MAVERİCK
FRAME
STUDİO



UYGULAMA REHBERİ / 2026 BASKISI

Yayın Tarihi Sabit. Stüdyo Sabit Değil. $4.104 Acil Farkı.

Kreatif ajans bir lansman için CGI'ı nasıl satın alır: sizin adınızla ana görseller, bir FOOH spotu ve bir film; fiyatlı bir kampanya seti ve işi acile düşüren brief cümleleri.

Dim Kuzmenko
Kurucu Ortak, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

BURADAN BAŞLAYIN

Fikir, üretilmeden önce satılır

Kreatif ajans önce fikri satar, sonra üretir. Pitch, kimsenin gerçek bir sokakta, gerçek ürünle ve medya planının istediği her boyutta çalıştırmak zorunda olmadığı karelerle kazanılır. Prodüksiyon müşteri imzaladıktan sonra başlar; yayın tarihi ise ondan çok önce belirlenmiştir.

Gördüğümüz bütçe aşımlarının çoğu bu boşluktan gelir. Pitch kareleri aceleyle, çoğu zaman yapay zekâyla ya da bir serbest çalışanla yapılmıştır ve içlerinden hiçbir şey prodüksiyona taşınmaz. Stüdyoya brief müşteri onayından sonra verilir, model sıfırdan kurulur ve ön izlemelere ayrılan haftalar açığı kapatmakla geçer. Acil teslim, kaybedilen zamanın dürüst fiyatıdır; ajans onu öder, çünkü müşterinin fiyatı pitch'te kararlaştırılmıştır.

	AJANSIN PLANI NEYE GÖRE	MALİYETİ GERÇEKTE NE BELİRLER
01	**Fikir ve onaylanan pitch kareleri**	O karelerdeki ürünün, ışığın ve mekânın gösterildiği gibi üretilip üretilemeyeceği.
02	**Müşterinin onayı**	Stüdyonun işi ne zaman duyduğu. Pitch ile brief arasındaki her hafta prodüksiyondan düşer.
03	**"Şehirde" bir FOOH spotu**	Plaka: 3D'nin takip etmesi gereken çekim, sokak ve kamera hareketi.
04	**Sunumdaki ana görsel**	Medya planı: OOH boyutları, dikey, kare ve film süreleri; sonradan kırpılarak değil, kamerada kadrajlanarak.

Stüdyoya pitch haftasında brief verin.

Bütçeyi bağlamak için değil, zamanı ayırtmak için. Pitch kareleri için başlanan model prodüksiyona taşınır ve yayın tarihi acil bir sipariş olmaktan çıkar.



Maverick Frame prodüksiyon render'ı.

KAMPANYA SETİ

Tek ürün lansmanı, kalem kalem fiyatlandı

Kreatif ajansların bize getirdiği lansman kampanyalarından derlenmiş bir örnek; ürün CGI'ı, animasyon ve FOOH için yayımlanmış saat ücretimiz $45 üzerinden. Tek ürün, üç hero ana görsel, bir FOOH spotu, 30 saniyelik bir film ve medya planındaki her format. Son satır, onaydan sonra brief'lenen aynı settir.

	TESLİMAT	HESAP	SAATİ $45 İLE
01	CAD'den ya da açınımdan, hero detayında ürün modeli	16 sa	**$720**
02	Pitch styleframe'leri: iki konsept kanıtı karesi	2 x 6 sa	**$540**
03	Hero ana görseller, kampanyayı taşıyan üç kare	3 x 12 sa	**$1.620**
04	Baskı ve dijital için ikincil ana görseller	4 x 8 sa	**$1.440**
05	FOOH spotu, 15 saniye, takip edilmiş plaka çekimi üzerinde	44 sa	**$1.980**
06	Hero ürün filmi, 30 saniye	60 sa	**$2.700**
07	Filmin kısa versiyonları: 15 ve 6 saniye	2 x 6 sa	**$540**
08	OOH, 16:9, 9:16 ve 1:1 kareleri, kamerada planlanmış	16 x 1 sa	**$720**
	Pitch'ten planlanmış, standart takvim, 228 saat		$10.260
	Onaydan sonra brief: setin tamamına acil farkı, yaklaşık %40		+ $4.104
	Pitch'te ayırtılırsa		**$10.260**
	Onaydan sonra, yayına üç hafta kala ayırtılırsa		**$14.364**

YAYINA KALAN HAFTA	PRODÜKSİYONDA	MÜŞTERİNİZİN GÖRDÜĞÜ
8	Brief, pitch karelerinden model, plaka çekimi elde	Henüz hiçbir şey
6	Styleframe'ler ve film storyboard'u	Görünüm, onay için
4	Ana görsel taslakları, FOOH takibi, film ön izlemesi	İlk taslaklar, bir tur
2	Finaller, ışık ve renk, filmin tamamı	Final görseller ve film
1	Kısa versiyonlar ve her format	Yerleşime göre teslimat

HATALAR

Masanın sizin tarafındaki hatalar

Bunlar kreatif ajans brief'lerinde neredeyse her ay okuduğumuz cümleler. Her biri bir pitch belgesinde makuldür, prodüksiyonda ise pahalıdır.

	KREATİF AJANSLARIN YAZDIĞI	YERİNE YAZILACAK OLAN
01	**"Müşteri imzalayınca prodüksiyona brief vereceğiz"**	Bildiklerinizle pitch haftasında bize brief verin. Zamanı ayırırız ve pitch modeli prodüksiyona taşınır.
02	**"Müşterinin onayladığı karelerin aynısı"**	Hangi karelerin atmosferi, hangilerinin ürünü imzalandığı haliyle gösterdiğini belirtin. Yapay zekâ kareleri oranları ve etiketleri sık yanlış yapar, müşteri ise kareyi hatırlar.
03	**"Sunumdaki gibi fotogerçekçi"**	Neyin birebir olması gerektiğini yazın: etiketine kadar ürün, şehir, günün saati. Sonra neyin stilize olabileceğini söyleyin.
04	**"Şehir merkezinde FOOH, lokasyon netleşecek"**	Plakayı ya da sokağı ve kamera hareketini gönderin. 3D çekimi takip eder, yani önce çekim gelir.
05	**"Yayın ekim ortası"**	Gerçek yayın tarihi, müşterinin son incelemesi ve medya teslim tarihi. Üçünden geriye doğru çalışırız.
06	**"Medya planı için tüm formatlar"**	Medya planının kendisi: OOH boyutları, 16:9, 9:16, 1:1 ve film süreleri. Kareler tek bir master'dan kesilmez, her yerleşim için ayrı kurulur.
07	**"Final ambalaj sonra gelecek"**	Güncel CAD'i ya da açınımı şimdi gönderin ve neyin hâlâ değişebileceğini işaretleyin. Geç bir etiket değişikliği küçüktür; yeni bir form değildir.

Fikir sizin kalır.

White-label çalışırız, NDA'nızı imzalarız ve siz çağırmadıkça müşteri toplantısına katılmayız. Yorumlar bize ajansta tek bir kişiden, her tur için tek liste olarak gelir.

Bir FOOH spotu prodüksiyona girmeden önce

- [ ] Teslim edeceğiniz çözünürlükte plaka çekimi ya da çekim için bir tarih.
- [ ] Kamera hareketi ve lens; sokağın telefonla çekilmiş bir kaydı olsa bile.
- [ ] Günün saati ve hava; pitch karesine değil, plakaya göre.
- [ ] Ürünün sokaktaki ölçeği; plakadan bir karenin üzerine kaba bir eskiz olarak.
- [ ] Spotun yayınlanacağı her yerleşim ve süre, dikey versiyon dahil.

TEK SAYFA

Kreatif ajansların bize gerçekte gönderdikleri

Logoları hizmet sayfalarımızda yer alan ajanslar prodüksiyon şartnamesi göndermez. Bir lansman için, pitch sunumu ekli, buna yakın bir şey gönderirler; teklif vermek ve zamanı ayırtmak için bu yeterlidir.

01	**Fikir**	Bir paragraf ve müşterinin onayladığı kareler.
02	**Ürün**	CAD, açınım ya da numune fotoğrafları ve hâlâ değişenler.
03	**Ana görseller**	Kaç hero, kaç ikincil kare.
04	**Film**	Ana filmin ve her kısa versiyonun süresi.
05	**FOOH**	Lokasyon, plaka ya da onu kimin çekeceği, kamera hareketi.
06	**Medya planı**	Her yerleşim, boyut ve süre.
07	**Tarihler**	Styleframe’ler, ilk taslaklar, müşteri incelemesi, yayın.
08	**İnceleyen kişi**	Yorumları tek listede toplayan tek kişi.
09	**White-label**	Stüdyo adı yok; işi kendi showreel’inizde gösterme hakkınız var.
10	**Bütçe**	Müşterinin değil, sizin alış fiyatınız.

Ana görsellerden önce styleframe’ler

Işığı, lensi ve renk tonunu sabitleyen iki kare bir iki gün tutar. Önce onaylanırlarsa sonraki her görsel ve film aynı görünümde kalır.

Tek model, her aşama

Pitch için kurulan ürün, film için ışıklandırdığımız ve FOOH plakasına yerleştirdiğimiz üründür. Hiçbir şey iki kez modellenmez.

MALİYETLER

Piyasa fiyatları ve koşullarımız, her teklifi kontrol edebilmeniz için

2026'da piyasada gördüğümüz aralıklar, serbest çalışandan stüdyoya. Bizimki dahil her teklifin sağlamasını yapmak için kullanın.

TESLİM EDİLEN İŞ	SERBEST ÇALIŞAN	STÜDYO
Tek dış mekan görseli	$100 - 300	$250 - 600
Tek iç mekan görseli	$120 - 350	$300 - 700
5 - 8 açılık paket	$600 - 1.500	$1.500 - 4.000
Animasyon, dakika başına	$1.000 - 3.000	$3.000 - 8.000

Standart teslim sürelerimiz ve revizyon koşullarımız. Bir proje farklı bir şey gerektirmedikçe teklifimiz bunlara dayanır; gerektiriyorsa bunu iş başlamadan söyleriz.

AŞAMA VEYA TESLİM	MAVERİCK FRAME STANDARDI
Bir görselin ilk taslağı	Eksiksiz bir brief'ten itibaren 3 ila 5 iş günü
Bitmiş görseller, 5 - 8 görsellik paket	2 ila 3 hafta, taslaklar dahil
Bir dakikaya kadar animasyon	4 ila 6 hafta, önce storyboard ve ön izleme
Dahil revizyon turları	Taslak aşamasında iki, final görselde bir
Bir tur neyi kapsar	Tek seferde gönderilen, birleştirilmiş tek bir yorum listesi
Acil teslim	Takvim uygunsa yarı sürede, yaklaşık %40 ek ücretle

Teslim tarihi alev almadan bir stüdyo belirleyin

Gördüğümüz en pahalı projeler, brief'i zayıf olanlar değil. İlk tedarikçi başarısız olduktan sonra, lansman tarihi yerinden oynamazken panik içinde verilen işler. Hiçbir şey acil değilken bir iki stüdyoyu değerlendirin.

Şirket içi ekip üzerine bir not: tek bir 3D sanatçısı yaklaşık on yazılım aboneliğine, bir iş istasyonuna ve modelleme, ışıklandırma, post prodüksiyon ve müşteri iletişimi gibi bir dizi yan beceriye ihtiyaç duyar. Bu, ancak o kişi her gün dolu olduğunda karşılığını verir. Bunun altında hesap kendiliğinden dış kaynak kullanımından yanadır.

SONRAKİ ADIM

Sunumu ve yayın tarihini gönderin

Pitch sunumu, müşterinin onayladığı kareler, ürün CAD'i ya da fotoğrafları ve medya planı; hangi durumdaysa öyle. Size bir kapsam, bir fiyat ve kararı belirleyecek sorularla dönüyoruz - satış görüşmesiyle değil, yanıt olarak.

İletişim formu	maverickframe.com/contacts/
Ajanslar için CGI	maverickframe.com/tr/cozumler/pazarlama-ajanslari/
Ya da kısaca	bu rehberin geldiği e-postayı yanıtlayın.

Bu brief'leri okuyan ekip tarafından yazıldı

Dim Kuzmenko, Maverick Frame Studio'nun kurucu ortağıdır. Bu rehberdeki rakamlar bir sektör anketinden değil, kendi gelen kutumuzdan ve kendi fiyat listemizden geliyor.