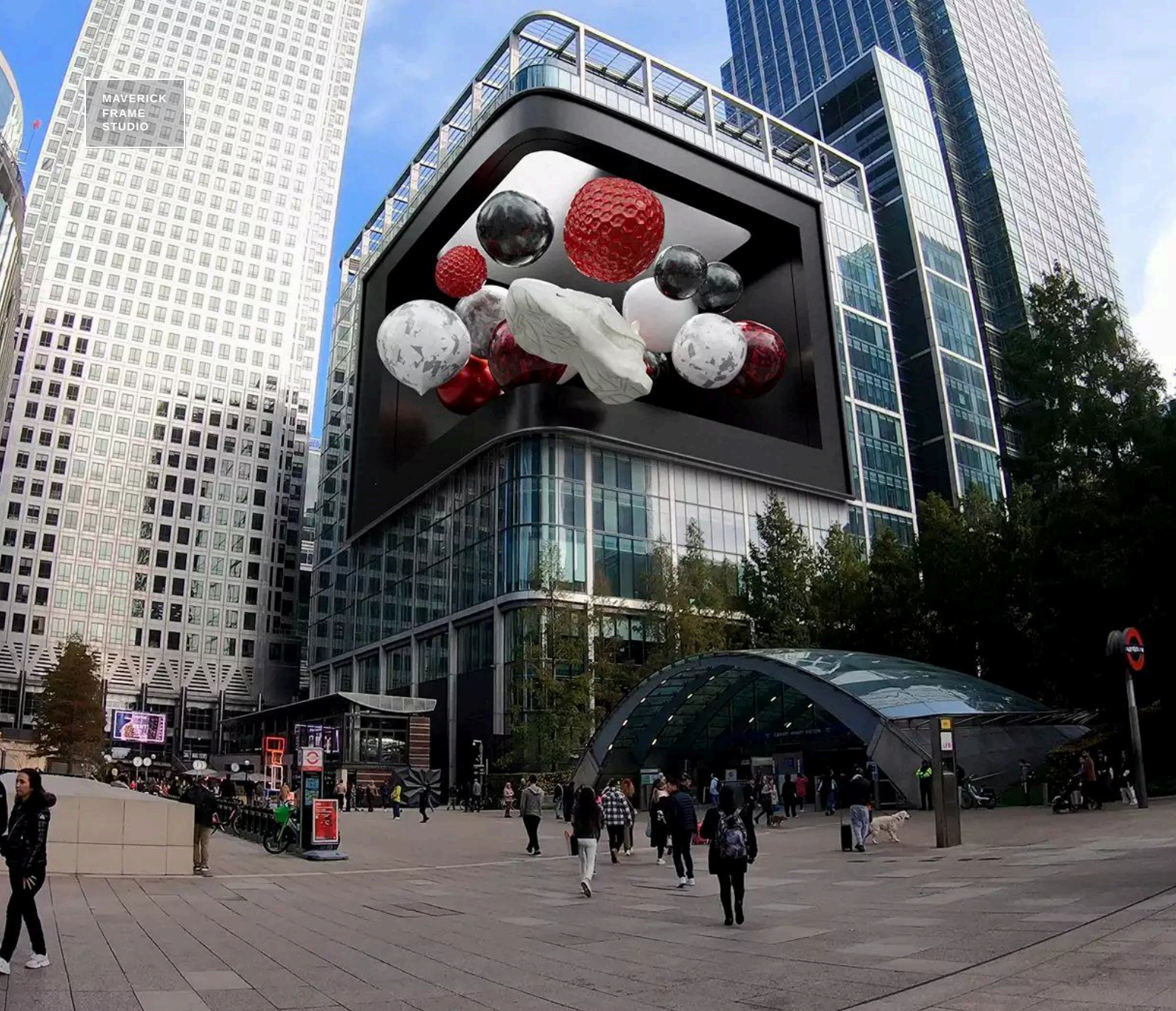




PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

Lanseringen behövde bilder för 8 550 USD. Den beställde **20 910 USD.**

En typisk beställning för en app- eller AI-lansering prissatt post för post: de fem bilderna som gjorde jobbet och de fem som ingen tittade på efter lanseringsdagen.

BÖRJA HÄR

En lansering är fem platser, inte en funktionslista

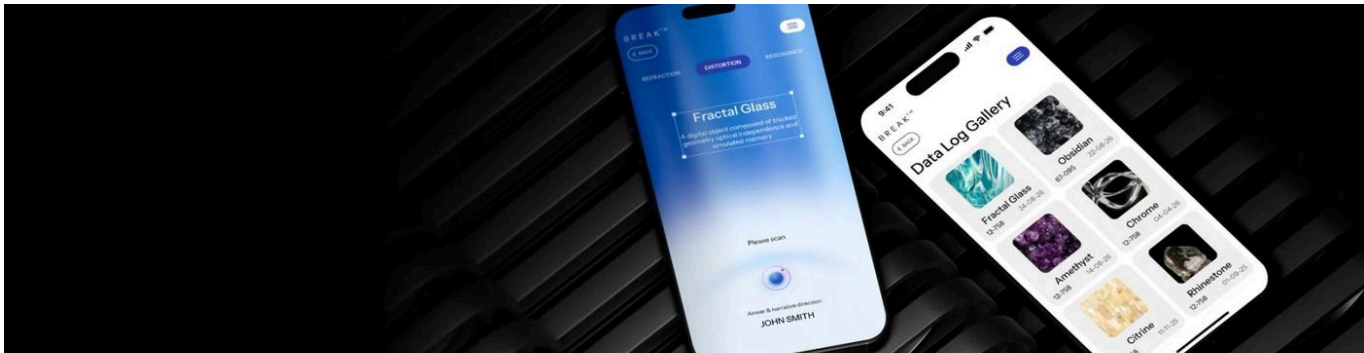
När en app, en AI-produkt eller en varumärkeskampanj går ut beställs bilderna oftast utifrån funktionslistan: varje skärm, varje enhet, en miljö för varje målgrupp och en film som förklarar allt. Produktteamet vet att varje funktion är viktig, så varje funktion får en rendering. Beställningen växer innan någon har frågat var bilderna ska synas.

En lansering syns på ett fåtal platser: i appbutiken, i investerarpresentationen, högst upp på landningssidan, i det sociala flödet och i ett ögonblick som får folk att prata. Varje plats rymmer väldigt få bilder. Allt som beställs utöver dem modelleras, ljussätts, renderas och revideras lika noggrant som huvudbilden, och hamnar sedan i en delad mapp.

VAD BESTÄLLNINGEN BYGGER PÅ		VAR LANSERINGEN FAKTISKT SYNS
01	Varje skärm i produkten, var och en i en enhet	En butikssida visar en kort rad skärmbilder. Beställ den raden, inte hela appen.
02	Varje enhet och färg som produkten finns i	En enhet, den som din köpare håller i, beskuren för varje placering.
03	En livsstilsmiljö för varje målgruppssegment	En scen med produkten i bruk som presentationen, webben och pressen kan dela på.
04	En lång film som förklarar varje funktion	Korta klipp för flödet och en kupp värd att dela. Funktionerna ändras med nästa version.

Funktionslistan är ingen bildlista.

En bild som beställs utan en plats att synas på kostar exakt lika mycket som en publicerad. Besparingen ligger inte i ett lägre pris. Den ligger i renderingarna du aldrig beställer, eftersom ingen kunde säga var de skulle visas.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

FAKTURAN

Vad lanseringen beställde och vad den använde

Nedan är en sammansatt, typisk beställning för en applansering med en finansieringsrunda parallellt, prissatt till studiotariffer i mitten av marknaden. Varje post är en rimlig begäran. Den andra kolumnen visar vad som hände med var och en efter lanseringsdagen.

	POST	EFTER LANSERING	TILL STUDIOPRIS
01	Huvudbild, telefon i handen, livsstilsmiljö	använd	650 USD
02	Tre bilder till investerarpresentationen, produkten i bruk (3 x 450 USD)	använd	1 350 USD
03	Serie för appbutiken, sex skärmar i en enhetsscen	använd	1 150 USD
04	Sociala klipp av huvudbilden, 9:16, 1:1 och 4:5 (3 x 300 USD)	använd	900 USD
05	En CGI-kupp: ett FOOH-klipp på tio sekunder med plattformsversioner	använd	4 500 USD
06	Appens övriga skärmar i en enhet (18 x 120 USD)	oanvänd	2 160 USD
07	Huvudbilden i tre enhetsfärger till (3 x 300 USD)	oanvänd	900 USD
08	Huvudbilden på surfplatta och smartklocka (2 x 450 USD)	oanvänd	900 USD
09	Fyra livsstilsmiljöer, en per persona (4 x 600 USD)	oanvänd	2 400 USD
10	En förklarande film på 90 sekunder om varje funktion	oanvänd	6 000 USD
	Fem poster som användes		8 550 USD
	Fem poster som ingen tittade på		12 360 USD
	Andel av budgeten som gjorde jobbet		41 %

Vad lanseringsbeställningen kostade20 910 USD

Vad serien som användes kostade8 550 USD

12 360 USD räcker till nästan tre kuppar till.
Den oanvända halvan var inte dåligt gjord. Den beställdes utifrån funktionslistan innan någon hade bestämt var den skulle visas. Samma pengar hade betalat CGI-kuppen nästan tre gånger om, eller butiksserien och klippen för flera kommande versioner.

LANSERINGSSERIEN

Fem att göra, fyra att hoppa över

Skriv den här listan innan du ber om en offert. De fem första posterna täcker platserna där en lansering eller en finansieringsrunda faktiskt syns. De fyra sista är de vanliga skälen till att en beställning fördubblas. Var och en är värd att göra senare, om en verklig plats att visa den dyker upp.

POSTEN	VAD DEN BEHÖVER
01 Huvudbild med enhet	En scen, enheten som din köpare håller i och den skärm som förklarar produkten med en blick. Webbannern, presentationens omslag och butikens utvalda bild är beskärningar av den, inte nya renderingar.
02 Bilder till presentationen	Tre: problemet, produkten i bruk, resultatet. Renderade i 16:9 så att de fyller en bild utan beskärning. Presentationer för en finansieringsrunda återanvänder dem i månader.
03 Serie för appbutiken	En enhetsscen där skärmarna byts ut, i de storlekar butiken kräver. Skicka färdiga skärmar: en skärm som ändras efter renderingen är en ny rendering.
04 Sociala klipp	Några sekunder vardera, i 9:16, 1:1 och 4:5, klippta ur huvudbilden och kuppen. Ange formaten redan i brieven så att kameran lämnar plats för varje beskärning.
05 En CGI-kupp	Ett FOOH-klipp eller ett ögonblick med produkten ute i världen, åtta till femton sekunder, en idé och en plats. Det är den post folk delar, så den får budgeten som extrabilderna annars hade tagit.
06 Hoppa över: varje skärm i en enhet	Butiksraden och presentationen behöver en handfull. Fler skärmar kan bytas in i samma scen senare, när en ny version kräver dem.
07 Hoppa över: varje enhet och färg	En enhet i en färg bär en lansering. Lägg till surfplattan när det finns en surfplatteversion.
08 Hoppa över: en persona per segment	En scen med produkten i bruk räcker till presentationen, webben och pressen. Människorna i bild kan vara en fotografering, CGI eller en AI-genererad modell; bestäm vilket först.
09 Hoppa över: den långa förklaringsfilmen	Funktionerna ändras med nästa version. Lägg förklarandet i butikens skärmbilder och ett kort klipp i stället.

DEN ENDA SIDAN

Den korta brieften för en lanseringsserie

En lansering som den du just såg börjar inte med en kreativ specifikation. Den börjar med något i stil med det här, oftast direkt i ett mejl med en länk till skärmarna, och det räcker för att offerera hela serien och sätta igång med huvudbilden.

01	Produkten	En rad, plus skärmexporter, en Figma-länk eller en testversion.
02	Tillfället	En lansering i appbutiken, en finansieringsrunda, en ny varumärkesprofil eller en ny funktion.
03	Var det ska synas	Appbutik, presentation, landningssida, sociala medier, betald annonsering. Den listan är bildlistan.
04	Huvudskärmen	Den skärm som förklarar produkten med en blick.
05	Enheten	Vilken telefon eller dator, i vilken färg. Högst en av varje.
06	Människor i bild	Inga, en verklig fotografering, en CGI-figur eller en AI-genererad modell.
07	Kuppen, om någon	En idé och staden eller typen av plats där den ska synas.
08	Varumärkesfiler	Logotyp, typsnitt och färger, och vilka skärmar som är färdiga.
09	Datomet	Det verkliga: inlämningen till butiken, investerarmötet, lanseringsinlägget.
10	Budgeten	En siffra eller ett spann. Det är den snabbaste vägen till en serie som passar.

Lås skärmarna först

Renderingarna byggs kring skärmarna du skickar. En skärm som ändras efter renderingen är en ny rendering, så bestäm huvudskärmen och butiksraden innan vi börjar och skicka resten senare som utbyten.

Säg tillfället, hoppa över specen

De flesta briefen vi får i dag är skrivna av en språkmodell och ber om allt. Berätta vilket tillfälle det gäller och var det ska synas, och låt dem som gör de här bilderna varje dag föreslå serien.

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 USD - 300	250 USD - 600
Enstaka interiörbild	120 USD - 350	300 USD - 700
Paket med 5 - 8 vyer	600 USD - 1 500	1 500 USD - 4 000
Animation, per minut	1 000 USD - 3 000	3 000 USD - 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 deadline 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 skärmarna och datumet

Skärmexporter eller en Figma-länk, presentationen du bygger, varumärkesfiler och datumet för lanseringen eller mötet, i vilket skick de än är. Vi svarar med serien vi själva skulle beställa, ett pris och de frågor som avgör det - som ett svar på mejlet, inte ett säljsamtal.

Kontaktformuläretmaverickframe.com/contacts/**Marknadsbyråer**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.