

PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Marża na renderach jest realna. Trzy zdania w briefie ją zjadają.

Jak agencja kupuje CGI dla klientów: wolumen, terminy, wersje i white-label. Z wycenionym zestawem kampanii i trzema zdaniami w briefie, które zmieniają narzut w stratę.

Dim Kuzmenko
Współzałożyciel, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

NA POCZĄTEK

Marżę robi się przed wyceną

Agencje doliczają narzut do wizualizacji jak do każdej kupowanej produkcji i na papierze marża wygląda zdrowo. Znika później, i rzadko przez cenę jednostkową. Idzie na rundy obiecane klientowi, formaty, których nikt nie wypisał, i termin, na który agencja zgodziła się, zanim zapytała studio.

Schemat powtarza się od kampanii do kampanii. Brief klienta idzie dalej tak, jak przyszedł, klient komentuje bezpośrednio i na raty, a ostateczne nośniki potwierdza się, gdy obrazy są już gotowe. Studio uczciwie liczy każdą z tych rzeczy, a agencja nie może przenieść kosztu dalej, bo cenę dla klienta ustaliła tygodnie temu.

	GDZIE AGENCJE SZUKAJĄ MARŻY	GDZIE NAPRAWDĘ SIĘ ONA ROZSTRZYGA
01	**Cena jednostkowa za obraz**	Ile rund dostaje klient i kto je zbiera.
02	**Rabat za wolumen**	Wersje: kadry, formaty i warianty zaplanowane przed produkcją, nie po niej.
03	**Negocjowanie terminu**	Twój własny harmonogram. Ekspres to połowa czasu za ok. 40% więcej i zwykle płaci go agencja.
04	**White-label jako przysługa**	White-label na piśmie, żeby praca była twoja do pokazywania i do pitchów.

Trzy zdania zjadają marżę.

„Klient skomentuje bezpośrednio.” „Formaty do potwierdzenia.” „Napięty termin.” Każde jest niewinne w briefie i drogie w projekcie. Strona 04 przepisuje wszystkie trzy.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

ZESTAW KAMPANII

Jedna kampania, marża linia po linii

Poniżej zestawienie złożone z typowych projektów: kampania startowa osiedla, którą agencja kupuje dla klienta, wyceniona po średnich stawkach rynkowych studia, z przykładowym narzutem 30%. Ostatnie trzy linie to koszt trzech zdań z briefu, gdy agencja ma już ustaloną cenę.

	ELEMENT	PODSTAWA	STAWKA STUDIA
01	Główny widok zewnętrzny o zmierzchu	1 x $550	**$550**
02	Widoki zewnętrzne, dzień	3 x $425	**$1 275**
03	Wnętrza: salon, kuchnia, sypialnia	3 x $475	**$1 425**
04	Strefy wspólne: lounge i siłownia	2 x $475	**$950**
05	Widok lokalizacji z lotu ptaka	1 x $650	**$650**
06	30-sekundowa animacja do social mediów	0,5 min	**$2 500**
07	Kadry na portal, druk i social, zaplanowane z góry	10 x 3 formaty	**$300**
	Koszt studia		$7 650
	Twój narzut, przykładowo 30%		+ $2 295
	„Klient komentuje bezpośrednio”: dwie dodatkowe rundy		- $1 800
	„Formaty do potwierdzenia”: dziesięć obrazów przekadrowanych		- $800
	„Napięty termin”: ekspres na zestaw, ok. 40%		- $3 060
	Faktura dla klienta		**$9 945**
	Co zostaje w agencji		**- $3 365**

Popraw trzy zdania, a 30% zostanie 30%.

W koszcie studia nic się nie zmienia. Te same dziesięć obrazów i ta sama animacja, zlecone z jedną osobą do uwag, listą nośników i prawdziwą datą, zostawiają narzut nietknięty.

BŁĘDY

Błędy po stronie zamawiającego

Pierwsze trzy pozycje to zdania z okładki. Pozostałe są mniejsze, ale sumują się przez rok kampanii.

	CO PISZĄ AGENCJE	CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO
01	**„Klient skomentuje bezpośrednio”**	Wszystkie uwagi idą przez jedną osobę w agencji, jako jedna lista na rundę. Dwie rundy na szkicu, jedna na finale.
02	**„Formaty do potwierdzenia”**	Wypisz teraz każdy nośnik: portal, folder, wygrodzenie, social. Kadry planuje się w kamerze, a nie wycina potem.
03	**„Napięty termin”**	Prawdziwa data startu u klienta. Przy wczesnej rezerwacji ekspres rzadko jest potrzebny, przy późnej to połowa czasu za ok. 40% więcej.
04	**„Zgodnie z moodboardem w załączniku”**	Napisz, która referencja jest od światła, a która od stylizacji. Dwanaście referencji ciągnie w dwunastu kierunkach.
05	**„Bez podpisu studia”**	Warunki white-label na piśmie, w tym czy możesz używać obrazów we własnych pitchach.
06	**„Rabat za wolumen na cały rok”**	Pokaż plan projektów: ile i mniej więcej kiedy. Stały przepływ łatwiej dobrze wycenić niż obietnicę.

Trzymaj studio z dala od spotkania z klientem.

White-label działa najlepiej, gdy klient słyszy jeden głos. My odpowiadamy agencji, agencja klientowi, a uwagi trafiają do nas jako jedna lista na rundę.

JEDNA STRONA

Co agencje naprawdę nam wysyłają

Agencje, których logotypy widać na naszych stronach usług, nie przysyłają specyfikacji. Przysyłają coś bardzo podobnego do tego, razem z rysunkami od klienta, i to wystarcza, żeby wycenić projekt i zacząć pracę.

01	**Klient i projekt**	Po jednym zdaniu, plus rysunki albo model.
02	**Kampania**	Start sprzedaży, relaunch, najem czy pozwolenie.
03	**Obrazy i ruch**	Ile obrazów i jak długa ewentualna animacja.
04	**Nośniki**	Każdy format, w którym pójdą obrazy.
05	**Osoba do uwag**	Ta jedna osoba, która zbiera komentarze.
06	**Styl**	Jedna lub dwie referencje i co wziąć z każdej.
07	**White-label**	Bez nazwy wykonawcy i z prawem do pitchowania tą pracą.
08	**Terminy**	Wasz wewnętrzny przegląd, potem start u klienta.
09	**Budżet**	Twoja cena zakupu, nie cena dla klienta.

Wyceń u nas, zanim wycenisz im

Wyślij brief, zanim wycenisz kampanię. Wycena studia w ręku zmienia twój narzut w liczbę, a nie w zgadywanie.

Ustal cennik raz

Przy powtarzalnej pracy ustal z jednym studiem stawkę za obraz i termin. Każdy nowy projekt potrzebuje wtedy tylko listy widoków.

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	Połowa 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. Opłaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Prześlij nam to, co już masz

Rysunki, model, zdjęcia 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/
Wizualizacje dla agencji	maverickframe.com/pl/uslugi/wizualizacje-architektoniczne/
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.