


PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

# Kampanjen har ett datum. Studion har ingen tid. $4 104 i express.

Så köper en kreativ byrå CGI till en lansering: key visuals, en FOOH-spot och en film under ert namn, en prissatt kampanjserie och briefraderna som tvingar in den i express.

**Dim Kuzmenko**
Medgrundare, Maverick Frame Studio

BÖRJA HÄR

# Idén säljs innan den byggs

En kreativ byrå säljer idén först och bygger den sedan. Pitchen vinns på bilder som ingen behöver få att fungera på en verklig gata, med den verkliga produkten, i varje storlek medieplanen kräver. Produktionen börjar när kunden skrivit på, och kampanjstarten spikades långt innan dess.

Det mesta av övertrasseringen vi ser kommer ur det glappet. Pitchbilderna gjordes snabbt, ofta med AI eller av en frilansare, och inget i dem följer med in i produktionen. Studion briefas när kunden godkänt, modellen byggs från noll och veckorna som var tänkta för förhandsbilder går åt till att komma ikapp. Express är ett ärligt pris för förlorad tid, och byrån betalar det eftersom kundens pris sattes vid pitchen.

| | VAD BYRÅN PLANERAR KRING | VAD SOM FAKTISKT STYR KOSTNADEN |
|---|---|---|
| 01 | **Idén och de godkända pitchbilderna** | Om produkten, ljuset och platsen i de bilderna kan byggas som de visas. |
| 02 | **Kundens godkännande** | När studion får höra om jobbet. Varje vecka mellan pitch och brief dras från produktionen. |
| 03 | **En FOOH-spot ”i stan”** | Plåten: filmmaterialet, gatan och kamerarörelsen som 3D-arbetet måste följa. |
| 04 | **Key visualen i presentationen** | Medieplanen: OOH-storlekar, vertikalt, kvadratiskt och filmlängder, komponerat i kameran i stället för beskuret i efterhand. |

**Briefa studion samma vecka som pitchen.**

Inte för att binda budgeten, utan för att boka tiden. En modell som påbörjas för pitchbilderna följer med in i produktionen, och kampanjstarten slutar vara en expressbeställning.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

KAMPANJSERIEN

# En produktlansering, prissatt rad för rad

Ett sammansatt exempel på lanseringskampanjer som kreativa byråer tar till oss, prissatt till vårt publicerade pris på $45 i timmen för produkt-CGI, animation och FOOH. En produkt, tre key visuals, en FOOH-spot, en film på 30 sekunder och varje format medieplanen nämner. Sista raden är samma serie, briefad efter kundens godkännande.

| | LEVERANS | UNDERLAG | TILL $45 I TIMMEN |
|---|---|---|---|
| 01 | Produktmodell från CAD eller stansmall, byggd för hjältedetalj | 16 h | **$720** |
| 02 | Styleframes för pitchen: två konceptbilder | 2 x 6 h | **$540** |
| 03 | Key visuals, de tre som bär kampanjen | 3 x 12 h | **$1 620** |
| 04 | Sekundära key visuals för print och digitalt | 4 x 8 h | **$1 440** |
| 05 | FOOH-spot, 15 sekunder, på trackat filmmaterial | 44 h | **$1 980** |
| 06 | Produktfilm, 30 sekunder | 60 h | **$2 700** |
| 07 | Nedklipp av filmen: 15 och 6 sekunder | 2 x 6 h | **$540** |
| 08 | Bilder för OOH, 16:9, 9:16 och 1:1, planerade i kameran | 16 x 1 h | **$720** |
| | Planerat från pitchen, normal tidplan, 228 timmar | | $10 260 |
| | Briefat efter godkännandet: express på hela serien, cirka 40% | | + $4 104 |
| | **Bokat vid pitchen** | | **$10 260** |
| | **Bokat efter godkännandet, tre veckor före start** | | **$14 364** |

| VECKOR KVAR | I PRODUKTION | VAD KUNDEN SER |
|---|---|---|
| **8** | Brief, modell utifrån pitchbilderna, filmplåtar inne | Inget ännu |
| **6** | Styleframes och storyboard för filmen | Looken, för godkännande |
| **4** | Utkast av key visuals, FOOH-tracking, förhandsversion av filmen | Första utkasten, en runda |
| **2** | Slutversioner, ljus och grade, hela filmen | Färdiga bilder och film |
| **1** | Nedklipp och varje format | Leveransen, per placering |

MISSTAG

# Misstag från din sida av bordet

Det här är rader vi läser i briefer från kreativa byråer nästan varje månad. Var och en är rimlig i ett pitchdokument och dyr i produktion.

| | VAD KREATIVA BYRÅER SKRIVER | VAD DU SKRIVER I STÄLLET |
|---|---|---|
| 01 | **”Vi briefar produktionen när kunden skrivit på”** | Briefa oss pitchveckan med det ni vet. Vi håller tiden, och pitchmodellen följer med in i produktionen. |
| 02 | **”Matcha bilderna kunden godkände”** | Säg vilka bilder som sätter stämningen och vilka som visar produkten som godkänd. AI-bilder får ofta proportioner och etiketter fel, och kunden minns bilden. |
| 03 | **”Fotorealistiskt, som i presentationen”** | Nämn vad som måste stämma exakt: produkten ner till etiketten, staden, tiden på dygnet. Säg sedan vad som får stiliseras. |
| 04 | **”FOOH i city, plats bekräftas senare”** | Skicka plåten eller gatan och kamerarörelsen. 3D-arbetet följer filmmaterialet, så filmmaterialet kommer först. |
| 05 | **”Kampanjstart i mitten av oktober”** | Det verkliga startdatumet, kundens sista granskning och mediedeadlinen. Vi räknar baklänges från alla tre. |
| 06 | **”Alla format enligt medieplanen”** | Själva medieplanen: OOH-storlekar, 16:9, 9:16, 1:1 och filmlängder. Bilderna komponeras per placering, inte beskurna ur en master. |
| 07 | **”Slutlig förpackning kommer”** | Skicka nuvarande CAD eller stansmall nu och markera vad som kan ändras. Ett sent etikettbyte är litet, en ny form är det inte. |

### Idén förblir er.

Vi arbetar white label, skriver på ert NDA och håller oss borta från kundmötet om ni inte tar med oss. Kommentarerna når oss från en person på byrån, som en lista per runda.

### Innan en FOOH-spot går i produktion

- [ ] Filmplåtar i den upplösning ni levererar, eller ett datum för inspelningen.
- [ ] Kamerarörelse och objektiv, även som en mobilinspelning av gatan.
- [ ] Tid på dygnet och väder, matchat mot plåten snarare än mot pitchbilden.
- [ ] Produktens skala på gatan, som en grov skiss över en stillbild ur plåten.
- [ ] Varje placering och längd spoten ska gå i, inklusive den vertikala versionen.

DEN ENDA SIDAN

# Vad kreativa byråer faktiskt skickar oss

Byråerna vars logotyper finns på våra tjänstesidor skickar inga produktionsspecifikationer. Inför en lansering skickar de något i stil med det här, med pitchpresentationen bifogad, och det räcker för att offerera och boka tiden.

| | | |
|---|---|---|
| 01 | **Idén** | Ett stycke, och bilderna kunden godkände. |
| 02 | **Produkten** | CAD, stansmall eller foton av ett prov, och vad som fortfarande ändras. |
| 03 | **Key visuals** | Hur många hjältebilder, hur många sekundära. |
| 04 | **Film** | Längd på mastern och på varje nedklipp. |
| 05 | **FOOH** | Platsen, plåten eller vem som filmar den, kamerarörelsen. |
| 06 | **Medieplanen** | Varje placering, storlek och längd. |
| 07 | **Datumen** | Styleframes, första utkast, kundgranskning, start. |
| 08 | **Granskaren** | Den enda person som samlar kommentarerna. |
| 09 | **White label** | Ingen studiokredit, och er rätt att visa arbetet i er showreel. |
| 10 | **Budgeten** | Ert inköpspris, inte kundens. |

### Styleframes före key visuals

Två bilder som låser ljus, objektiv och grade kostar en dag eller två. Godkända först håller de varje senare bild och filmen i samma look.

### En modell, varje skede

Produkten som byggs för pitchen är den vi ljussätter för filmen och placerar i FOOH-plåten. Inget modelleras två gånger.

VAD DET KOSTAR

# Marknadspriser och våra villkor, så att du kan granska varje offert

Spann vi ser på marknaden 2026, från frilansare till studio. Använd dem för att rimlighetspröva varje offert, även vår.

| LEVERANS | FRILANSARE | STUDIO |
|---|---|---|
| **Enstaka exteriörbild** | $100 - 300 | $250 - 600 |
| **Enstaka interiörbild** | $120 - 350 | $300 - 700 |
| **Paket med 5 - 8 vyer** | $600 - 1 500 | $1 500 - 4 000 |
| **Animation, per minut** | $1 000 - 3 000 | $3 000 - 8 000 |

Våra standardtider och revisionsvillkor. Det är dem vi offererar om inte ett projekt kräver något annat, och i så fall säger vi det innan arbetet börjar.

| SKEDE ELLER LEVERANS | STANDARD HOS MAVERICK FRAME |
|---|---|
| **Första utkast av en stillbild** | 3 till 5 arbetsdagar från ett komplett underlag |
| **Färdiga stillbilder, paket med 5 - 8** | 2 till 3 veckor, utkast inräknade |
| **Animation upp till en minut** | 4 till 6 veckor, storyboard och förhandsversion först |
| **Revisionsrundor som ingår** | Två i utkastskedet, en på den färdiga bilden |
| **Vad som räknas som en runda** | En samlad lista med kommentarer, skickad på en gång |
| **Expressleverans** | Halva tiden för ungefär 40 % mer, när schemat tillåter |

### Ha en studio klar innan deadlinen brinner

De dyraste projekten vi ser är inte de med svaga underlag. Det är de som beställdes i panik, efter att den första leverantören hade fallerat och lanseringsdatumet låg fast. Utvärdera en eller två studior medan inget är bråttom.

En not om att göra det internt: en enda 3D-artist behöver ett tiotal programlicenser, en arbetsstation och en rad närliggande färdigheter, från modellering och ljussättning till efterbearbetning och kundkontakt. Det lönar sig bara om personen har fullt upp varje dag. Under den nivån talar kalkylen av sig själv för att lägga ut arbetet.

NÄSTA STEG

# Skicka oss presentationen och startdatumet

Pitchpresentationen, bilderna kunden godkände, produktens CAD eller foton och medieplanen, i vilket skick de än är. Vi svarar med omfattning, pris och de frågor som avgör dem, skriftligt och utan säljsamtal.

| | |
|---|---|
| **Kontaktformuläret** | maverickframe.com/contacts/ |
| **CGI för byråer** | maverickframe.com/sv/losningar/for-marknadsbyraer/ |
| **Eller helt enkelt** | svara på mejlet som den här guiden kom i. |

**Skriven av dem som läser de här underlagen**

Dim Kuzmenko är medgrundare av Maverick Frame Studio. Siffrorna i den här guiden kommer från vår egen inkorg och vår egen prislista, inte från en branschundersökning.