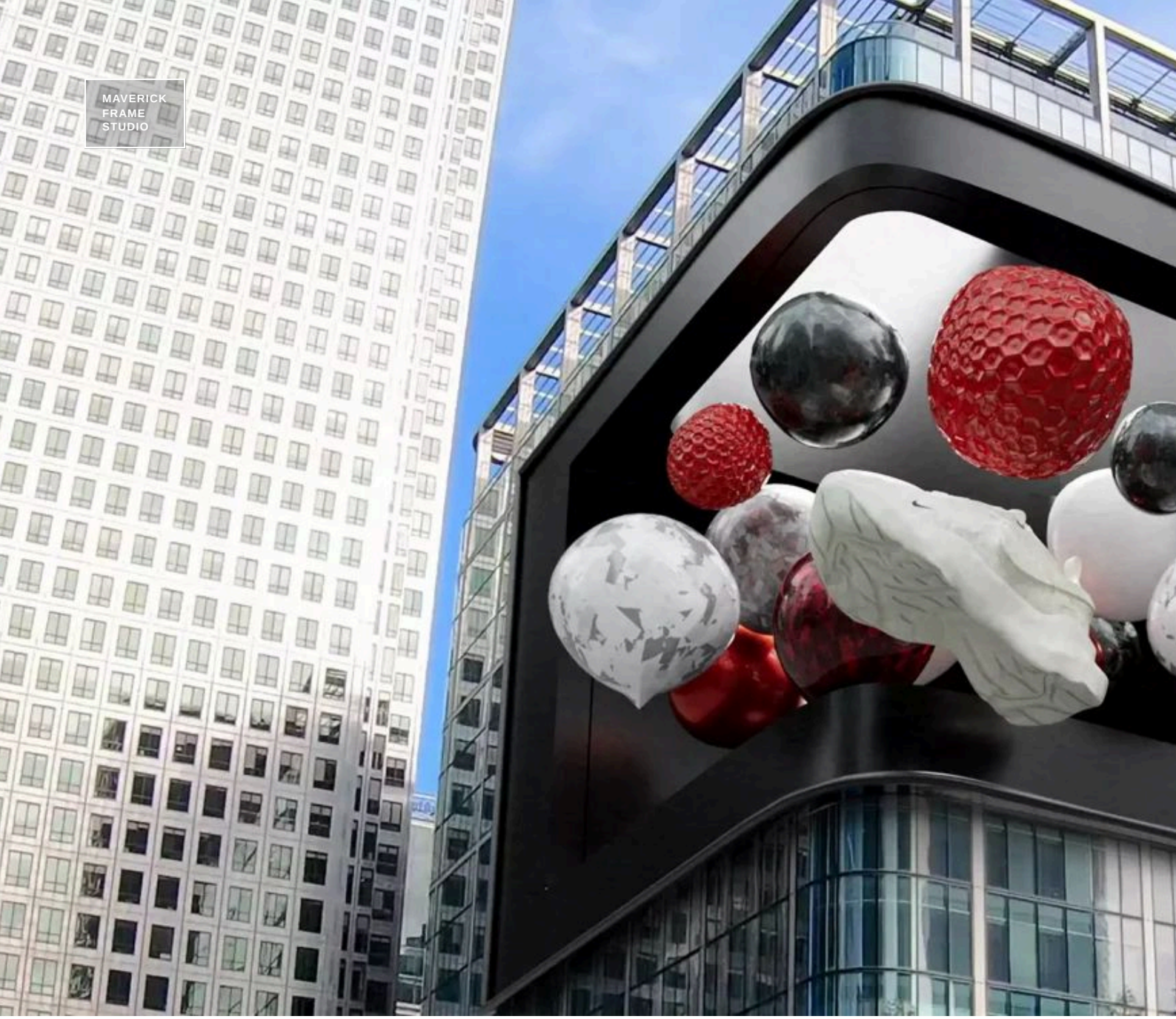


PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

Tolv frågor innan din kund ser renderingen.

Ställ dem innan du lämnar en kundkampanj till någon CGI-studio. En partner värd din marginal svarar på alla tolv i ett mejl. Fel partner tystnar runt fråga fyra.

Dim Kuzmenko
Medgrundare, Maverick Frame Studio

BÖRJA HÄR

Varje miss syntes innan briefen gick ut

CGI för byråer faller sällan på showreelen. Alla studior har en bra. Det faller på de fem sakerna nedan, oftast veckan före kampanjstart, och varenda en hade gått att upptäcka i första mejlet, om någon hade frågat.

	VAD SÄLJSAMTALET LOVADE	VAD DU UPPTÄCKER VECKA TRE
01	**”Vi klarar er topp”**	Kapaciteten tar slut innan uppdragen gör det: tre kampanjer landar samma månad, din hamnar bakom en större kund och pitchbilden kommer efter pitchen.
02	**”Skicka bara proverna”**	Produkten är inte klar för fotografering: proverna kommer sent och i fel färg. Studion väntar på produkten, lanseringsdatumet flyttas inte.
03	**”Revisioner ingår”**	Kundens feedback kommer sent och ofta: tredje rundan om färgvarianten öppnar scenen igen, och varje runda efter den andra har en avgift ingen offererade.
04	**”Vårt AI-flöde är snabbt”**	AI- och stockbilder klarar inte granskningen: key visualen är suddig, etiketttexten förvrängd, korken har fel form och varumärkesteamet säger nej.
05	**”Vi levererar en master, ni beskär”**	Varje kanal behöver ett eget format: 9:16 skär av produkten, affischen behöver mer himmel och marknadsplatsformaten renderades aldrig.

Du väljer inte en showreel. Du väljer en process.

De tolv frågorna på nästa två sidor testar processen. Var och en hör till en av missarna ovan, och varje fråga har ett svar du kan kontrollera innan din kund ser en enda bild.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

TESTET, DEL ETT

Fråga 1 till 6: kapacitet och produkt

Skicka dem som de är. Du letar inte efter entusiasm, du letar efter siffror, namn och datum. Vaga svar är också ett svar.

FRÅGA DETTA	ETT BRA SVAR LÅTER SÅ HÄR	TACKA NEJ OM
1. Om tre av våra kampanjer landar samma månad, vem arbetar med dem?	Team ur studions egen personal som arbetar parallellt, och en namngiven projektledare för er byrå.	En frilansare, ”vårt nätverk” eller tystnad.
2. Lämnas något arbete till ett annat företag, och vems namn står på filerna?	”Nej”, eller ett ärligt ja med skälet. White label som standard, ert NDA påskrivet, ingen kontakt med er kund.	Studions logga på filerna, eller en önskan att presentera för er kund.
3. När ser jag första utkastet, och om kampanjstarten flyttas fram?	3 till 5 arbetsdagar för en stillbild från ett komplett underlag, och prissatt express: ungefär halva tiden för cirka 40% mer.	”Så snart som möjligt”, eller express utan pris.
4. Kan ni bygga produkten innan provet finns, och från vad?	Ja, från CAD, stansmallar eller tydliga foton, med en lista över det som saknas och en kontroll när provet kommer.	”Skicka den fysiska produkten först.”
5. Hur kontrollerar ni modellen mot den verkliga produkten?	En noggrannhetskontroll: mått från CAD, etikett från tryckfilerna, färg mot ett färgprov och en förhandsbild att godkänna.	”Det kommer att se rätt ut.”
6. Vad behöver ni från oss för att börja den här veckan?	En kort lista: briefen i valfritt format, referenser, produktfiler, placeringarna och kampanjstarten.	Ett trettiosidigt frågeformulär före offerten.

Därför skyddar fråga 2 din marginal

White label är ingen artighet. Står studions namn på filerna eller sitter den med i kundens möten, slutar relationen och priset vara era. En bra partner fakturerar bara er byrå, så att du sätter kundens pris och marginalen förblir privat.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

TESTET, DEL TVÅ

Fråga 7 till 12: granskning, kvalitet, format

FRÅGA DETTA	ETT BRA SVAR LÅTER SÅ HÄR	TACKA NEJ OM
7. Hur många revisionsrundor ingår, och vad räknas som en?	Ett fast antal, vanligen två i utkastskedet och en på det färdiga, där en runda är en samlad lista.	”Obegränsat med revisioner”. Det betyder att ingen har prissatt dem.
8. När scenen väl är byggd, vad kostar en ny färgvariant eller vinkel?	Märkbart mindre än första vyn, eftersom modell, material och ljus redan finns.	Varje färgvariant prissatt som en ny rendering.
9. Var använder ni AI, och var fattar en människa beslutet?	Ett rakt svar: AI där det sparar tid, själva produkten modellerad och ljussatt, och en art director som granskar varje bild.	Inget svar, eller en key visual som är genererad från början till slut.
10. Kan jag se en bild under arbete bredvid den färdiga?	En clay-rendering, ett trådnät eller ett ljuspass från ett nyligt jobb, delat under NDA.	Bara färdiga showreelbilder, inget däremellan.
11. Vilka format renderar ni, och när bestämmer vi dem?	Varje placering i medieplanen listad från start, med säkra ytor för 16:9, 9:16, 4:5 och 1:1 lagda i scenen.	En masterbild och ”ni kan beskära själva”.
12. Vem behåller scenfilerna, och kan en ny placering göras från dem senare?	Studion arkiverar arbetsscenerna och renderar nya versioner från dem till nästa kampanjperiod.	Efter leverans finns bara de färdiga JPEG-filerna.

10 - 12

BRA SVAR: ANLITA, OCH BE OM DATUMET FÖR FÖRSTA UTKASTET SKRIFTLIGT

7 - 9

BE OM EN TESTRENDERING PÅ EN SKARP BRIEF FÖRE KAMPANJEN

0 - 6

TACKA NEJ, HUR STARK SHOWREELEN ÄN SER UT

Frågan studior oftast slingrar sig undan är nummer 9

Att använda AI är inte problemet. Att dölja det är, för då är det kundens varumärkesteam som hittar den förvrängda etiketten eller de felaktiga proportionerna, inte studion. Fråga var en människa godkänner varje bild och lyssna på hur konkret svaret är.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

SKICKA

Ett mejl, tre studior, en dag

Du behöver inget samtal för att köra testet. Klistra in mejlet nedan, bifoga det du redan har och skicka det till de tre studiorna på din kortlista samtidigt. Svaren kommer inom en arbetsdag, och skillnaden mellan dem syns oftast redan i andra stycket.

		MEJLET ATT SKICKA
01	**Ämne**	CGI för en kampanj för [produktkategori], offert och tolv frågor
02	**Rad 1**	Vi behöver [antal] stillbilder och [antal] filmer av [produkt] för [pitch / lansering / löpande], första kampanjstart [datum].
03	**Rad 2**	Bifogat: CAD eller stansmallar, referenser för finish och medieplanen med placeringar.
04	**Rad 3**	Arbetet görs white label under vår byrås namn. Vårt NDA är bifogat; svara gärna med siffror och namn.
05	**Rad 4**	Klistra in fråga 1 till 12 från sidorna 03 och 04.
06	**Rad 5**	Vi bestämmer oss inom [antal] arbetsdagar efter att vi fått alla tre svaren.

Vad bra svar har gemensamt

De är korta. De svarar i arbetsdagar och dollar, namnger personerna och ställer en eller två motfrågor om placeringarna och kampanjstarten.

Vad vi skulle svara

Våra egna siffror står på nästa sida, i samma format, så att du kan bedöma oss med samma test.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

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 - 300	$250 - 600
Enstaka interiörbild	$120 - 350	$300 - 700
Paket med 5 - 8 vyer	$600 - 1 500	$1 500 - 4 000
Animation, per minut	$1 000 - 3 000	$3 000 - 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 deadlinen 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 det du redan har

Ritningar, en modell, foton eller ett utkast till brief, i vilket skick de än är. Vi svarar med omfattning, pris och de frågor som avgör dem, skriftligt och utan säljsamtal.

Kontaktformuläret	maverickframe.com/contacts/
CGI för byråer	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.