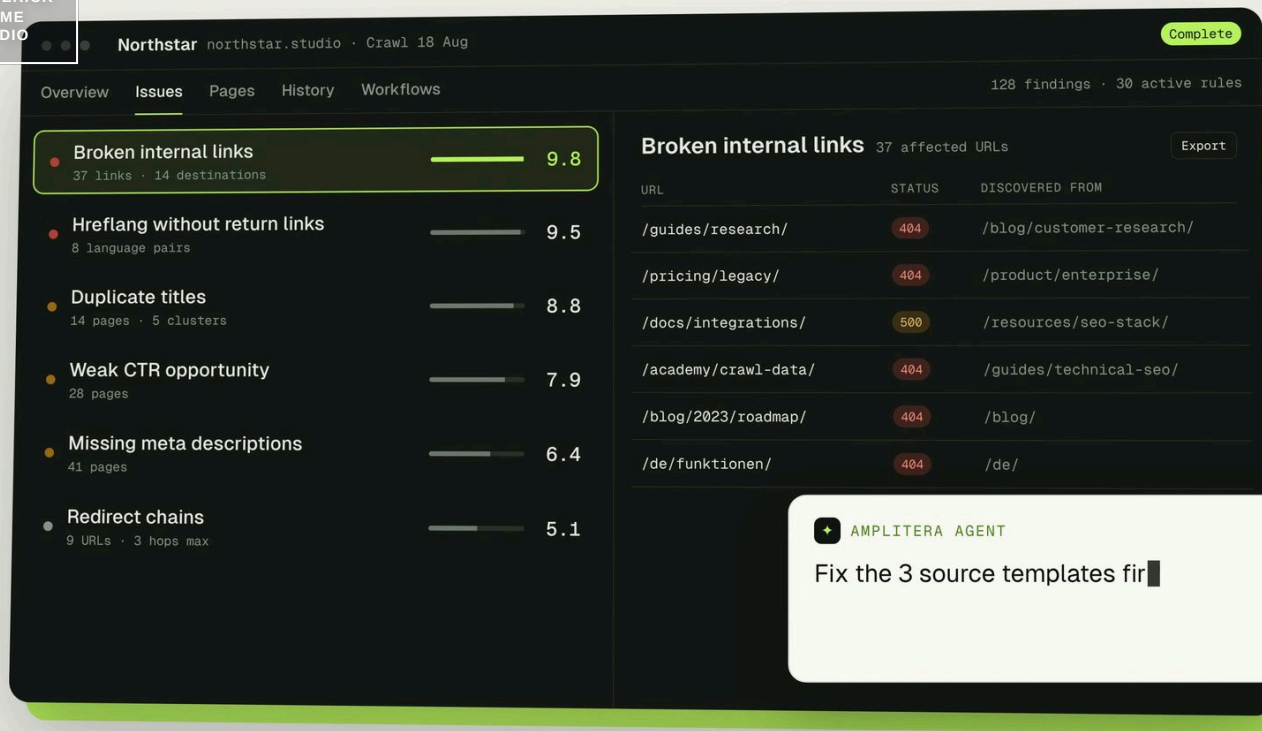


Start with the cause. *See every page it touches.*

MAVERICK
FRAME
STUDIO



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Douze questions avant de produire votre vidéo explicative.

Posez-les avant de signer un contrat de vidéo explicative. Un studio sérieux répond aux douze dans un seul e-mail. Le mauvais se tait dès que vous demandez comment il reste fidèle à votre produit.

COMMENCEZ ICI

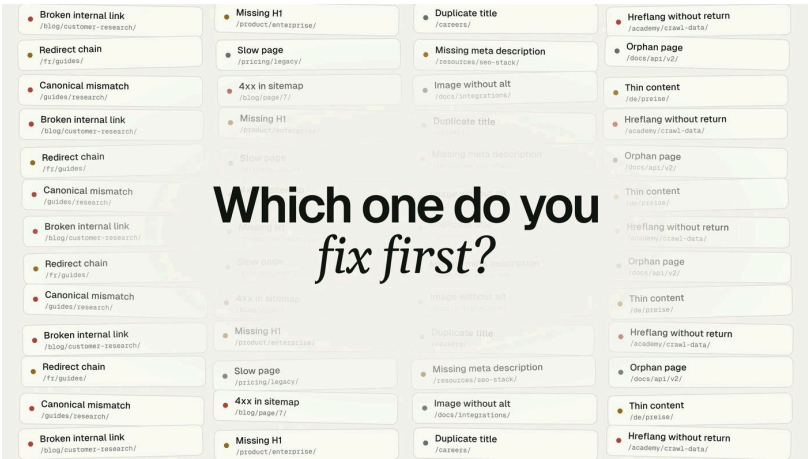
Chaque échec était visible avant la signature

Un projet de vidéo explicative échoue rarement sur les visuels clés. Un joli tableau de bord animé figure dans toutes les bandes démo. Il échoue sur les cinq points ci-dessous, et chacun aurait pu être repéré dès le premier e-mail, si quelqu'un avait posé la question.

CE QUE L'APPEL COMMERCIAL PROMETTAIT		CE QUE VOUS DÉCOUVREZ LA DEUXIÈME SEMAINE	
01	« Le SaaS, on connaît »	Le film montre un tableau de bord générique et un personnage de banque d'images, et votre produit apparaît trois secondes à la fin.	
02	« Le script, c'est facile »	Le script énumère toutes les fonctionnalités, dépasse deux minutes et personne ne retient ce que fait le produit.	
03	« On montrera la vision »	Le film promet des fonctionnalités encore sur la feuille de route, et dès le premier appel de démo il faut faire machine arrière.	
04	« Les retouches sont simples »	L'interface change à la version suivante et, comme le film a été monté à partir d'enregistrements d'écran, il faut tout refaire.	
05	« Ce sera prêt à temps »	Le film arrive après le lancement, le salon ou le rendez-vous investisseurs. Aucune de ces dates ne bouge pour une vidéo en retard.	

Vous ne choisissez pas un portfolio. Vous choisissez une méthode.

Les douze questions des deux pages suivantes testent la méthode. Chacune correspond à l'un des échecs ci-dessus, et chacune a une réponse que vous pouvez vérifier.



Rendu de production Maverick Frame.

LE TEST, PREMIÈRE PARTIE

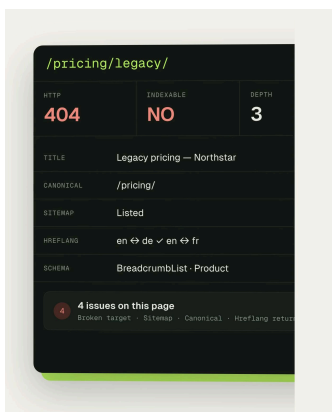
Questions 1 à 6 : le produit, le script, la date

Envoyez-les telles quelles. Vous ne cherchez pas de l'enthousiasme, mais des chiffres, des noms et des dates. Une réponse vague est aussi une réponse.

DEMANDEZ	UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À	PARTEZ SI
1. De quoi avez-vous besoin de notre part pour commencer ?	Un accès au produit ou une démo, la documentation, les fichiers de marque, l'audience et l'objectif du film.	« Envoyez-nous juste un logo et quelques points clés. »
2. Le film montrera-t-il notre vraie interface ?	Vos écrans recréés en animation, avec des données de démo à la place des données clients.	« Nous avons notre propre kit d'interface, ça ressemble. »
3. Qui écrit le script, et à partir de quoi ?	Le studio le rédige d'après votre documentation, et vous le validez avant toute animation.	« On anime d'abord, on corrige l'histoire ensuite. »
4. Quand verrai-je les premiers visuels clés, à compter d'un brief complet ?	Un nombre de jours ouvrés, et ce que « complet » veut dire.	« Au plus vite », ou aucun chiffre.
5. Que se passe-t-il si la date de lancement est avancée ?	Une option express avec un prix, annoncée avant que vous en ayez besoin.	« On s'arrangera », sans aucun prix.
6. Combien de tours de correction sont inclus, et qu'est-ce qu'un tour ?	Un nombre fixe, un tour étant une seule liste de remarques consolidée par votre équipe.	« Corrections illimitées. »

Pourquoi les questions 2 et 3 comptent le plus

Une vidéo explicative est jugée par des gens qui utiliseront le vrai produit. Un prospect la compare à la démo, un client à l'application, un investisseur au pitch deck. Dans les deux cas, tout se joue dans la façon dont le studio traite votre produit avant de commencer.



Rendu de production Maverick Frame.

LE TEST, DEUXIÈME PARTIE

Questions 7 à 12 : style, son, formats, fichiers

DEMANDEZ

UNE BONNE RÉPONSE RESSEMBLE À

PARTEZ SI

7. Travaillez-vous en motion design 2D, en 3D ou les deux ?	Les deux, avec la raison pour laquelle l'un convient à votre produit, et des exemples.	Un seul style pour tous les produits.
8. Comment gérez-vous ceux qui regardent sans le son ?	Textes à l'écran et design sonore portent l'histoire ; voix off et sous-titres selon le canal.	« La voix off explique tout. »
9. Comment évitez-vous que le film soit vite périmé ?	Des scènes conçues pour être modifiées : un nouvel écran devient une mise à jour chiffrée d'avance.	Un nouveau projet à chaque évolution du produit.
10. Quelles versions livrez-vous pour le site, les réseaux sociaux et la publicité ?	Le film master, les formats de lancement, verticaux et carrés, fixés avant l'animation.	« Un seul MP4, vous le recadrez. »
11. Comment vérifiez-vous chaque affirmation du film ?	Par rapport à votre documentation, sans les fonctionnalités pas encore en ligne.	« Le marketing peut toujours en rajouter un peu. »
12. Qui travaillera sur nos fichiers, et une partie est-elle sous-traitée ?	Des rôles nommés dans l'équipe du studio, un NDA avant tout accès, rien de publié sans accord.	« Notre réseau », un blanc ou le silence.

10 - 12

BONNES RÉPONSES : ENGAGEZ-LE ET DEMANDEZ LA DATE DES VISUELS CLÉS PAR ÉCRIT

7 - 9

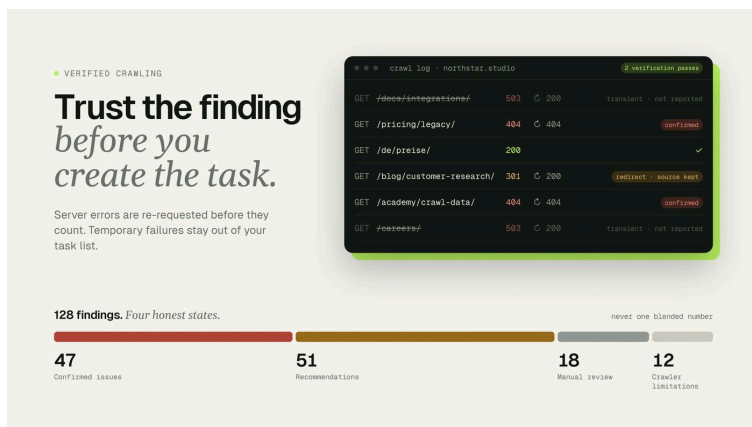
DEMANDEZ DES VISUELS CLÉS PAYANTS AVANT DE COMMANDER LE FILM

0 - 6

PARTEZ, AUSSI SOLIDE QUE PARAISSE LE PORTFOLIO

La question que les studios esquivent le plus : la 12

La sous-traitance est courante et pas toujours mauvaise. La cacher, c'est le problème. Un produit non lancé ne doit pas circuler chez des gens avec qui vous n'avez signé aucun NDA, et une affirmation fausse ne se corrige pas avec une équipe à laquelle vous ne pouvez pas parler.



Rendu de production Maverick Frame.

ENVOYEZ-LE

Un e-mail, trois studios, une seule journée

Copiez l'e-mail ci-dessous, complétez les crochets et envoyez-le à trois studios le même jour. Comparez les réponses côte à côte : les écarts se voient dès la première réponse, pas dans le portfolio.

L'E-MAIL À ENVOYER

01	Objet	Vidéo explicative pour [produit], devis et douze questions
02	Ligne 1	Il nous faut une [vidéo explicative / démo produit / vidéo de lancement] de [durée] pour [la page d'accueil / le lancement / les rendez-vous commerciaux / les investisseurs] d'ici le [date].
03	Ligne 2	En pièce jointe, ou après signature de notre NDA : accès au produit ou démo, documentation, fichiers de marque et deux films que nous aimons.
04	Ligne 3	Merci de répondre aux douze questions ci-dessous avec des chiffres et des noms, pas des fourchettes.
05	Ligne 4	Collez les questions 1 à 12 des pages 03 et 04.
06	Ligne 5	Nous déciderons dans la semaine qui suit la réception des trois réponses.

Ce que les bonnes réponses ont en commun

Elles sont courtes. Elles répondent en jours ouvrés, nomment les personnes, proposent un NDA et vous posent une ou deux questions sur l'audience, les canaux et votre date de lancement.

Ce que nous répondrions

Nos propres chiffres sont à la page suivante, au même format, pour que vous puissiez nous noter avec le même test.



Rendu de production Maverick Frame.

CE QUE CELA COÛTE

Prix du marché et nos conditions, pour vérifier n'importe quel devis

Fourchettes observées sur le marché en 2026, de l'indépendant au studio. Servez-vous-en pour vérifier n'importe quel devis, y compris le nôtre.

TRAVAIL COMMANDÉ	INDÉPENDANT	STUDIO
Image extérieure, à l'unité	\$100 - 300	\$250 - 600
Image intérieure, à l'unité	\$120 - 350	\$300 - 700
Lot de 5 - 8 vues	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animation, à la minute	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nos délais et nos conditions de correction standard. C'est ce que nous chiffrons, sauf si un projet demande autre chose, et nous le disons avant de commencer.

ÉTAPE OU LIVRABLE	STANDARD MAVERICK FRAME
Premier jet d'une image fixe	3 à 5 jours ouvrés à partir d'un brief complet
Images finales, lot de 5 - 8	2 à 3 semaines, premiers jets compris
Animation jusqu'à une minute	4 à 6 semaines, storyboard et prévisualisation d'abord
Tours de correction inclus	Deux au stade du premier jet, un sur l'image finale
Ce qui compte comme un tour	Une seule liste de remarques consolidée, envoyée en une fois
Livraison express	Deux fois moins de temps pour environ 40 % de plus, si le planning le permet

Choisissez un studio avant que l'échéance ne brûle

Les projets les plus coûteux que nous voyons ne sont pas ceux qui ont été mal briefés. Ce sont ceux qui l'ont été dans l'urgence, après la défaillance du premier prestataire, sans que la date de lancement bouge. Évaluez un ou deux studios tant que rien ne presse.

Un mot sur l'internalisation : un seul graphiste 3D a besoin d'une dizaine d'abonnements logiciels, d'une station de travail et de toute une série de compétences voisines, de la modélisation et de l'éclairage à la post-production et à la relation client. Cela ne se rentabilise que si cette personne est occupée tous les jours. En dessous, le calcul penche de lui-même vers l'externalisation.

LA SUITE

Envoyez-nous ce que vous avez déjà

Plans, maquette 3D, photos ou brouillon de brief, dans l'état où ils sont. Nous vous répondrons avec un périmètre, un prix et les questions qui les déterminent, par écrit, sans appel commercial.

Le formulaire de contact	maverickframe.com/contacts/
Vidéo explicative	maverickframe.com/fr/services/video-explicative/
Ou tout simplement	répondez à l'e-mail qui vous a apporté ce guide.

Écrit par ceux qui lisent ces briefs

Dim Kuzmenko est cofondateur de Maverick Frame Studio. Les chiffres de ce guide viennent de notre propre boîte de réception et de notre propre grille tarifaire, pas d'une enquête sectorielle.