



دليل عملي / إصدار 2026

معظم أفكار FOOH تموت عند لقطة الموقع. لقطة واحدة، 8 ثوانٍ.

الموجز الذي يقرر هل يبدو إعلان FOOH حقيقياً: لقطة واحدة، وفكرة واحدة، وثمانية ثوانٍ. مسعر بنداً بنداً أمام نسخة الأفكار الثلاث التي تكلف \$23,100.

ابدأ من هنا

يبدو مزيّفًا قبل أن يصل المجسّم.

ينجح إعلان FOOH لسبب واحد: لثانية واحدة يصدّق المشاهد أن ما رآه حدث في شارع حقيقي. وهذا التصديق يحسمه التصوير لا الـ CGI. حين يبدو الإعلان مزيّفًا، نادرًا ما تكون المشكلة في المجسّم، بل في اللقطة التي وُضع فيها ولم تكن قادرة على احتوائه أصلًا.

تصف معظم موجزات FOOH الفكرة بالتفصيل والتصوير في سطر واحد، غالبًا «لقطات جاهزة أو أي شيء مناسب». فُتُختر اللقطة متأخرة، بعد اعتماد الفكرة، وتصل مهتزة أو بإضاءة مسطحة أو من ارتفاع خاطئ أو مزدحمة أصلًا. وكل ما يأتي بعد ذلك محاولة لإنقاذ لقطة لم يكن فيها متسع للفكرة.

ما يقرر هل يبدو حقيقيًا

ما يبدأ به الموجز عادةً

01	ثلاث أفكار، لعل إحداها تنجح	فكرة واحدة تناسب مكانًا واحدًا. كل فكرة تحتاج إلى لقطةها ومجسّمها ومحاكاتها.
02	قصة مدتها 30 ثانية	من ثماني إلى عشر ثواني مع كشف واحد. هذا ما يشاهده الناس ويشاركونه.
03	«اللقطات الجاهزة تكفي»	لقطة مصوّرة من أجل المجسّم: ثابتة، بمستوى النظر، مع مساحة فارغة في الإطار وإضاءة مطابقة.
04	كل المنصات، وكل النسب	صوّر للقطع الأطول أولًا. نادرًا ما تصمد قصّة عريضة 16:9 من تصوير 9:16.

اللقطة هي الموجز.

حدّد أين تحدث الفكرة، وصوّر ذلك المكان كما ينبغي قبل أن يتمزج أحد أي شيء. اللقطة الجيدة تجعل مجسّمًا عاديًا قابلاً للتصديق، واللقطة السيئة تجعل المجسّم المثالي يبدو ملصقًا.



عمل إنتاجي من Maverick Frame.

الفاتورة

ثلاث أفكار في 30 ثانية، مسعرة كما طُلبت

في ما يلي عرض سعر مركّب من موجزات FOOH التي سَعَرناها هذا العام، وفق أسعار الاستوديوهات المتوسطة في السوق. أسعار التحريك بالدقيقة لا تصف هذا العمل جيدًا: فمعظم الكلفة في المجسّم والمحاكاة والمطابقة مع اللقطة، لا في المدة.

البند	الاساس	بأسعار الاستوديو
01	ثلاث لقطات جاهزة، مرخّصة ومتتبّعة ومنظّفة	3 x \$900
02	ثلاثة مجسّمات رئيسية بمقياس الشارع	3 x \$1,200
03	محاكاة لكل فكرة: قماش، سائل، زجاج	3 x \$1,500
04	30 ثانية بإضاءة ورندر، 720 إطارًا	\$200 / s
05	الدمج: الظلال والانعكاسات والحبيبات	30 s
06	خمسة نسخ للمنصات	5 x \$300
07	لقطة جديدة وتتبع جديد بعد فشل الأولى	إنقاذ
اللقطات والمجسّمات والمحاكاة لثلاث أفكار		\$10,800
المدة والدمج والنسخ		+ \$10,900
عملية الإنقاذ		+ \$1,400
ثلاث أفكار، 30 ثانية		\$23,100
لقطة واحدة، فكرة واحدة، ثماني ثوانٍ		\$7,000

\$7,000 تشتري الإعلان الذي يشاركه الناس فعلاً.

لقطة متتبّعة واحدة \$900، ومجسّم واحد \$1,200، ومحاكاة واحدة \$1,500، وثمانية ثوانٍ مرتدرة \$1,600، ودمج \$900، وثلاث نسخ \$900. ليست النسخة الرخيصة من الموجز الطويل، بل النسخة التي لديها فرصة في أن تُصدّق.

سطراً سطرًا

ما تكتبه بدل الموجز الطويل

أعد كتابة هذه الأسطر التسعة، وسيصبح الإعلان أقصر وأرخص وأكثر إقناعاً في آن واحد. ليس في أي منها تنازل إبداعي، بل هي الشروط التي تنجح فيها الخدعة.

ما تكتبه بدلاً منه

في الموجز

01	ثلاثة مفاهيم للاختيار بينها	اختر قبل الإنتاج. اختبر الأفكار كرسوم تخطيطية فوق صورة ثابتة للشارع، فهي لا تكلف شيئاً يُذكر في تلك المرحلة.
02	قصة مدتها 30 ثانية	كشف واحد في ثماني إلى عشر ثواني، مع إطار ثابت للملصق والصورة المصغرة.
03	«لقطات جاهزة أو أي شيء مناسب»	سمّ المكان. وإن كان لا بد من لقطة جاهزة، فأرسل إلينا المقطع قبل ترخيصه لا بعده.
04	لا ملاحظات للتصوير	كاميرا ثابتة أو حركة بطيئة، بارتفاع العين أو الهاتف، بدقة 4K أو أعلى، مع ترك مساحة المجسم فارغة في الإطار.
05	لا مرجع للإضاءة	ثواني قليلة لكرة رمادية وأخرى كرومية، أو صور للمكان في الوقت نفسه من اليوم.
06	المجسم على هيئة شعار	ملف المنتج أو عينة فعلية. ملصقات حقيقية، ونسب حقيقية، وخامات حقيقية.
07	«اجعلوه ينتشر»	قل ماذا يفعل المجسم: يهبط، ينمو، يذوب، يلتف، يتحطم. فعل واحد يكفي موجزاً.
08	كل المنصات	المنصة الرئيسية ونسبتها، ثم النسخ التي تليها. صوّر للأطول.
09	الإطلاق الأسبوع المقبل	الموعد الحقيقي. التتبع والمحاكاة يحتاجان أيامهما، والتسليم العاجل نصف المدة بزيادة نحو 40%.

الصفحة الواحدة

ما ترسله إلينا العلامات فعلاً لإعلان FOOH

العلامات التجارية التي تظهر شعاراتها على صفحات خدماتنا لا ترسل عروضاً مليئة بالمفاهيم. بل ترسل شيئاً قريباً من هذا، غالباً في نص رسالة بريد إلكتروني مع مقطع مرفق، وهو يكفي لتقديم السعر وبدء العمل.

01	الفكرة	جملة واحدة وفعل واحد: ما الذي يظهر، وماذا يفعل.
02	المكان	شارع أو واجهة أو معلم أو لوحة إعلانية. سمّه أو صفه.
03	اللقطة	التصوير إن وُجد، أو مقطع من الهاتف إن لم يوجد. سنخبرك هل يتسع للفكرة.
04	المنتج	ملف 3D، أو تصميم العبوة، أو عينة.
05	المدة	من ثماني إلى عشر ثواني افتراضياً. اذكر إن كنت تحتاج إلى أكثر.
06	المنصة الرئيسية	أين يُطلق، وبأي نسبة أبعاد.
07	النسخ الأخرى	النسب والمدد التي تلي النسخة الرئيسية.
08	الصوت	هل توقّره أنت أم نحن.
09	الموعد المطلوب	موعد الإطلاق، لا المريح.
10	الميزانية	رقم أو نطاق. هو أسرع طريق إلى نطاق عمل مناسب.

احتفظ بالفكرة الثانية

الفكرة التي تستبعدنا لا تضع. فبعد إطلاق الإعلان الأول ومعرفة أدائه، تبدأ الفكرة الثانية بلقطة مجرّبة واستوديو يعرف منتجك.

أرسل مقطع الهاتف أولاً

عشر ثواني مصوّرة بالهاتف في الموقع الحقيقي تخبرنا أكثر من لوحة إلهام. وغالباً ما نستطيع أن نقول خلال يوم هل يتسع المكان للفكرة، قبل أن يحجز أحد فريق تصوير.

التكلفة

أسعار السوق وشروطنا، لتتحقق من أي عرض سعر

نطاقات نرصدها في السوق خلال عام 2026، من المستقل إلى الاستوديو. استخدمها للتحقق من أي عرض سعر، بما في ذلك عرضنا.

العمل المكلف به	مستقل	استوديو
صورة خارجية واحدة	\$100 - 300	\$250 - 600
صورة داخلية واحدة	\$120 - 350	\$300 - 700
حزمة من 5 إلى 8 لقطات	\$600 - 1,500	\$1,500 - 4,000
رسوم متحركة، للدقيقة	\$1,000 - 3,000	\$3,000 - 8,000

هذه مدد التسليم وشروط التعديل المعتادة لدينا. نعتمدها في عروض الأسعار ما لم يتطلب المشروع غير ذلك، وحينها نوضح الأمر قبل بدء العمل.

المعيار لدى MAVERICK FRAME

المرحلة أو الفخزج

المسودة الأولى للصورة الثابتة	من 3 إلى 5 أيام عمل من استلام موجز مكتمل
صور نهائية، حزمة من 5 إلى 8	من 2 إلى 3 أسابيع، بما فيها المسودات
رسوم متحركة حتى دقيقة واحدة	من 4 إلى 6 أسابيع، تبدأ بلوحة القصة والمعاينة
جولات التعديل المشمولة	جولتان في مرحلة المسودة، وجولة واحدة على الصورة النهائية
ما الذي يُحتسب جولة	قائمة ملاحظات واحدة موحدة تُرسل دفعة واحدة
التسليم العاجل	نصف المدة مقابل زيادة نحو 40%، متى سمح الجدول بذلك

اختر الاستوديو قبل أن يحترق الموعد النهائي

ليست المشاريع الأعلى كلفة التي نراها تلك التي جاء موجزها ضعيفًا، بل تلك التي كُلف بها على عجل، بعد أن أخفق المورد الأول ولم يتزحزح موعد الإطلاق. قيم استوديو أو اثنين ما دام لا شيء عاجلاً.

ملاحظة عن الفريق الداخلي: يحتاج فنان واحد إلى نحو عشرة اشتراكات برمجية ومحطة عمل ومجموعة من المهارات المجاورة، من النمذجة والإضاءة إلى المعالجة اللاحقة والتواصل مع العملاء. ولا يؤدي ذلك ثماره إلا إذا كان هذا الشخص مشغولاً كل يوم. وما دون ذلك، فالحساب وحده يبرّج الاستعانة بمصادر خارجية.

الخطوة التالية

أرسل إلينا اللقطة والفكرة

تصوير الموقع، أو مقطع للشارع من الهاتف، أو ملف المنتج، أو فكرة في سطر واحد، في أي حالة كانت. سنرد عليك بنطاق عمل وسعر والأسئلة التي تحددنها، كتابةً ومن دون مكالمة مبيعات.

maverickframe.com/contacts/	نموذج التواصل
maverickframe.com/ar/services/fooh-cgi-advertising/	إعلانات FOOH
رُدّ على الرسالة التي وصلك فيها هذا الدليل.	أو ببساطة

كتبه من يقرؤون هذه الموجزات

يشغل Dim Kuzmenko منصب مؤسس Maverick Frame Studio. الأرقام الواردة في هذا الدليل مصدرها بريدنا الوارد وقائمة أسعارنا، لا استطلاع قطاعي.