



UYGULAMA REHBERİ / 2026 BASKISI

# Bir Lansman 33 İçerik İster. Çekimle Tutarı: **27.670 \$.**

Üç varyantlı tek ürün ve 33 lansman içeriği, bir fotoğraf çekimiyle ve tek bir 3D modelle fiyatlandı; bir kez kurulup yeniden kullanılmaya değer olanlar da burada.

## BURADAN BAŞLAYIN

# Lansman bir çekim değil, 33 içeriklik bir liste

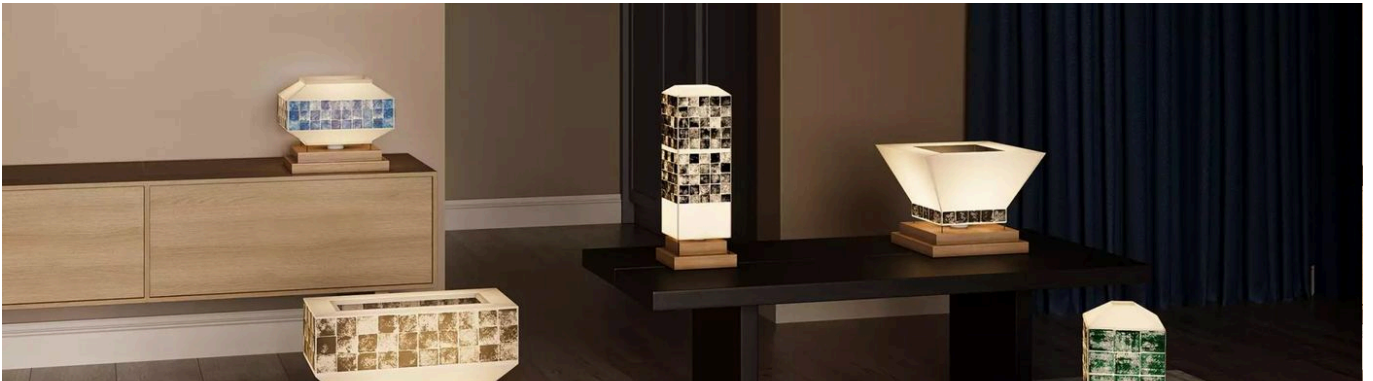
Bir ürün lansmanı eskiden fotoğraf çekimi demektir. Şimdi bir liste demek: her perakendecinin şablonunda packshot'lar, site ve reklamlar için yaşam tarzı görselleri, doku ve bileşen yakın çekimleri, ürün sayfası için 360 derece dönüş ve her kanala göre kısaltılan kısa bir film. Dürüstçe sayıldığında üç varyantlı tek bir ürün otuzu aşkın içeriğe ulaşır ve çoğu, üretim partisi daha ortada yokken gerekir.

Bir çekim bu listeyi günle fiyatlar. Her gün bitmiş numune ister, her varyant yeniden ışık altına girer ve çekimden sonra değişen bir etiket ikinci bir çekim demektir. Bir 3D model listeyi bir kez fiyatlar: ürün ambalaj açınımlarından ya da CAD'den kurulur, sonrasındaki her içerik bir kamera, bir ışık ve bir render'dır. Bütün fark budur ve listenin hangi kısmı için hangi yolun daha ucuz olduğunu o belirler.

| ÇEKİMİN İHTİYACI                                           | TEK MODELİN İHTİYACI                                                          |
|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| 01 Her varyantın bitmiş numunesi, lansmandan haftalar önce | Ambalaj açınımları, CAD ya da tek bir numune ve dosya olarak etiket tasarımı. |
| 02 Her varyant ve her açı için yeni bir kurulum            | Tek model. Varyant, aynı kameralarda bir malzeme ve etiket değişimidir.       |
| 03 Etiket ya da renk değişince ikinci çekim                | Yeni bir tasarım dosyası ve etkilediği karelerin yeniden render'ı.            |
| 04 Film için bir ekip günü, dönüş için döner tabla         | Aynı model, animasyonlu. Dönüş ve film aynı yapımı paylaşır.                  |

## Sette geçen her gün, tek bir görsel çıkmadan ödenir.

Bir çekim bütçesinin çoğunu günlere harcar: stüdyo, ekip, mekan, numuneler. Model bütçeyi bir kez, yapıma harcar ve ondan sonraki her içerik bir öncekinden daha ucuza gelir. Bir ürün sayfasında kimse bir görselin hangi yoldan geldiğini sormaz.



Maverick Frame prodüksiyon render'ı.

## FATURA

## 33 içerik, iki yoldan fiyatlandı

Aşağıda üç varyantlı tek bir ürün için, örneğin üç aromalı bir takviye kutusu ya da üç tonlu bir serum, iki yolda da orta segment fiyatlarla fiyatlandırılmış bir lansman derlemesi var. Çekim sütunu yetkin bir stüdyo ve mekanda bir yaşam tarzı günü varsayar; CGI sütunu ambalaj dosyalarından kurulan tek bir model varsayar.

|    | İÇERİK                                               | FOTOĞRAF ÇEKİMİ | CGI, TEK MODEL   |
|----|------------------------------------------------------|-----------------|------------------|
| 01 | Set için numuneler ya da master model ve iki varyant | 1.200 \$        | 1.500 \$         |
| 02 | 18 e-ticaret packshot'ı, varyant başına altı açı     | 5.480 \$        | 2.580 \$         |
| 03 | Site ve reklamlar için 4 yaşam tarzı sahnesi         | 6.980 \$        | 2.200 \$         |
| 04 | 4 doku ve bileşen yakın çekimi                       | 1.880 \$        | 1.400 \$         |
| 05 | Varyant başına bir tane, 3 adet 360 derece dönüş     | 1.350 \$        | 1.300 \$         |
| 06 | 15 saniyelik bir hero film                           | 6.300 \$        | 1.800 \$         |
| 07 | 3 kanal kesiti: 9:16, 1:1 ve 6 saniyelik kurgu       | 1.200 \$        | 450 \$           |
| 08 | İlk partiden sonraki etiket değişiklikleri           | 3.280 \$        | 600 \$           |
|    | Teslim edilen içerik, her iki yolda                  |                 | 33               |
|    | İçerik başına maliyet, fotoğraf çekimi               |                 | 838 \$           |
|    | İçerik başına maliyet, tek model                     |                 | 358 \$           |
|    | <b>Fotoğraf çekimi yolu</b>                          |                 | <b>27.670 \$</b> |
|    | <b>Tek modelden aynı 33 içerik</b>                   |                 | <b>11.830 \$</b> |

| KALEMLER NASIL OLUŞUR      | FOTOĞRAF ÇEKİMİ                                                 | CGI, TEK MODEL                              |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| <b>Packshot'lar</b>        | 2 stüdyo günü x 2.200 \$, rötuş 18 x 60 \$                      | 6 açı x 250 \$, 12 varyant render'ı x 90 \$ |
| <b>Yaşam tarzı ve doku</b> | Mekan günü 6.500 \$, makro yarım gün 1.400 \$, rötuş 8 x 120 \$ | 4 sahne x 550 \$, 4 yakın çekim x 350 \$    |
| <b>Etiket değişikliği</b>  | Yeniden çekim günü 2.200 \$, rötuş 18 x 60 \$                   | Tasarım değişimi, yeniden render            |

### Fark 15.840 \$ ve çoğu gün ücreti.

Stüdyo günleri, bir mekan günü, bir ekip günü ve bir yeniden çekim günü. Hiçbiri tek başına görsel üretmez ve bir varyant ya da etiket değiştiğinde her biri yeniden rezerve edilir. Model bir kez, ilk satırda ödenir.

## BİR KEZ KURUN

# Bir kez kurulan ve karşılığını veren

CGI yolundaki tasarruf tek bir karardan gelir: ürünü, sonraki içeriklerin ihtiyaç duyacağı her şeyle birlikte bir kez doğru kurmak. Başta ödemeye değer parçalar bunlardır; her biri lansman ve ürün gamı boyunca yeniden kullanılır.

| BİR KEZ KURUN                                 | NEYDE YENİDEN KULLANILIR                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 Üretim hassasiyetinde master model         | Her packshot, yaşam tarzı sahnesi, dönüş ve film. Bir prototipin fotoğraflarından değil, ambalaj açınımlarından ya da CAD'den kurun.     |
| 02 Ayrı tasarım dosyası olarak etiketler      | Aromalar, tonlar, boyutlar, bölgesel ambalajlar ve bir sonraki etiket değişikliği. Her biri yeni bir model değil, bir dosya değişimidir. |
| 03 Gerçek numuneye eşlenen malzemeler         | Cam, buzlu plastik, folyo, soft-touch kaplama. Numuneye bir kez eşlenir, onaylanır, sonra tüm gam için sabitlenir.                       |
| 04 Packshot kamera seti                       | Her varyant ve bir sonraki ürün için aynı altı aç; perakendeci ızgarası tutarlı kalır.                                                   |
| 05 Markaya özel ışık seti                     | Bir stüdyo ışığı ve bir gün ışığı seti. Yaşam tarzı sahneleri ve film bunları devralır, lansman tek bir kampanya gibi okunur.            |
| 06 Set olarak kurulan tek yaşam tarzı sahnesi | Yeni bir oda kurmadan sezonlar, perakendeciler ve yeni varyantlar için yeniden düzenlenir.                                               |
| 07 Doku ve bileşen kütüphanesi                | Krem kıvrımları, tozlar, kapsüller, bitkisel öğeler. Gam boyunca ve her filmde yeniden kullanılır.                                       |
| 08 Animasyon rig'i                            | Açılan kapaklar, çevrilen tıplar, dönüş. Film, kesitler ve bir sonraki lansmanın filmi bunu paylaşır.                                    |

1

MODEL, BİR KEZ KURULUR

3

DEĞİŞİMLE GELEN VARYANT

33

ONDAN ÇIKAN İÇERİK

600 \$

BİR ETİKET DEĞİŞİKLİĞİ

## Çekim hâlâ doğru tercih olduğunda

Ürün giyiliyor ya da elle tutuluyorsa ve görselin konusu ten, saç ya da kumaşsa; ya da bitmiş ürün zaten varsa ve lansmandan önce hiçbir şey değişmeyecekse. Pek çok lansman ikisini karıştırır: insanlar çekimden, ürün modelden.

## TEK SAYFA

# Böyle bir lansman için bize gönderilecekler

Bir ürün lansmanı brief'inin şartname olması gerekmez. Teklif vermek ve işe başlamak için genellikle bir e-postanın gövdesine yazılan yarım sayfa yeterlidir. Lansmanın ne yapması gerektiğini söyleyin, ayrıntıyı ürünleri her gün 3D'de kuran ekibe bırakın.

|    |                   |                                                                                                                    |
|----|-------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Ürün              | Tek satır ve kaç varyant olduğu: aromalar, tonlar, boyutlar, renk seçenekleri.                                     |
| 02 | Ambalaj dosyaları | Ambalaj açınımları ve etiket tasarımı, bitmemiş olsa da. Ürünün yalnızca kutusu değil bir gövdesi de varsa CAD de. |
| 03 | Numune, varsa     | Üretim öncesi bir numune bile olur. Malzemeyi her tariftten daha hızlı netleştirir.                                |
| 04 | Lansman tarihi    | Ve içeriklerin perakendecilere ulaşması gereken tarih; genellikle haftalar öncedir.                                |
| 05 | Nerede satılacak  | Kendi siteniz, pazar yerleri, perakendeciler. Her birinin bir packshot şablonu var; adlarını yazın.                |
| 06 | İçerik listesi    | Packshot, yaşam tarzı, doku, dönüş, film. Gerekenleri işaretleyin; satır başına bir sayı yeterli.                  |
| 07 | Hero              | Lansmanın üzerine satıldığı tek görsel ya da film.                                                                 |
| 08 | Hâlâ değişenler   | Etiketler, beyanlar, renkler. Şimdi söyleyin; neyin değişim olarak kurulacağını bu belirler.                       |
| 09 | Sonraki ürünler   | Gamın büyüyüp büyümeyeceği. Modelin, kameraların ve sahnelerin nasıl kurulacağını bu belirler.                     |
| 10 | Bütçe             | Bir rakam ya da aralık. Size uyan bir içerik listesine giden en kısa yol.                                          |

## Etiket kesinleşmeden gönderin

Model ambalaj açınımlarından ve taslak bir etiketten başlayabilir. Onaylı tasarım sona doğru yerleştirilir; böylece lansman içerikleri hukukun son yorum turunu beklemez.

## Lansmana değil, gama göre kurun

İkinci bir ürün geliyorsa söyleyin. İlk lansman için kurulan kameralar, ışıklar ve sahneler bir sonrakini daha hızlı ve ucuz yapar, gam da rafta tutarlı görünür.

Elinizde ne varsa, hangi durumda olursa olsun ekleyin: PDF ya da AI formatında ambalaj açınımları, STEP ya da yerel CAD dışı aktarımı, etiket tasarımı, kaplama ya da Pantone referansları ve varsa numunelerin fotoğrafları. Eksik dosyalar size gecikme olarak değil, soru olarak döner.

## 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 açılış paketi      | 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

## Ambalaj açınımlarını olduğu gibi gönderin

Ambalaj açınımları, etiket tasarımları, CAD, bir numune ya da bir prototipin fotoğrafları, hangi durumda olursa olsun. Bir içerik listesi, bir fiyat ve bunları belirleyen sorularla yazılı olarak yanıt veririz, satış görüşmesi yapmadan.

|                |                                                                                                               |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| İletişim formu | <a href="https://maverickframe.com/contacts/">maverickframe.com/contacts/</a>                                 |
| Ürün render    | <a href="https://maverickframe.com/tr/hizmetler/urun-render/">maverickframe.com/tr/hizmetler/urun-render/</a> |
| Ya da kısaca   | bu rehberin geldiği e-postayı yanıtlayın.                                                                     |

### Bu brief'leri okuyan ekip tarafından yazıldı

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