



UYGULAMA REHBERİ / 2026 BASKISI

Lansmana 8.550 \$'lık Görsel Yetiyordu. Sipariş **20.910 \$** Oldu.

Tipik bir uygulama ve yapay zeka ürünü lansman siparişi kalem kalem fiyatlandı: işi yapan beş görsel ve lansman gününden sonra kimsenin bakmadığı beş görsel.

BURADAN BAŞLAYIN

Lansman beş yerdir, özellik listesi değil

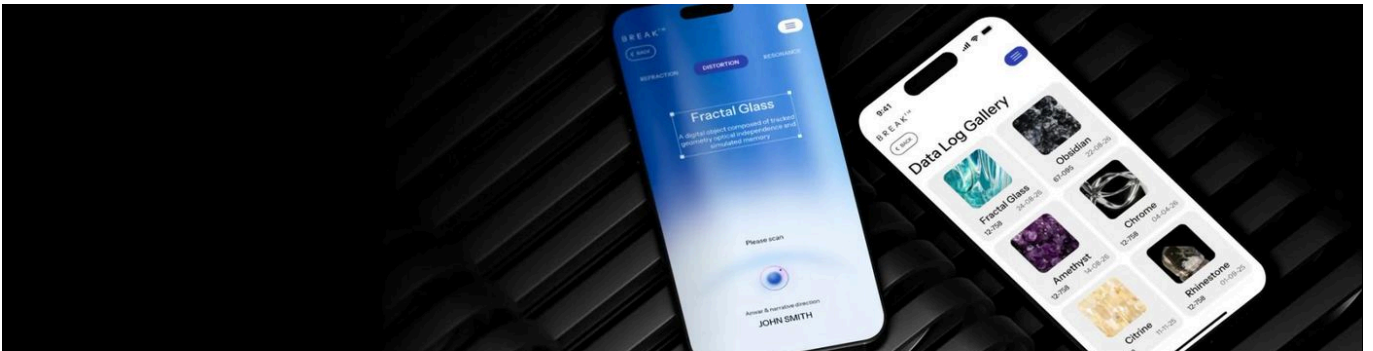
Bir uygulama, bir yapay zeka ürünü ya da bir marka kampanyası yayına çıktığında görseller genellikle özellik listesinden sipariş edilir: her ekran, her cihaz, her hedef kitle için bir sahne, her şeyi anlatan bir film. Ürün ekibi her özelliğin önemli olduğunu bilir, bu yüzden her biri bir render alır. Görsellerin nerede görüleceğini soran olmadan sipariş büyük.

Bir lansman bir avuç yerde görülür: mağaza sayfası, yatırımcı sunumu, açılış sayfasının hero alanı, sosyal medya akışı ve insanları konuşturan tek bir an. Bu yerlerin her biri çok az görsel taşır. Bunların ötesinde sipariş edilen her şey hero kadar özenle üretilir, ışıklandırılır, render edilir ve revize edilir, sonra da ortak bir klasörde bekler.

SİPARİŞİN DAYANDIĞI LİSTE	LANSMANIN GERÇEKTE GÖRÜLDÜĞÜ YER
01 Ürünün her ekranı, her biri bir cihazda	Mağaza sayfası kısa bir ekran görüntüsü dizisi gösterir. Tüm uygulamayı değil, o diziyi sipariş edin.
02 Ürünün çalıştığı her cihaz ve renk	Tek cihaz, alıcınızın elinde tuttuğu; her yerleşim için ayrı kırılır.
03 Her hedef kitle segmenti için bir yaşam tarzı sahnesi	Sunumun, sitenin ve basının ortak kullanabileceği, ürünü kullanımda gösteren tek sahne.
04 Her özelliği anlatan uzun bir film	Akış için kısa kesitler ve paylaşılmaya değer tek bir CGI gösterisi. Özellikler bir sonraki sürümde değişir.

Özellik listesi bir çekim listesi değildir.

Yayınlanacak bir yeri olmadan sipariş edilen görsel, yayınlanan bir görselle tam olarak aynı tutar. Tasarruf daha düşük bir fiyatta değil, kimse nerede görüneceğini söyleyemediği için hiç sipariş etmediğiniz render'lardadır.



Maverick Frame prodüksiyon render'ı.

FATURA

Lansmanın sipariş ettiği ve kullandığı

Aşağıda, aynı anda bir yatırım turunun da yürüdüğü bir uygulama lansmanı için tipik bir siparişin, orta segment stüdyo fiyatlarıyla fiyatlandırılmış derlemesi var. Her kalem makul bir talep. İkinci sütun, lansman gününden sonra her birine ne olduğunu gösterir.

KALEM	LANSMANDAN SONRA	STÜDYO FİYATIYLA
01 Hero cihaz çekimi, elde telefon, yaşam tarzı sahnesi	kullanıldı	650 \$
02 Ürünü kullanımda gösteren üç sunum karesi (3 x 450 \$)	kullanıldı	1.350 \$
03 Uygulama mağazası seti, tek cihaz sahnesinde altı ekran	kullanıldı	1.150 \$
04 Hero'nun sosyal kesitleri, 9:16, 1:1 ve 4:5 (3 x 300 \$)	kullanıldı	900 \$
05 Tek CGI gösterisi: platform kesitleriyle on saniyelik FOOH klibi	kullanıldı	4.500 \$
06 Uygulamanın diğer tüm ekranları cihazda (18 x 120 \$)	kullanılmadı	2.160 \$
07 Hero, üç ek cihaz renginde (3 x 300 \$)	kullanılmadı	900 \$
08 Hero'nun tablet ve akıllı saat versiyonları (2 x 450 \$)	kullanılmadı	900 \$
09 Dört persona yaşam tarzı sahnesi (4 x 600 \$)	kullanılmadı	2.400 \$
10 Her özelliği anlatan 90 saniyelik tanıtım filmi	kullanılmadı	6.000 \$
Kullanılan beş kalem		8.550 \$
Kimsenin bakmadığı beş kalem		12.360 \$
Bütçenin işi yapan payı		%41
Lansman siparişinin maliyeti		20.910 \$
Kullanılan setin maliyeti		8.550 \$

12.360 \$, neredeyse üç gösteri daha demek.

Kullanılmayan yarı kötü yapılmamıştı. Nerede yayınlanacağını kimse söylemeden, özellik listesinden sipariş edilmişti. Aynı para CGI gösterisini neredeyse üç kez daha karşıladı ya da sonraki birkaç sürümün mağaza setini ve kesitlerini.

LANSMAN SETİ

Beşini yapın, dördünü atlayın

Bu listeyi teklif istemeden önce yazın. İlk beş kalem, bir lansmanın ya da yatırım turunun gerçekte görüldüğü yerleri kapsar. Son dördü, bir siparişin ikiye katlanmasının olağan nedenleridir. Her biri, gerçekten yayınlanacağı bir yer çıkarsa sonradan yapılmaya değer.

KALEM	NEYE İHTİYAÇ DUYAR
01 Hero cihaz çekimi	Tek sahne, alıcınızın elindeki cihaz ve ürünü bir bakışta anlatan tek ekran. Web banner'ı, sunum kapağı ve mağaza tanıtım görseli bunun kırkımlarıdır, yeni render değil.
02 Sunum kareleri	Üç tane: sorun, kullanımdaki ürün, sonuç. Slaytı kırılmadan doldursun diye 16:9 render edilir. Yatırım turu sunumları bunları aylarca kullanır.
03 Uygulama mağazası seti	Ekranların değiştirildiği tek cihaz sahnesi, mağazanın istediği ölçülerde. Final ekranları gönderin: render'dan sonra değişen ekran yeni bir render'dır.
04 Sosyal kesitler	Her biri birkaç saniye, 9:16, 1:1 ve 4:5 formatlarında, hero'dan ve gösteriden kesilir. Kamera her kırpıma yer bıraksın diye formatları brief'te söyleyin.
05 Tek CGI gösterisi	Bir FOOH klibi ya da ürünün gerçek dünyada belirttiği bir an; sekiz ila on beş saniye, tek fikir, tek mekan. İnsanların paylaştığı kalem budur, bu yüzden ekstraların alacağı bütçe ona gider.
06 Atlayın: cihazda her ekran	Mağaza dizisi ve sunum bir avuç ekran ister. Diğer ekranlar, bir sürüm gerektirdiğinde aynı sahneye sonradan yerleştirilebilir.
07 Atlayın: her cihaz ve renk	Tek renkte tek cihaz bir lansmanı taşır. Tablet versiyonu çıktığında tableti ekleyin.
08 Atlayın: her segmente bir persona	Ürünü kullanımda gösteren tek sahne sunuma, siteye ve basına yeter. Karedeki insanlar bir çekim, CGI ya da yapay zekayla üretilmiş bir model olabilir; önce hangisi olacağına karar verin.
09 Atlayın: uzun tanıtım filmi	Özellikler bir sonraki sürümde değişir. Anlatımı bunun yerine mağaza ekranlarına ve kısa bir kesite koyun.

TEK SAYFA

Lansman seti için kısa brief

Yukarıdaki gibi bir lansman yaratıcı bir şartnameyle başlamaz. Genellikle bir e-postanın gövdesinde, ekranlara bir bağlantıyla gelen buna yakın bir şeyle başlar; bu, tüm seti fiyatlamak ve hero üzerinde çalışmaya başlamak için yeterlidir.

01	Ürün	Tek satır, artı ekran dışı aktarımları, bir Figma bağlantısı ya da bir test sürümü.
02	An	Mağaza lansmanı, yatırım turu, yeniden markalama ya da yeni bir özellik sürümü.
03	Nerede yayınlanacak	Mağaza sayfası, sunum, açılış sayfası, sosyal medya, ücretli medya. Bu liste, çekim listesidir.
04	Hero ekran	Ürünü bir bakışta anlatan tek ekran.
05	Cihaz	Hangi telefon ya da dizüstü, hangi renkte. En fazla birer tane.
06	Karedeki insanlar	Hiç yok, gerçek bir çekim, bir CGI karakter ya da yapay zekayla üretilmiş bir model.
07	Gösteri, varsa	Tek fikir ve görülmesi gereken şehir ya da mekan türü.
08	Marka dosyaları	Logo, yazı tipi ve renkler, ayrıca hangi ekranların final olduğu.
09	Tarih	Gerçek olanı: mağazaya gönderim, yatırımcı toplantısı, lansman paylaşımı.
10	Bütçe	Bir rakam ya da aralık. Size uyan bir sete giden en kısa yol.

Önce ekranları dondurun

Render'lar gönderdiğiniz ekranların etrafında kurulur. Render'dan sonra değişen ekran yeni bir render'dır; bu yüzden başlamadan hero ekranı ve mağaza dizisini netleştirin, kalanını sonradan değişim olarak gönderin.

Anı söyleyin, şartnameyi atlayın

Artık aldığımız brief'lerin çoğunu bir dil modeli yazıyor ve hepsi her şeyi istiyor. Bize anı ve görüleceği yerleri söyleyin; bu görselleri her gün yapan ekip seti önersin.

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	MAVERICK 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

Ekranları ve tarihi bize gönderin

Ekran dışı aktarımları ya da bir Figma bağlantısı, hazırladığınız sunum, marka dosyaları ve lansmanın ya da toplantının tarihi, hangi durumda olursa olsun. Sipariş edeceğimiz set, bir fiyat ve bunları belirleyen sorularla yazılı olarak yanıt veririz, satış görüşmesi yapmadan.

İletişim formu

maverickframe.com/contacts/

FOOH ve CGI reklam

maverickframe.com/tr/hizmetler/fooh-cgi-reklam/

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.