



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Jeden model, stoisko, półka i kampania: czterdzieści obrazów.

Plan renderów na premierę kosmetyku w e-commerce, handlu i social mediach, wyceniony pozycja po pozycji z jednego zestawu modeli opakowań, z jednostronicowym briefem.

NA POCZĄTEK

Premierę robi się trzy razy

Premiera kosmetyku zwykle kupuje obrazy w trzech miejscach: packshoty w studiu do e-commerce, fotografa do kampanii i agencję projektującą stoisko w sklepie. Trzy budżety, trzy wersje tej samej butelki i trzy nieco różne kolory tej samej szminki.

Marki przepłacają, bo produkt odtwarza się od nowa dla każdego kanału. A rendery wykorzystują za słabo, traktując je jak packshoty na białym, choć ten sam model może udekorować stoisko, zappełnić półkę i zagrać w kampanii.

KUPOWANE OSOBNO

Z JEDNEGO MODELU

01	Packshoty robione od nowa dla każdego odcienia	Jeden model na opakowanie, odcienie i pojemności jako zamiana materiału za ułamek ceny nowego obrazu.
02	Kampania fotografowana z próbkami przedprodukcyjnymi	Sceny kampanii z ostatecznych wykrojników, więc opakowanie w reklamie to opakowanie z półki.
03	Rysunki stoiska od agencji retail	Stoisko wyrenderowane w otoczeniu sklepu, do prezentacji dla kupców i akceptacji sieci.
04	Treści do social z tego, co zostało	Kadry i krótkie pętle zaplanowane w pierwszym briefie, od początku w formatach 1:1 i 9:16.

Kolor musi zgadzać się z tubką.

Najdroższa poprawka w kosmetykach to wierność odcienia. Wyślij fizyczne próbki i referencje kolorów razem z plikami i ustal przed pierwszym szkicem, który ekran lub wydruk próbny jest sędzią.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

LISTA UJĘĆ

Zestaw na premierę, wyceniony

Zestawienie złożone z zestawów premierowych, które wyceniamy, po średnich stawkach rynkowych studia, dla trzech SKU: serum, kremu i żelu myjącego, w e-commerce, handlu i social mediach. Czterdzieści obrazów i trzy pętle, wszystko z tych samych trzech modeli.

	POZYCJA	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Modele opakowań z wykrojników i CAD dostawcy, trzy SKU	3 x \$450	\$1 350
02	Główne packshoty na białym, po jednym na SKU	3 x \$350	\$1 050
03	Warianty odcieni i pojemności na białym	14 x \$120	\$1 680
04	Zbliżenia konsystencji i rozmazy: krem, żel, olejek	5 x \$300	\$1 500
05	Sceny kampanii, stylizowane aranżacje	3 x \$600	\$1 800
06	Sceny kampanii przekadrowane do 1:1 i 9:16	8 x \$80	\$640
07	Stoisko w otoczeniu domu towarowego	2 x \$550	\$1 100
08	Widoki półki i regału z całą gamą	3 x \$400	\$1 200
09	Shop-in-shop lub pop-up	2 x \$600	\$1 200
10	10-sekundowe pętle produktowe do social	3 x \$900	\$2 700
	Modele i czterdzieści obrazów, 01-09		\$11 520
	Ruch, 10		\$2 700
	Pełny zestaw na premierę		\$14 220
	Najpierw e-commerce, pozycje 01-04		\$5 580

Oszczędności są w pozycji 03.

Czternaście wariantów odcieni i pojemności kosztuje mniej niż trzy sceny kampanii, bo model już istnieje. Im wcześniej wypiszesz każdy wariant, tym tańszy jest każdy z nich.

BŁĘDY PO STRONIE ZAMAWIAJĄCEGO

Co mówią briefy beauty i co napisać zamiast

Siedem zdań, które czytamy w niemal każdym briefie kosmetycznym. Każde albo mnoży liczbę obrazów, albo zmienia się w późną rundę zmian kolorów.

W BRIEFIE	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01 Fotorealistycznie, jak zdjęcie	Napisz, jak które zdjęcie: wyślij dwie referencje światła i tła, które już lubisz. To słowo opisuje każdy render, jaki oddajemy, i żadnego nie rozstrzyga.
02 Zgodnie z kolorami marki	Wyślij fizyczne próbki i referencje kolorów dla każdego odcienia oraz wskaż wydruk próbny, który rozstrzyga.
03 Wszystkie odcienie, wszystkie pojemności	Wypisz SKU i ich odcienie w tabeli. Tabela wariantów zmienia czterdzieści obrazów w rutynową pracę zamiast czterdziestu pytań.
04 Luksusowo, czysto, minimalistycznie	Nazwij stoisko lub półkę, obok której stanie produkt, i półkę cenową. „Czysto” w aptece i przy stoisku w domu towarowym to inne obrazy.
05 Ujęcia konsystencji formuły	Napisz, które konsystencje mają znaczenie: krem, żel, puder, olejek. Każdą symuluje się osobno i wycenia osobno.
06 Opakowanie do finalizacji	Wyślij ostatni wykrojnik i zaznacz, co może się jeszcze zmienić. Tekst etykiety może zmienić się późno, kształt butelki nie, bez nowego modelu.
07 Treści do wszystkich kanałów	Wypisz kanały i ich formaty. Kadrowanie naraz pod poziom, kwadrat i pion jest tańsze niż przekadrowanie potem.

Jedna tabela zamiast czterdziestu e-maili.

Arkusze z SKU, odcieniem, pojemnością i referencją koloru, wysłane z briefem, to najcenniejszy załącznik w pracy dla kosmetyków. Wyznacza liczbę obrazów, cenę i nazwę każdego pliku, który oddamy.

JEDNA STRONA

Co marki kosmetyczne naprawdę nam wysyłają

Klienci, których logotypy widać na naszych stronach usług, nie przysyłają specyfikacji. Przy premierze przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści e-maila, a paczka z próbkami jest już w drodze.

01	Premiera	Linia, liczba SKU i data premiery. Jedno zdanie.
02	Pliki	Wykrojniki i CAD od dostawcy opakowań. Napisz, które są ostateczne.
03	Próbki	Fizyczne opakowania, nawet przedprodukcyjne, wysłane z briefem.
04	Odcienie i pojemności	Tabela: SKU, odcień, pojemność, referencja koloru.
05	Konsystencje	Które formuły potrzebują rozmazu lub zbliżenia, jeśli w ogóle.
06	Do czego	E-commerce, kupcy sieci, stoisko, kampania, social.
07	Otoczenie sklepu	Gdzie stanie: apteka, dom towarowy, własny sklep.
08	Formaty	Gdzie pójdzie każdy obraz i w jakich kadrach.
09	Termin	Dzień, w którym ruszają oferty lub stoisko, nie impreza premierowa.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najkrótsza droga do dopasowanego zakresu.

Wyślij próbki pierwszego dnia

Fizyczne opakowanie na naszym biurku rozstrzyga więcej pytań o kolor i wykończenie niż jakikolwiek plik. Próbki docierają, model rusza.

Zaplanuj kolejną premierę w tej

Jeśli szykuje się rozszerzenie linii lub edycja sezonowa, napisz o tym. Model zbudowany pod warianty sprawia, że następna premiera to głównie ponowne rendery.

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

Wyślij nam wykrojniki i próbkę

Wykrojniki, CAD od dostawcy opakowań, fizyczne próbki 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/
Aranżacje sklepowe i produktowe	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-wnetrz/
Albo po prostu	odpowiedz na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy czytają te briefy

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