



PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Eén model, een counter, een schap, een campagne: veertig beelden.

Het renderplan voor een cosmeticalancering in e-commerce, retail en social, regel voor regel geprijsd vanuit één set verpakking modellen, met de briefing van één pagina die het laat maken.

START HIER

De lancering wordt drie keer gemaakt

Een cosmeticalancering koopt haar beelden meestal op drie plekken in: een packshotstudio voor e-commerce, een fotograaf voor de campagne en het retaildesignbureau voor de counter. Drie budgetten, drie versies van dezelfde flacon, en drie net iets andere kleuren van dezelfde lippenstift.

Merken betalen te veel doordat het product voor elk kanaal opnieuw wordt gemaakt. En ze benutten renders te weinig door ze als packshots op wit te behandelen, terwijl hetzelfde model de counter kan aankleden, het schap kan vullen en de hoofdrol kan spelen in de campagne.

LOS INGEKOCHT	VANUIT ÉÉN MODEL
01 Packshots opnieuw geschoten voor elke tint	Eén model per verpakking, met tinten en maten als materiaalwissel voor een fractie van een nieuw beeld.
02 Een campagne geschoten met voorseriemonsters	Campagnescènes gebouwd uit de definitieve dielines, zodat de verpakking in de advertentie de verpakking in het schap is.
03 Countertekeningen van het retailbureau	De counter gerenderd in een winkelomgeving, voor inkooppresentaties en goedkeuring door de retailer.
04 Social content van wat er overblijft	Uitsneden en korte loops gepland in de eerste briefing, vanaf het begin gekadreed voor 1:1 en 9:16.

De kleur moet kloppen met de tube.

De duurste correctie in cosmetica is de juistheid van de tint. Stuur fysieke monsters en de kleurreferenties mee met de bestanden, en spreek vóór de eerste draft af welk scherm of welke drukproef beslist.



Maverick Frame productierendering.

DE BEELDENLIJST

De lanceringsset, geprijsd

Een samengesteld voorbeeld van de lanceringssets die we prijzen, tegen gangbare studiotarieven, voor drie SKU's, een serum, een crème en een reiniger, in e-commerce, retail en social. Veertig stills en drie loops, allemaal uit dezelfde drie modellen.

ONDERDEEL	BASIS	TEGEN STUDIOTARIEF
01 Verpakkingsmodellen uit dielines en CAD van de leverancier, drie SKU's	3 x \$450	\$1.350
02 Hoofdpakshots op wit, één per SKU	3 x \$350	\$1.050
03 Tint- en maatvarianten op wit	14 x \$120	\$1.680
04 Close-ups van textuur en swatch: crème, gel, olie	5 x \$300	\$1.500
05 Campagnescènes, gestylede sets	3 x \$600	\$1.800
06 Campagnescènes opnieuw gekadreerd voor 1:1 en 9:16	8 x \$80	\$640
07 Counter in een warenhuisomgeving	2 x \$550	\$1.100
08 Schap- en gondelbeelden met de range op zijn plek	3 x \$400	\$1.200
09 Shop-in-shop of pop-upruimte	2 x \$600	\$1.200
10 Productloops van 10 seconden voor social	3 x \$900	\$2.700
Modellen en veertig stills, 01-09		\$11.520
Beweging, 10		\$2.700
De volledige lanceringsset		\$14.220
Eerst e-commerce, regels 01-04		\$5.580

In regel 03 zit de besparing.

Veertien tint- en maatvarianten kosten minder dan de drie campagnescènes, omdat het model al bestaat. Hoe eerder elke variant op de lijst staat, hoe goedkoper elke variant wordt.

FOUTEN VAN UW KANT VAN DE TAFEL

Wat beautybriefings zeggen, en wat u beter schrijft

Zeven zinnen die we in bijna elke cosmeticabriefing lezen. Elk vermenigvuldigt het aantal beelden of wordt een late ronde kleurwijzigingen.

IN DE BRIEFING	WAT U BETER SCHRIJFT
01 Fotorealistisch, als een foto	Zeg welke foto: stuur twee referenties voor licht en achtergrond die u al mooi vindt. Het woord beschrijft elke render die we leveren en beslist over geen enkele.
02 Volg de merkkleuren	Stuur fysieke monsters en de kleurreferenties per tint, en noem de proef die beslist.
03 Alle tinten, alle maten	Zet de SKU's en hun tinten in een tabel. Een variantentabel maakt van veertig beelden routinewerk in plaats van veertig vragen.
04 Luxe, clean, minimaal	Noem de counter of het schap waarnaast het komt te staan, en het prijsniveau. 'Clean' in een drogisterij en aan een warenhuiscounter zijn twee verschillende beelden.
05 Textuurbeelden van de formule	Zeg welke texturen tellen: crème, gel, poeder, olie. Elke textuur wordt apart gesimuleerd en apart geprijsd.
06 Verpakking nog niet definitief	Stuur de laatste dieline en markeer wat nog kan veranderen. Labeltekst mag laat wijzigen; de flaconvorm niet zonder nieuw model.
07 Content voor alle kanalen	Noem de kanalen en hun formaten. Tegelijk kadreren voor breed, vierkant en verticaal is goedkoper dan achteraf opnieuw kadreren.

Eén tabel verslaat veertig mails.

Een spreadsheet met SKU, tint, maat en kleurreferentie, meegestuurd met de briefing, is de nuttigste bijlage in cosmeticawerk. Hij bepaalt het aantal beelden, de prijs en de naam van elk bestand dat we leveren.

DE ENE PAGINA

Wat beautymerken ons werkelijk sturen

De opdrachtgevers van wie de logo's op onze dienstenpagina's staan, sturen geen specificaties. Voor een lancering sturen ze iets als dit, meestal gewoon in een e-mail, met een doos monsters onderweg.

01	De lancering	De range, het aantal SKU's en de lanceringsdatum. Eén regel.
02	De bestanden	Dielines en eventuele CAD van de verpakingsleverancier. Zeg welke definitief zijn.
03	Monsters	Fysieke verpakkingen, ook voorserie, meegestuurd met de briefing.
04	Tinten en maten	Een tabel: SKU, tint, maat, kleurreferentie.
05	Texturen	Welke formules een swatch of close-up nodig hebben, als die er zijn.
06	Waarvoor het is	E-commerce, inkopers bij retailers, de counter, de campagne, social.
07	De winkelomgeving	Waar het komt te staan: drogisterij, warenhuis, eigen winkel.
08	Formaten	Waar elk beeld verschijnt, en in welke uitsneden.
09	De datum	De dag dat de listings of de counter live gaan, niet het lanceringsfeest.
10	Het budget	Een bedrag of een bandbreedte. Het is de snelste weg naar een passende scope.

Stuur de monsters op dag één

Een fysieke verpakking op ons bureau beslecht meer vragen over kleur en afwerking dan welk bestand ook. Monsters binnen, model gestart.

Plan de volgende lancering in deze

Komt er een uitbreiding van de range of een seizoenseditie, zeg het. Een model dat voor varianten is gebouwd, maakt van de volgende lancering vooral nieuwe renders van bestaande scènes.

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 de dielines en een monster

Dielines, CAD van uw verpakplingsleverancier, fysieke monsters of een conceptbriefing, 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/
Retail- en productscènes	maverickframe.com/nl/diensten/interieur-visualisatie/
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.