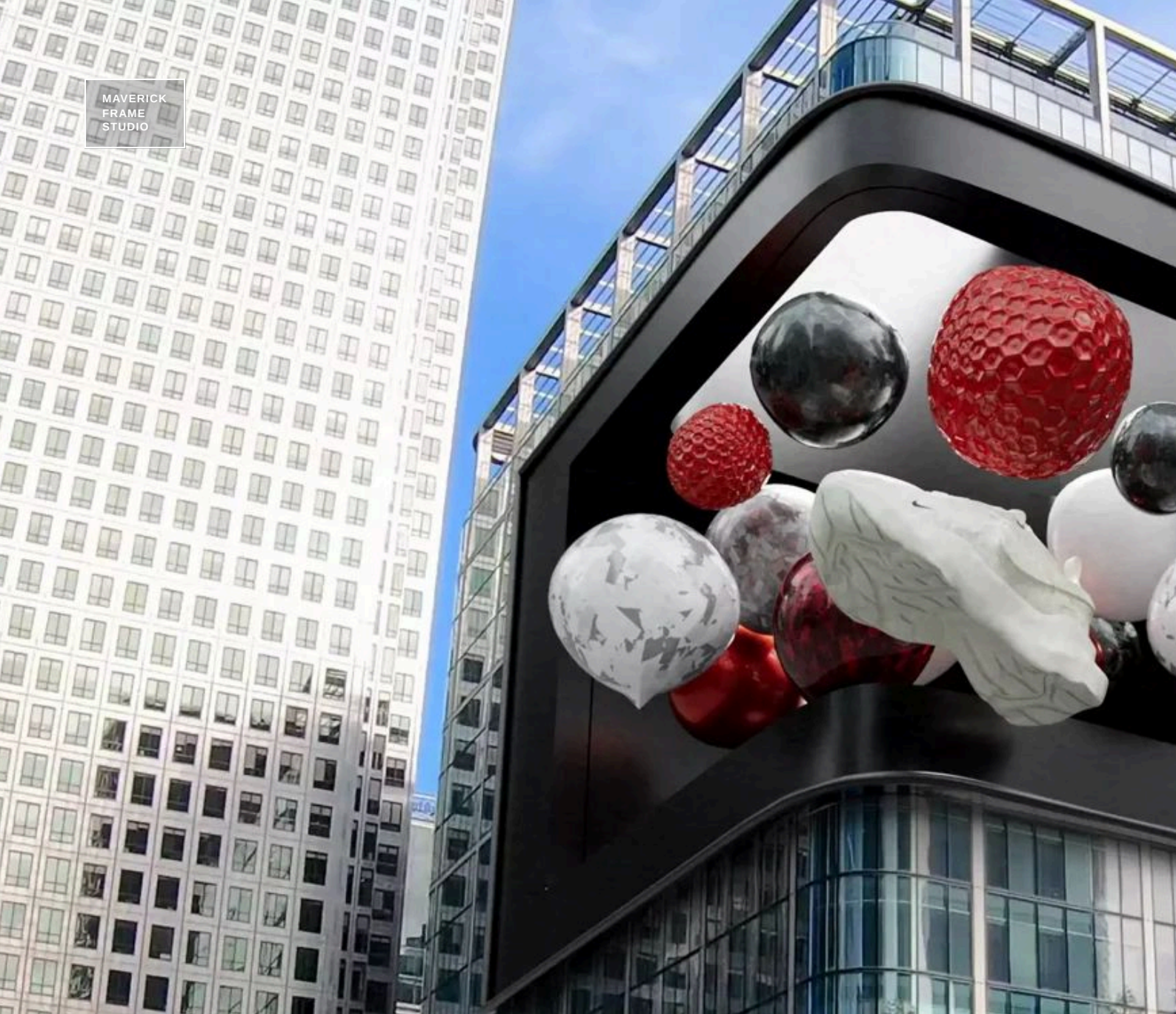




PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Dwanaście pytań, zanim klient zobaczy render.

Zadaj je, zanim oddasz kampanię klienta jakimkolwiek studiu CGI. Partner wart twojej marzy odpowie na wszystkie dwanaście w jednym mailu. Zły zamilknie gdzieś przy czwartym.

NA POCZĄTEK

Każdą wpadkę było widać, zanim brief wyszedł

CGI w agencji rzadko zawodzi na showreelu. Dobry ma każde studio. Zawodzi na pięciu rzeczach poniżej, zwykle w tygodniu przed emisją, a każdą z nich dało się wychwycić w pierwszym mailu, gdyby ktoś zapytał.

CO OBIECANO W ROZMOWIE HANDLOWEJ

CO WYCHODZI W TRZECIM TYGODNIU

01	„Udźwigniemy wasz szczyt”	Moce przerobowe kończą się szybciej niż zlecenia. Trzy kampanie wypadają w tym samym miesiącu. Twoja czeka za większym klientem, a wizual przetargowy przychodzi po przetargu.
02	„Wystarczy przysłać próbki”	Produkt nie jest gotowy na sesję. Próbki przychodzą późno i w złym kolorze. Studio czeka na produkt, a data premiery się nie przesuwą.
03	„Poprawki są w cenie”	Uwagi klienta przychodzą późno i często. Trzecia runda uwag do koloru otwiera scenę na nowo, a każda runda po drugiej ma opłatę, której nikt nie wycenił.
04	„Nasz pipeline AI jest szybki”	Wizualizacje z AI i stocków nie przechodzą akceptacji. Key visual jest miękki, tekst etykiety zniekształcony, nakrętka ma zły kształt i zespół marki odrzuca go na przeglądzie.
05	„Dajemy master, wy go kadrujecie”	Każdy kanał potrzebuje innego formatu. Format 9:16 ucina produkt, billboard potrzebuje więcej nieba, a wersji na marketplace'y nikt nie wyrenderował.

Nie wybierasz showreelu. Wybierasz proces.

Dwanaście pytań z kolejnych dwóch stron sprawdza właśnie proces. Każde odpowiada jednej z wpadek powyżej i na każde istnieje odpowiedź, którą sprawdzisz, zanim klient zobaczy choć jedną klatkę.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

TEST, CZĘŚĆ PIERWSZA

Pytania 1-6: moce przerobowe i produkt

Wyślij je w tej formie. Nie szukasz entuzjazmu, tylko liczb, nazwisk i dat. Mglista odpowiedź też jest odpowiedzią.

ZAPYTAJ

DOBRA ODPOWIEDŹ BRZMI TAK

ODPUŚĆ, JEŚLI

1. Jeśli trzy nasze kampanie wypadną w tym samym miesiącu, kto nad nimi pracuje?	Równoległe zespoły z etatowej kadry studia i jeden wskazany z nazwiska project manager dla twojej agencji.	Jeden freelancer, „nasza sieć” albo cisza.
2. Czy część pracy trafia do innej firmy i czyja nazwa jest na plikach?	„Nie” albo szczerze „tak” z powodem. Domyślnie white label, twoje NDA podpisane, zero kontaktu z twoim klientem.	Logo studia na plikach albo chęć prezentowania się twojemu klientowi.
3. Kiedy zobaczę pierwszy szkic i co, jeśli data emisji się przyspieszy?	3-5 dni roboczych na wizualizację z kompletnego briefu i wyceniony ekspres: mniej więcej połowa czasu za około 40% więcej.	„Najszybciej, jak się da” albo ekspres bez ceny.
4. Czy zbudujecie produkt, zanim powstanie próbka, i z czego?	Tak, z CAD, wykrojników albo wyraźnych zdjęć, z listą braków i weryfikacją, gdy próbka dotrze.	„Najpierw przyslijcie fizyczny produkt.”
5. Jak sprawdzacie model z prawdziwym produktem?	Kontrola zgodności: wymiary z CAD, etykieta z plików drukowych, kolor dopasowany do próbnika i podgląd do akceptacji.	„Będzie wyglądać dobrze.”
6. Czego potrzebujecie od nas, żeby zacząć w tym tygodniu?	Krótkiej listy: brief w dowolnej formie, referencje, pliki produktu, formaty emisji i data emisji.	Trzydziestostronicowy kwestionariusz przed wyceną.

Dlaczego pytanie 2 chroni twoją marzę

White label to nie uprzejmość. Jeśli nazwa studia jest na plikach albo studio dołącza do rozmów z twoim klientem, relacja i cena przestają być twoje. Dobry partner fakturuje wyłącznie twoją agencję, więc to ty ustalasz stawkę dla klienta, a twoja marża zostaje poufna.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

TEST, CZĘŚĆ DRUGA

Pytania 7-12: uwagi, jakość, formaty

ZAPYTAJ

DOBRA ODPOWIEDŹ BRZMI TAK

ODPUŚĆ, JEŚLI

7. Ile rund poprawek jest w cenie i co liczy się jako jedna?

Stała liczba, zwykle dwie na etapie szkicu i jedna przy wersji finalnej, a runda to jedna zebrana lista uwag.

„Nielimitowane poprawki”. Znaczy to, że nikt ich nie wycenił.

8. Ile kosztuje nowy kolor albo ujęcie, gdy scena już istnieje?

Wyraźnie mniej niż pierwsze ujęcie, bo model, materiały i światło już są.

Każdy kolor wyceniony jak nowy render.

9. Gdzie używacie AI, a gdzie decyduje człowiek?

Prosta odpowiedź: AI tam, gdzie oszczędza czas, sam produkt modelowany i oświetlany, a art director sprawdza każdą klatkę.

Brak odpowiedzi albo key visual wygenerowany od początku do końca.

10. Czy mogą zobaczyć klatkę roboczą obok finalnej?

Render clay, siatka albo pass oświetlenia z niedawnego projektu, pokazane pod NDA.

Wyłącznie gotowe obrazy z showreelu, nic pomiędzy.

11. Które formaty wyrenderujecie i kiedy je ustalamy?

Każdy format z media planu spisany na starcie, ze strefami bezpieczeństwa dla 16:9, 9:16, 4:5 i 1:1 ustawionymi w scenie.

Jeden obraz master i „resztę wykadrujecie sami”.

12. Kto przechowuje pliki scen i czy powstanie z nich później nowy format?

Studio archiwizuje robocze sceny i renderuje z nich nowe wersje na kolejną odsłonę kampanii.

Po oddaniu istnieją tylko finalne JPEG-i.

10 - 12

DOBRYCH ODPOWIEDZI: ZATRUDNIJ I POPROŚ O DATĘ PIERWSZEGO SZKICU NA PIŚMIE

7 - 9

POPROŚ O JEDEN TESTOWY RENDER NA ŻYWYM BRIEFIE PRZED KAMPANIĄ

0 - 6

ODPUŚĆ, NAWET JEŚLI SHOWREEL WYGLĄDA ŚWIETNIE

Studia najczęściej wymigują się od pytania 9

Problemem nie jest używanie AI. Problemem jest ukrywanie go, bo wtedy zniekształconą etykietę albo złe proporcje znajduje zespół marki twojego klienta, a nie studio. Zapytaj, gdzie człowiek zatwierdza każdą klatkę, i posłuchaj, jak konkretna jest odpowiedź.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

WYŚLIJ

Jeden mail, trzy studia, jeden dzień

Do przeprowadzenia testu nie potrzebujesz rozmowy. Wklej maila poniżej, dołącz to, co już masz, i wyślij go jednocześnie do trzech studiów z krótkiej listy. Odpowiedzi przychodzą w ciągu dnia roboczego, a różnica między nimi zwykle jest oczywista już w drugim akapicie.

MAIL DO WYSŁANIA

01	Temat	CGI do kampanii [kategoria produktu], wycena i dwanaście pytań
02	Linia 1	Potrzebujemy [liczba] zdjęć i [liczba] filmów z [produkt] na [przetarg / premierę / always-on], pierwsza emisja [data].
03	Linia 2	W załączniku: CAD lub wykrojniki, referencje wykończeń i media plan z formatami emisji.
04	Linia 3	Praca w modelu white label, pod szyldem naszej agencji. NDA w załączniku; prosimy o odpowiedzi z liczbami i nazwiskami.
05	Linia 4	Wklej pytania 1-12 ze stron 03 i 04.
06	Linia 5	Decyzję podejmiemy w ciągu [liczba] dni roboczych od otrzymania wszystkich trzech odpowiedzi.

Co łączy dobre odpowiedzi

Są krótkie. Odpowiadają w dniach roboczych i dolarach, podają nazwiska i zadają ci jedno lub dwa pytania o formaty emisji i datę emisji.

Co odpowiedzielibyśmy my

Nasze liczby są na następnej stronie, w tym samym formacie, więc możesz ocenić nas tym samym testem.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

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 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 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 to, co już masz

Rysunki, model, zdjęcia albo szkic briefu, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Produkcja CGI dla agencji	maverickframe.com/pl/rozwiązania/dla-agencji-marketingowych/
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.