetsen

Ranges die we in 2026 in de markt zien, van freelancer tot studio. Gebruik ze om elke offerte te toetsen, ook die van ons.

WERK IN OPDRACHT	FREELANCER	STUDIO
Exterieurbeeld, per stuk	\$100 - 300	\$250 - 600
Interieurbeeld, per stuk	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakket, 5 - 8 aanzichten	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animatie, per minuut	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Onze standaard doorlooptijden en correctievoorwaarden. Die offeren we, tenzij een project iets anders vraagt, en dat zeggen we voordat het werk begint.

FASE OF OPLEVERING	STANDAARD BIJ MAVERICK FRAME
Eerste concept van een still	3 tot 5 werkdagen na een volledige briefing
Definitieve stills, pakket van 5 - 8	2 tot 3 weken, concepten inbegrepen
Animatie tot één minuut	4 tot 6 weken, eerst storyboard en preview
Inbegrepen correctierondes	Twee in de conceptfase, één op het definitieve beeld
Wat telt als een ronde	Eén samengevoegde lijst met opmerkingen, in één keer gestuurd
Spoedlevering	De helft van de tijd voor ongeveer 40% meer, als de planning het toelaat

Kies een studio voordat de deadline brandt

De duurste projecten die we zien, zijn niet de slecht gebriefte. Het zijn de projecten die in paniek zijn gebrieft, nadat de eerste leverancier was afgehaakt en de lanceringsdatum niet opschoof. Beoordeel een of twee studio's zolang er niets dringt.

Over zelf doen: één 3D-artist heeft zo'n tien softwareabonnementen nodig, een workstation en een reeks aanverwante vaardigheden, van modelleren en belichting tot nabewerking en klantcontact. Dat loont alleen als die persoon elke dag vol aan het werk is. Daaronder pleit de rekensom vanzelf voor uitbesteden.

VOLGENDE STAP

Stuur ons het deck en de livedatum

Het pitchdeck, de frames die de klant goedkeurde, product-CAD of foto's en het mediaplan, in welke staat ze ook zijn. We antwoorden met een scope, een prijs en de vragen die hem bepalen, als antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
CGI voor bureaus	maverickframe.com/nl/oplossingen/marketingbureaus/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door wie deze briefings leest

Dim Kuzmenko is medeoprichter van Maverick Frame Studio. De cijfers in deze gids komen uit onze eigen inbox en onze eigen tarieflijst, niet uit een brancheonderzoek.