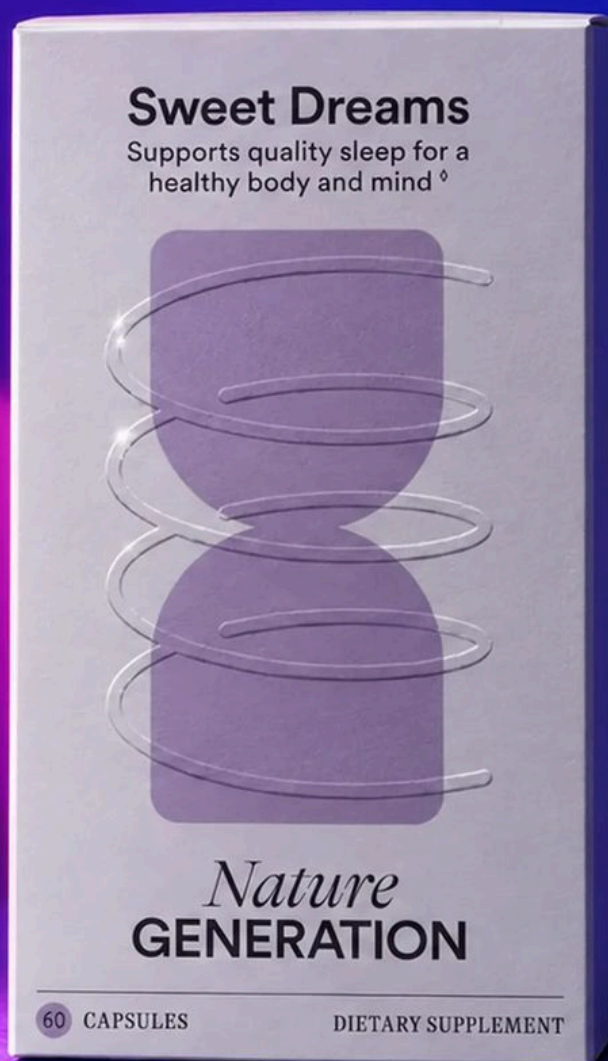




PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

Van concept tot uitbreiding. Eén model. Eén keer betaald.

Welke supplementbeelden u bestelt van de eerste ontwerproute voor het etiket tot de volgende smaak, wat het 3D-verpakkingsmodel meeneemt en hoe het budget over de fasen verdeeld is, als doorgerekend voorbeeld.

BEGIN HIER

Vijf partijen, vijf potten, één product

Supplementlanceringen gaan zelden over budget door één render. Ze gaan erover omdat elke fase zijn beelden koopt bij wie op dat moment het dichtst bij is: mock-ups van het ontwerpbureau, een freelancer voor de sell-in-presentatie, een fotograaf voor de listings, een videobureau voor de lancering en weer een nieuwe leverancier voor de volgende smaak.

Elk van hen bouwt de verpakking opnieuw op uit dezelfde dieline, en elke set ziet er net iets anders uit: een andere dop, een ander wit, een andere ronding in het etiket. Het tweede lek is timing. Sell-in-beelden die besteld worden als de afspraak met de inkoper al staat, of listingbeelden die nog in de studio liggen als de voorraad binnenkomt, doen hun werk een week te laat.

	PER FASE INGEKOCHT	GEPLAND ALS ÉÉN ROADMAP
01	Elke fase bouwt de verpakking opnieuw uit de dieline	Eén verpakkingsmodel, bijgewerkt als het artwork verandert
02	Elke leverancier projecteert elk etiket opnieuw	Etiketten één keer op drukresolutie geprojecteerd en bewaard
03	Sell-in-shots en listingshots die niet op elkaar aansluiten	Eén masterscène en één camera per hoek voor elk kanaal
04	De lanceringsfilm begint met een leeg bestand	De film wordt geanimeerd met modellen die al bestaan
05	Een nieuwe smaak begroot als nieuw project	Een nieuwe smaak is nieuw artwork en een render

Het model is de investering. De beelden zijn het resultaat.

Een verpakking die in 3D gebouwd is uit uw dieline, met elk etiket op drukresolutie geprojecteerd, is de grootste kostenpost in de eerste set. Blijft die bij één studio en wordt ze bijgewerkt als het artwork verandert, dan is elke volgende set belichting, camera's en renderen in plaats van modelleren.



Maverick Frame productierendering.

DE ROADMAP

Wat u per fase bestelt en wat er meegaat

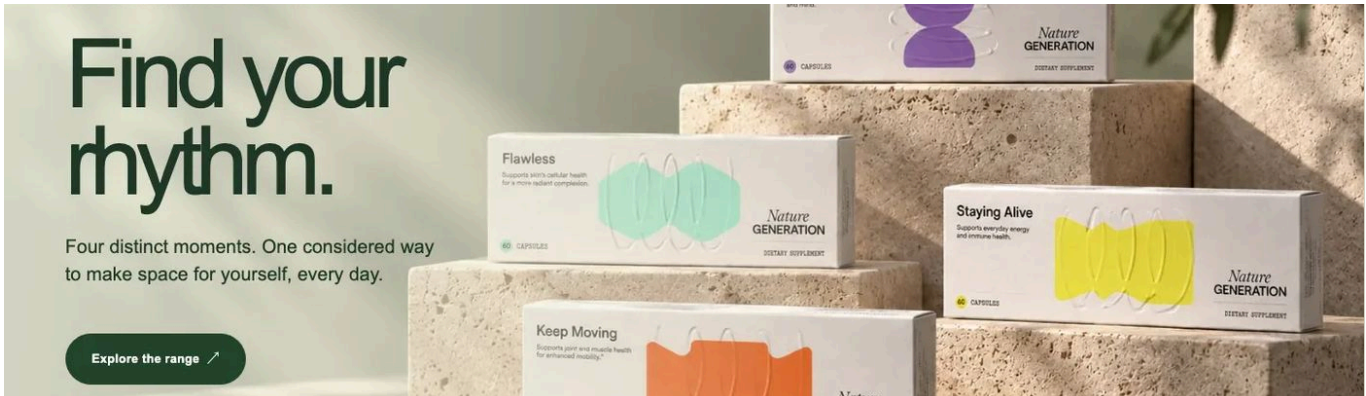
De vijf fasen hieronder zijn dezelfde als op onze pagina over visualisatie van supplementen. Per fase: wat u bestelt, wie ernaar kijkt en wat de volgende fase erft in plaats van er opnieuw voor te betalen.

FASE	BESTEL DEZE BEELDEN	WIE ZE GEBRUIKT	GAAT MEE
Concept	Dielinegetrouwe mock-ups van elke ontwerproute op de echte verpakking	Uw team, consumententests	Het verpakkingsmodel en de masterscène
Sell-in	Renders van de complete lijn, schapbeelden en de omverpakking	Inkopers bij retailers, distributeurs	Het geprojecteerde etiket van elke SKU
Listing	Packshots op wit, call-outs voor ingrediënten en een 360°-spin	Shoppers, marketplaces, retailerportals	Camera's per hoek en het capsulemodel
Lancering	Lifestylescènes, een merkfilm en verticale versies voor betaalde social	Betaalde social, de website, de pers	Scènes en een animatie-opstelling
Uitbreiding	Nieuwe smaken, formaten en bundels uit dezelfde modellen	Dezelfde kanalen, opnieuw	Een modelbibliotheek voor de volgende lijn

Begin waar u nu staat

Is de afspraak met de inkoper volgende maand, bestel dan nu de beelden van de complete lijn en het schap, en vraag om het verpakkingsmodel, de etiketten en de camera's te bewaren. Daardoor kunnen de listingset, de lanceringsfilm en de volgende smaak ze hergebruiken in plaats van opnieuw te beginnen.

Niet elke lancering doorloopt alle vijf fasen. Een DTC-merk kan van Concept direct naar Listing gaan; een herformulering kan bij Uitbreiding beginnen. De volgorde blijft gelden, en de regel ook: de fase die als eerste komt, bouwt het model dat de andere hergebruiken.



Maverick Frame productierendering.

WAT HET KOST

Eén lijn van vier SKU's, vijf fasen, regel voor regel

Een samengesteld voorbeeld van gangbare opdrachten voor een capsulelijn van vier SKU's, van de eerste ontwerproutes tot twee nieuwe smaken, zonder budget van een klant. Elke regel is uren tegen ons tarief van \$45: een beeld op wit of op een studioachtergrond is 4 uur, een lifestylescène 6. Hergebruikte regels kosten minder.

	POST	BASIS	TEGEN \$45 PER UUR
01	Concept: verpakkingsmodel en masterscène uit de dieline	12 u x \$45, één keer gebouwd	\$540
02	Concept: drie routes op de verpakking, elk twee aanzichten	6 x \$180	\$1.080
03	Sell-in: vier SKU-etiketten op drukresolutie geprojecteerd	4 x 2 u x \$45, model hergebruikt uit Concept	\$360
04	Sell-in: complete lijn en beelden voor de sell sheet	3 x \$180, scène hergebruikt uit Concept	\$540
05	Sell-in: schapscènes en de omverpakking	2 x \$270 + 10 u x \$45	\$990
06	Listing: packshots op wit, voor, driekwart en achter	12 x \$180, scène hergebruikt uit Sell-in	\$2.160
07	Listing: capsulemodel, macro's en call-outbeelden	8 u x \$45 + 4 x \$180	\$1.080
08	Listing: 360°-spin van de hoofd-SKU	12 u x \$45	\$540
09	Lancering: lifestylescènes	3 x \$270, modellen hergebruikt	\$810
10	Lancering: merkfilm van 30 seconden	72 u x \$45, modellen hergebruikt	\$3.240
11	Lancering: verticale 9:16-versies	3 x 4 u x \$45	\$540
12	Uitbreiding: twee nieuwe smaken, elk een etiket en drie packshots	2 x (\$90 + 3 x \$180), model hergebruikt	\$1.260
13	Uitbreiding: bundelaanzichten	2 x \$180	\$360
	Subtotaal Concept		\$1.620
	Subtotaal Sell-in		\$1.890
	Subtotaal Listing		\$3.780
	Subtotaal Lancering		\$4.590
	Subtotaal Uitbreiding		\$1.620
	Gepland als één roadmap		\$13.500
	Dezelfde beelden per fase vanaf nul ingekocht		\$16.740

12%

CONCEPT

14%

SELL-IN

28%

LISTING

34%

LANCERING

12%

UITBREIDING

Vanaf nul betekent dezelfde regels plus \$3.240: het verpakkingsmodel van \$540 opnieuw gebouwd bij Sell-in, Listing, Lancering en Uitbreiding, de vier etiketten opnieuw geprojecteerd bij Listing en Lancering (\$720), en het capsulemodel van \$360 opnieuw gebouwd voor de film. De percentages zijn berekend op het geplande totaal van \$13.500.

OP ÉÉN PAGINA

Wat u ons per fase stuurt

De merken waarvan de logo's op onze dienstpagina's staan, sturen geen lange specificaties. Per fase sturen ze een paar dingen zoals deze, meestal gewoon in de tekst van een e-mail, en dat is genoeg om te offren en aan het werk te gaan.

01	Concept: de verpakking	De dieline en de afmetingen van de verpakking, of de tekening van de producent van de fles, pot of doos.
02	Concept: de routes	Elke ontwerproute voor het etiket als artwork, ook als die nog ruw is, en wie erover oordeelt.
03	Sell-in: de lijn	De SKU-lijst, het definitieve etiketontwerp als drukbestanden en de datum van de afspraak met de inkoper.
04	Sell-in: het schap	De retailer of het kanaal, en een foto van het schap waar u op mikt.
05	Listing: de kanalen	Uw webshop, elke marketplace en elke portal, met hun actuele beeldregels erin geplakt.
06	Listing: de toedieningsvorm	Een monster of foto's bij daglicht van de capsule, softgel, gummy of het poeder.
07	Lancering: het verhaal	Het campagne-idee, de claims die het merk heeft goedgekeurd en waar de film te zien zal zijn.
08	Uitbreiding: de wijziging	Nieuw artwork voor de smaak, het formaat of de bundel, en wat hetzelfde blijft.
09	Elke fase: het budget	Een bedrag of een bandbreedte per fase. Zo komt u het snelst bij een scope die past, en het is geen zwakte.

Andere fase, zelfde model

Hebben wij uw verpakking in een eerdere fase gebouwd, dan is één e-mail genoeg om verder te gaan: noem de fase, de nieuwe deliverables en het artwork dat sindsdien veranderd is. Model en etiketten staan klaar, dus de offerte begint bij renderen, niet bij modelleren.

Onze voorwaarden staan op de volgende pagina

Marktprijzen, doorlooptijden en wat als correctieronde telt, staan op pagina 06. Het voorbeeld op pagina 04 is doorgerekend tegen ons uurtarief van \$45.



Maverick Frame productierendering.

WAT HET KOST

Marktprijzen en onze voorwaarden, zodat u elke offerte kunt toetsen

Ranges die we in 2026 in de markt zien, van freelancer tot studio. Gebruik ze om elke offerte te toetsen, ook die van ons.

WERK IN OPDRACHT	FREELANCER	STUDIO
Exterieurbeeld, per stuk	\$100 - 300	\$250 - 600
Interieurbeeld, per stuk	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakket, 5 - 8 aanzichten	\$600 - 1.500	\$1.500 - 4.000
Animatie, per minuut	\$1.000 - 3.000	\$3.000 - 8.000

Onze standaard doorlooptijden en correctievoorwaarden. Die offeren we, tenzij een project iets anders vraagt, en dat zeggen we voordat het werk begint.

FASE OF OPLEVERING	STANDAARD BIJ MAVERICK FRAME
Eerste concept van een still	3 tot 5 werkdagen na een volledige briefing
Definitieve stills, pakket van 5 - 8	2 tot 3 weken, concepten inbegrepen
Animatie tot één minuut	4 tot 6 weken, eerst storyboard en preview
Inbegrepen correctierondes	Twee in de conceptfase, één op het definitieve beeld
Wat telt als een ronde	Eén samengevoegde lijst met opmerkingen, in één keer gestuurd
Spoedlevering	De helft van de tijd voor ongeveer 40% meer, als de planning het toelaat

Kies een studio voordat de deadline brandt

De duurste projecten die we zien, zijn niet de slecht gebriefte. Het zijn de projecten die in paniek zijn gebrieft, nadat de eerste leverancier was afgehaakt en de lanceringsdatum niet opschoof. Beoordeel een of twee studio's zolang er niets dringt.

Over zelf doen: één 3D-artist heeft zo'n tien softwareabonnementen nodig, een workstation en een reeks aanverwante vaardigheden, van modelleren en belichting tot nabewerking en klantcontact. Dat loont alleen als die persoon elke dag vol aan het werk is. Daaronder pleit de rekensom vanzelf voor uitbesteden.

VOLGENDE STAP

Stuur ons de dieline en het etiketontwerp

De dieline, het etiketontwerp als drukbestanden, de afmetingen van de verpakking, een monster of foto's van de toedieningsvorm, en de briefing die u heeft, in welke staat ook. U krijgt van ons een scope, een prijs en de vragen die daarover beslissen, als schriftelijk antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
Supplementvisualisatie	maverickframe.com/nl/oplossingen/supplementen-visualisatie/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door wie deze briefings leest

Dim Kuzmenko is de oprichter van Maverick Frame Studio. De cijfers in deze gids komen uit onze eigen inbox en onze eigen tarieflijst, niet uit een brancheonderzoek.