

MAVERICK FRAME SITE HEALTH

One score.
Every check
behind it.

Overall score	28 checks
Weighted score - weighted by severity	5 checks
Checks attention	3 checks
Checks resolved - never counted as passed	2 checks
Score is calculated by: Issues, CSX and MCP	



GUIDE PRATIQUE / ÉDITION 2026

Cinq étapes. Une histoire produit. Une fois, pas cinq.

Quelles vidéos commander, du premier pitch au lancement, au cycle de vente et à la version suivante, ce que chaque film transmet au suivant, et quoi envoyer à chaque étape.

COMMENCEZ ICI

Cinq prestataires, cinq styles, un produit

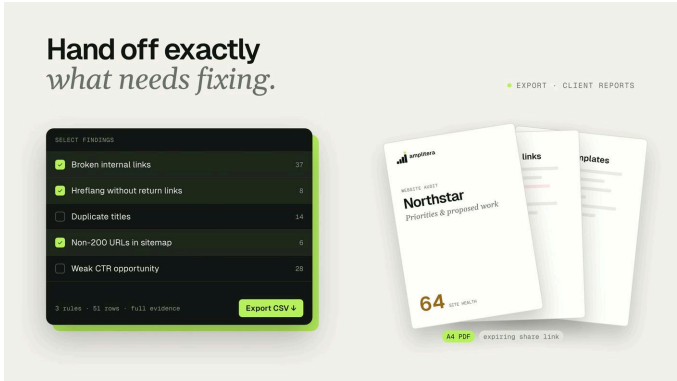
La plupart des éditeurs de logiciels achètent leurs vidéos une étape à la fois. Une animation de pitch chez un indépendant, un film de lancement chez une agence, des démos enregistrées par l'équipe produit, des tutoriels par le support et des publicités pour les réseaux sociaux par une agence d'acquisition.

Chacun explique le même produit en repartant de zéro, et chacun le montre un peu autrement. Les acheteurs voient cinq produits là où vous en vendez un, et vous payez l'histoire cinq fois.

ACHETÉ ÉTAPE PAR ÉTAPE		PLANIFIÉ EN UNE FEUILLE DE ROUTE	
01	L'histoire est réécrite pour chaque nouvelle vidéo	L'histoire et les scènes sont construites une fois et suivent le produit	
02	Chaque vidéo de fonctionnalité part d'un fichier vierge	Les vidéos de fonctionnalité reprennent le style et les scènes validés	
03	Pitch, film de lancement et publicités ressemblent à trois marques	Une seule identité visuelle pour le pitch deck, le site, le produit et la publicité	

Le capital, c'est l'histoire. Les vidéos en découlent.

Un script validé, un style et une série de scènes d'interface animées représentent la plus grande part du premier film. S'ils restent chez un seul studio, chaque vidéo suivante se résume à de nouvelles scènes et à des retouches, au lieu de tout recommencer.



Rendu de production Maverick Frame.

LA FEUILLE DE ROUTE

Quoi commander à chaque étape, et ce qu'on en garde

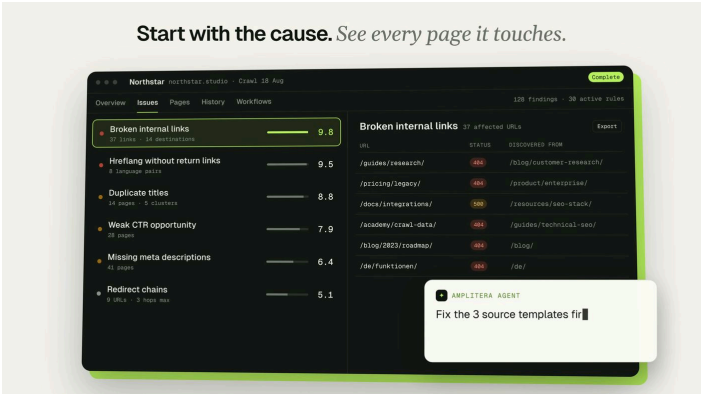
Cinq étapes, dans l'ordre où la plupart des produits logiciels les traversent. Chaque ligne indique quoi commander, qui va le regarder et ce que l'étape suivante réutilise.

ÉTAPE	COMMANDEZ CES VIDÉOS	QUI LES UTILISE	CE QUI EST REPRIS
Pitch	Un court film concept ou une histoire produit animée pour le pitch deck	Investisseurs, premiers clients	Le script et le style
Lancement	Le film principal, plus des versions de 15 et 6 secondes	Site, posts de lancement, presse	Les scènes et le montage
Ventes	Démo produit et vidéos de fonctionnalités pour les appels et les e-mails	Équipe commerciale, prospects	Les scènes d'interface
Onboarding	Vidéos « comment ça marche » et de prise en main	Clients, support	Le langage visuel
Croissance	Versions pub verticales et carrées, vidéos de nouvelle version	Publicité, réseaux sociaux, notes de version	Un projet prêt pour la prochaine version

Commencez là où vous en êtes

Si le lancement a lieu le mois prochain, commandez le film de lancement maintenant, et demandez que le projet soit conservé avec ses scènes et son style. C'est ce qui permet aux démos, aux publicités et à la prochaine fonctionnalité de le réutiliser au lieu de repartir de zéro.

Tous les produits ne passent pas par les cinq étapes. Un produit déjà sur le marché peut commencer aux Ventes avec une série de démos ; une startup peut s'arrêter au Pitch jusqu'à la fin de la levée. L'ordre reste valable, et la règle aussi : la première étape construit les scènes que les autres réutilisent.



Rendu de production Maverick Frame.

FILM PAR FILM

Un produit, cinq étapes, film par film

Un ensemble type pour un produit logiciel. Le premier film porte la mise en place : le script, les visuels clés et les scènes d'interface. Chaque vidéo suivante part de là, et c'est là que se gagnent le temps et le budget.

VIDÉO	DURÉE TYPE	PART DE
Film de pitch pour le pitch deck	30 à 60 secondes	Un nouveau script et des visuels clés
Vidéo explicative principale du lancement	60 à 90 secondes	Le script et le style du pitch
Versions de lancement pour les réseaux sociaux	6 à 15 secondes	Les scènes du film principal
Vidéos de démo produit	1 à 3 minutes chacune	Les scènes d'interface
Vidéos de fonctionnalité et de nouvelle version	20 à 45 secondes chacune	Les scènes d'interface et le montage
Vidéos d'onboarding et « comment ça marche »	1 à 2 minutes chacune	Le langage visuel et les scènes
Versions publicitaires verticales et carrées	6 à 30 secondes	Les films master

Concevez le premier film pour la suite

Dites au studio dès le départ quelles vidéos suivront, pour que le premier film soit construit avec des scènes, des calques et des styles que les suivants pourront ouvrir et modifier.

Les durées types sont un repère, pas une règle : c'est l'histoire qui décide de la durée. Nos délais et ce qui compte comme un tour de correction sont en page 06.

L'ESSENTIEL SUR UNE PAGE

Ce qu'il faut nous envoyer à chaque étape

La courte liste des éléments qui déterminent le prix et le délai à chaque étape. Envoyez ce que vous avez ; ce qui manque devient une question, pas un retard.

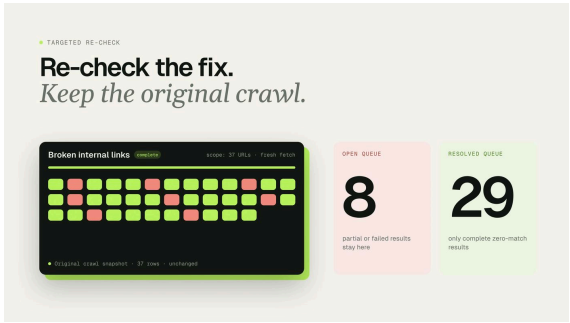
01	Pitch : l'histoire	Le problème, le produit en une phrase, l'audience et deux films que vous admirez.
02	Pitch : le deck	Le pitch deck ou le one-pager actuel, pour que le film et les slides disent la même chose.
03	Lancement : le produit	Un accès au produit ou un compte de démo, et les écrans qui comptent le plus.
04	Lancement : la marque	Logo, couleurs, polices et toute charte motion ou d'interface.
05	Ventes : les questions	Les questions que les prospects posent à chaque appel, classées par fréquence.
06	Onboarding : les étapes	Le parcours de prise en main et les trois endroits où les nouveaux utilisateurs bloquent.
07	Croissance : les canaux	Publicité, réseaux sociaux, site : formats, durées et dates.
08	Chaque étape : la date	Le lancement, le salon ou la levée. Nous planifions à rebours à partir de là.

Changez d'étape, gardez les scènes

Si nous avons déjà réalisé un film pour votre produit à une étape précédente, rouvrir le projet tient en un e-mail : l'étape, les nouvelles vidéos et ce qui a changé dans le produit. Les scènes sont archivées, le devis part donc du nouveau travail, pas de la mise en place.

Nos conditions sont à la page suivante

Nos délais et ce qui compte comme un tour de correction sont détaillés en page 06. Les durées de la page 04 sont indicatives, et chaque projet reçoit un devis fixe pour son périmètre exact.



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.