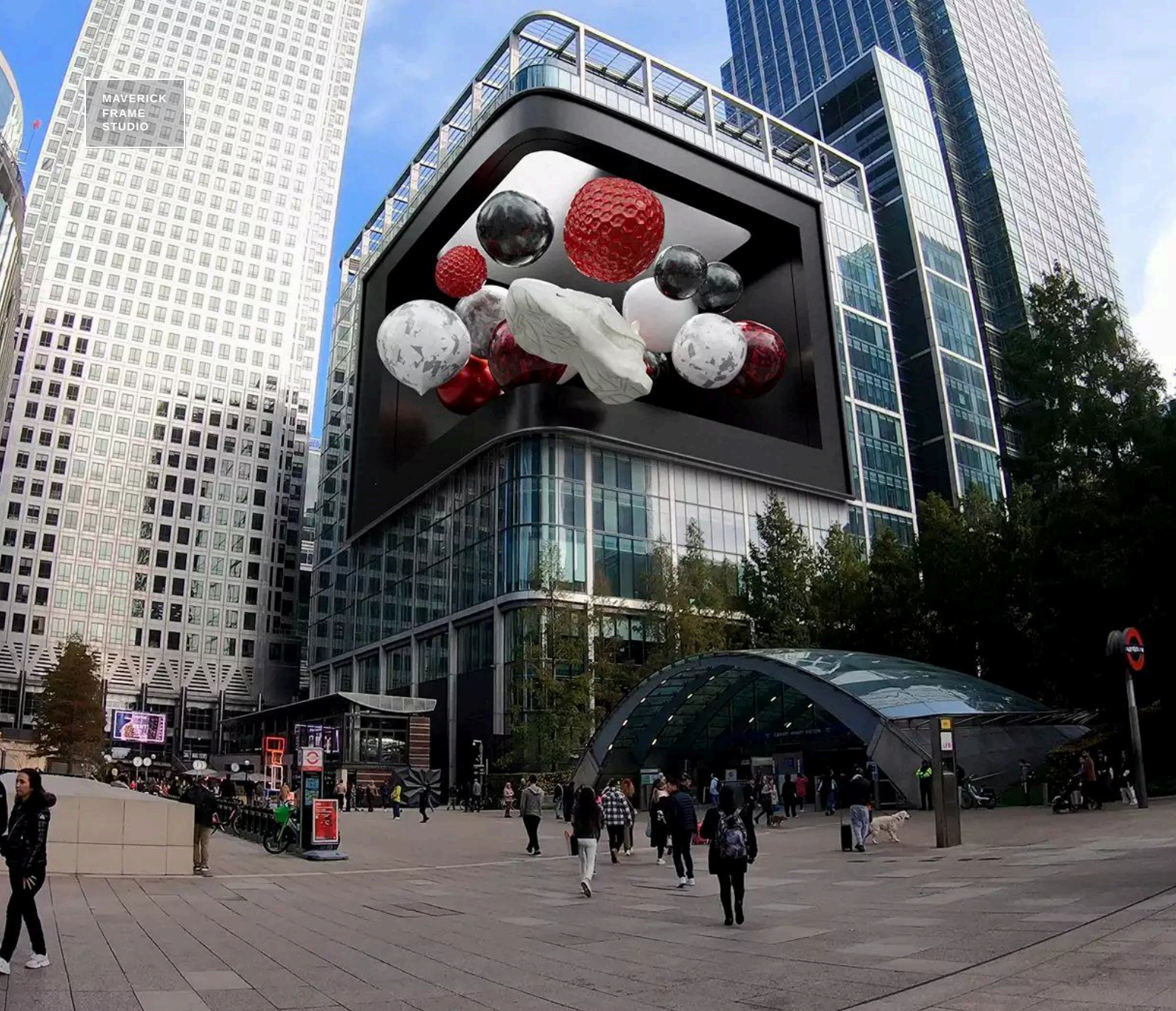




PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Premiera potrzebowała wizualizacji za 8 550 USD. Zamówiono za **20 910 USD.**

Typowe zamówienie na premierę aplikacji i produktu AI wycenione pozycja po pozycji: pięć wizualizacji, które zrobiły robotę, i pięć, na które po dniu premiery nikt nie spojrzał.

Dim Kuzmenko

Współzałożyciel, Maverick Frame Studio

maverickframe.com

ZACZNIJ TUTAJ

Premiera to pięć miejsc, nie lista funkcji

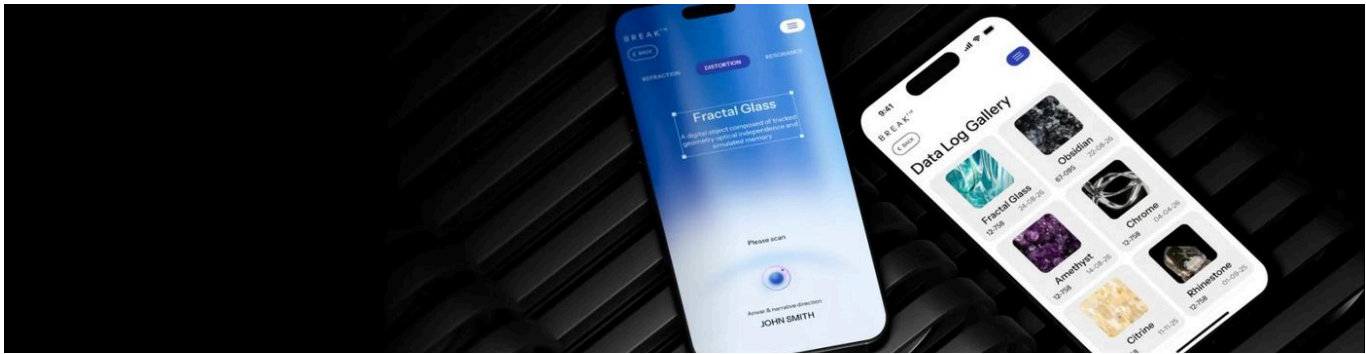
Gdy aplikacja, produkt AI albo kampania marki wychodzi do ludzi, wizualizacje zwykle zamawia się z listy funkcji: każdy ekran, każde urządzenie, scena dla każdej grupy odbiorców i film, który wyjaśnia wszystko. Zespół produktu wie, że każda funkcja jest ważna, więc każda dostaje render. Zamówienie rośnie, zanim ktokolwiek zapyta, gdzie te obrazy będzie widać.

Premierę widać w kilku miejscach: na karcie w sklepie z aplikacjami, w decku dla inwestorów, w hero strony docelowej, w social media i w jednym momencie, o którym ludzie zaczynają mówić. Każde z tych miejsc mieści bardzo niewiele wizualizacji. Wszystko, co zamówiono ponad nie, jest modelowane, oświetlane, renderowane i poprawiane równie starannie jak hero, a potem leży we wspólnym folderze.

Z CZEGO BUDUJE SIĘ ZAMÓWIENIE		GDZIE PREMIERĘ NAPRAWDĘ WIDAĆ	
01	Każdy ekran produktu, każdy w urządzeniu	Karta w sklepie pokazuje krótki rząd zrzutów ekranu. Zamów ten rząd, nie całą aplikację.	
02	Każde urządzenie i kolor, w którym działa produkt	Jedno urządzenie, to, które trzyma twój klient, wykadrowane pod każde miejsce.	
03	Scena lifestyle dla każdego segmentu odbiorców	Jedna scena produktu w użyciu, z której skorzystają deck, strona i prasa.	
04	Długi film, który wyjaśnia każdą funkcję	Krótkie wersje do feedu i jeden stunt, którym warto się dzielić. Funkcje i tak zmieniają się z kolejnym wydaniem.	

Lista funkcji to nie lista ujęć.

Wizualizacja zamówiona bez miejsca publikacji kosztuje dokładnie tyle, co opublikowana. Oszczędność nie leży w niższej stawce. Leży w renderach, których nie zamówisz, bo nikt nie umiał wskazać, gdzie miałyby się pojawić.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

FAKTURA

Co zamówiono na premierę, a co wykorzystano

Poniżej zestawienie złożone z typowego zamówienia na premierę aplikacji, której towarzyszy runda finansowania, wycenione po średnich stawkach rynkowych studia. Każda pozycja to rozsądna prośba. Druga kolumna pokazuje, co stało się z każdą z nich po dniu premiery.

POZYCJA	PO PREMIERZE	STAWKI STUDIA
01 Ujęcie hero, telefon w dłoni, scena lifestyle	użyte	650 USD
02 Trzy kadry do decku, produkt w użyciu (3 x 450 USD)	użyte	1 350 USD
03 Zestaw do sklepu, sześć ekranów w jednej scenie	użyte	1 150 USD
04 Wersje hero do social media, 9:16, 1:1 i 4:5 (3 x 300 USD)	użyte	900 USD
05 Jeden stunt CGI: dziesięciosekundowy klip FOOH z wersjami na platformy	użyte	4 500 USD
06 Każdy pozostały ekran aplikacji w urządzeniu (18 x 120 USD)	nieużyte	2 160 USD
07 Hero w trzech kolejnych kolorach urządzenia (3 x 300 USD)	nieużyte	900 USD
08 Wersje hero na tablet i smartwatch (2 x 450 USD)	nieużyte	900 USD
09 Cztery sceny lifestyle dla person (4 x 600 USD)	nieużyte	2 400 USD
10 90-sekundowy film objaśniający każdą funkcję	nieużyte	6 000 USD
Pięć pozycji, które wykorzystano		8 550 USD
Pięć pozycji, na które nikt nie spojrzał		12 360 USD
Część budżetu, która zrobiła robotę		41%

Ile kosztowało zamówienie na premierę20 910 USD

Ile kosztował zestaw, który wykorzystano8 550 USD

12 360 USD to prawie trzy kolejne stunt.

Niewykorzystana połowa nie była źle zrobiona. Zamówiono ją z listy funkcji, zanim ktokolwiek wskazał, gdzie się pojawi. Te same pieniądze opłaciłyby stunt CGI prawie trzy razy albo zestaw do sklepu i wersje do social media przy kilku kolejnych wydaniach.

ZESTAW NA PREMIERĘ

Pięć do zrobienia, cztery do pominięcia

Spisz tę listę, zanim poprosisz o wycenę. Pierwsze pięć pozycji obejmuje miejsca, w których premierę albo rundę finansowania naprawdę widać. Ostatnie cztery to typowe powody, dla których zamówienie się podwaja. Każdą z nich warto zrobić później, jeśli pojawi się prawdziwe miejsce publikacji.

POZYCJA	CZEGO POTRZEBUJE
01 Ujęcie hero z urządzeniem	Jedna scena, urządzenie, które trzyma twój klient, i jeden ekran, który od razu tłumaczy produkt. Baner na stronę, okładka decku i grafika do sklepu to kadry z niego, a nie nowe rendery.
02 Kadry do decku	Trzy: problem, produkt w użyciu, efekt. Renderowane w 16:9, żeby wypełniały slajd bez kadrowania. Decki na rundę finansowania korzystają z nich miesiącami.
03 Zestaw do sklepu	Jedna scena z urządzeniem, w której podmienia się ekrany, w rozmiarach wymaganych przez sklep. Przyślij ostateczne ekrany: ekran zmieniony po renderze to nowy render.
04 Wersje do social media	Po kilka sekund, w 9:16, 1:1 i 4:5, wycięte z hero i ze stuntu. Podaj formaty w briefie, żeby kamera zostawiła miejsce na każdy kadr.
05 Jeden stunt CGI	Klip FOOH albo produkt w prawdziwym świecie, od ośmiu do piętnastu sekund, jeden pomysł i jedna lokalizacja. To pozycja, którą ludzie udostępniają, więc dostaje budżet, który zjadłyby dodatki.
06 Pomiń: każdy ekran w urządzeniu	Rząd w sklepie i deck potrzebują kilku. Kolejne ekrany można później podmienić w tej samej scenie, gdy będzie ich wymagać nowe wydanie.
07 Pomiń: każde urządzenie i kolor	Jedno urządzenie w jednym kolorze uniesie premierę. Tablet dodaj wtedy, gdy powstanie wersja na tablet.
08 Pomiń: persona dla każdego segmentu	Jedna scena produktu w użyciu obsłuży deck, stronę i prasę. Ludzie w kadrze mogą pochodzić z sesji, z CGI albo z modelu wygenerowanego przez AI; najpierw zdecyduj, skąd.
09 Pomiń: długi film objaśniający	Funkcje zmieniają się z kolejnym wydaniem. Objaśnianie przenieś do ekranów w sklepie i jednej krótkiej wersji.

JEDNA STRONA

Krótki brief na zestaw premierowy

Premiera taka jak ta powyżej nie zaczyna się od specyfikacji kreatywnej. Zaczyna się od czegoś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści maila z linkiem do ekranów, i to wystarcza, żeby wycenić cały zestaw i zacząć pracę nad hero.

01	Produkt	Jedno zdanie plus eksporty ekranów, link do Figmy albo wersja testowa.
02	Moment	Premiera w sklepie, runda finansowania, rebranding albo nowa funkcja.
03	Gdzie się pojawi	Karta w sklepie, deck, strona docelowa, social media, kampania płatna. Ta lista jest listą ujęć.
04	Ekran hero	Ten jeden ekran, który od razu tłumaczy produkt.
05	Urządzenie	Który telefon albo laptop, w jakim kolorze. Najwyżej po jednym.
06	Ludzie w kadrze	Bez ludzi, prawdziwa sesja, postać CGI albo model wygenerowany przez AI.
07	Stunt, jeśli jest	Jeden pomysł oraz miasto albo rodzaj miejsca, w którym ma być widoczny.
08	Pliki marki	Logo, krój pisma i kolory oraz informacja, które ekrany są ostateczne.
09	Data	Prawdziwa: zgłoszenie do sklepu, spotkanie z inwestorem, post premierowy.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najszybsza droga do dopasowanego zestawu.

Najpierw zamroź ekrany

Rendery buduje się wokół ekranów, które przysyłasz. Ekran zmieniony po renderze to nowy render, więc ustal ekran hero i rząd do sklepu przed startem, a resztę przyślij później jako podmiany.

Moment zamiast specyfikacji

Większość briefów, które dziś dostajemy, napisał model językowy i proszą o wszystko. Powiedz nam, jaki to moment i gdzie ludzie go zobaczą, a zestaw niech zaproponują ci, którzy robią takie wizualizacje na co dzień.

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 USD - 300	250 USD - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	120 USD - 350	300 USD - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	600 USD - 1 500	1 500 USD - 4 000
Animacja, za minutę	1 000 USD - 3 000	3 000 USD - 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

Prześlij nam ekrany i datę

Eksporty ekranów albo link do Figmy, deck, nad którym pracujesz, pliki marki i datę premiery lub spotkania, w dowolnym stanie. Odpowiemy zestawem, który sami byśmy zamówili, ceną i pytaniami, od których ona zależy, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowymaverickframe.com/contacts/**Reklamy FOOH i CGI**maverickframe.com/pl/uslugi/reklamy-fooh-cgi/**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.