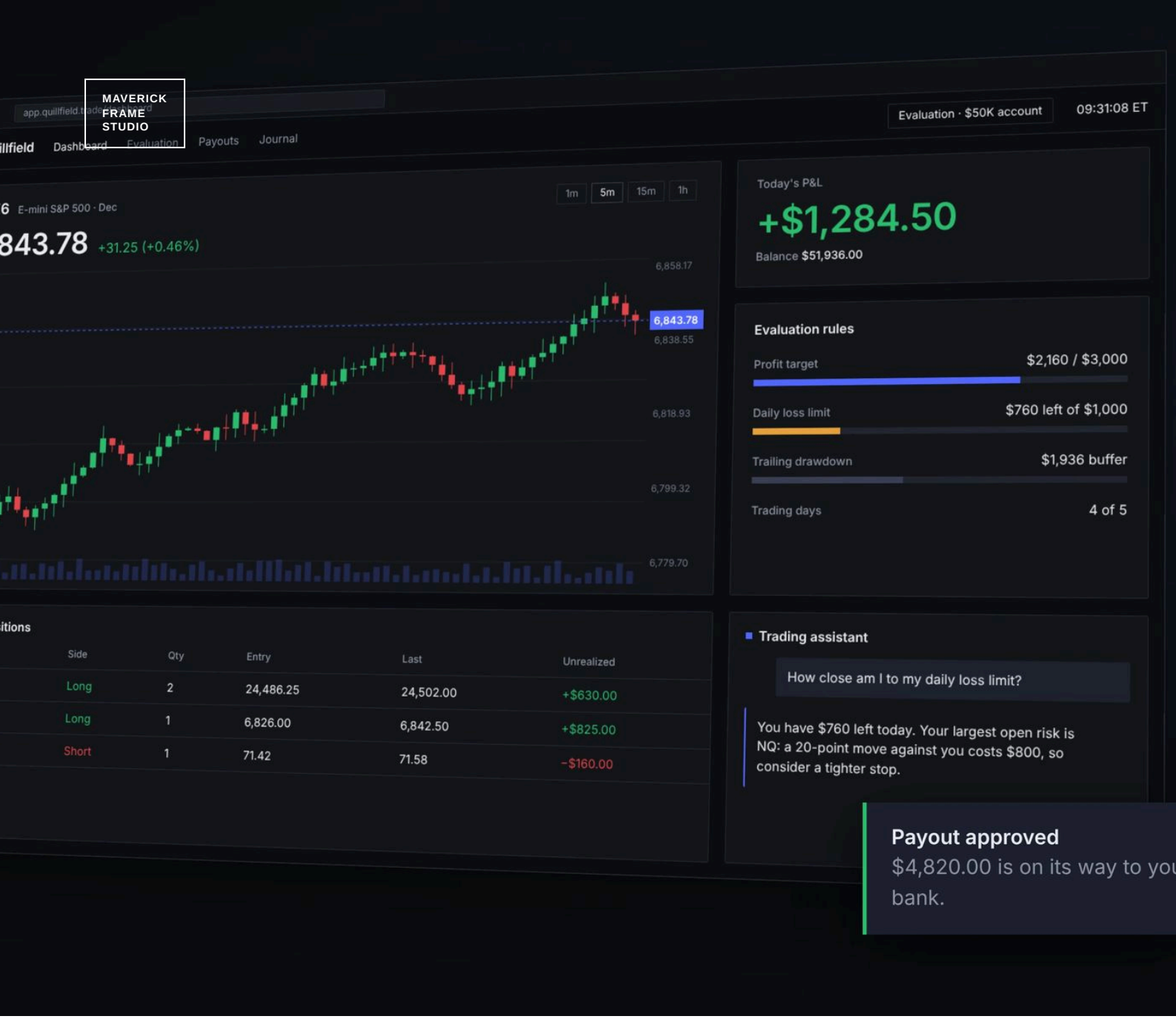


PRAKTISCHE GIDS / EDITIE 2026

De platformbriefing: wat u voorbereidt voordat u bestelt.

Schermopnames, demo-accounts, goedgekeurde claims en de risicowaarschuwing: de checklist, het overzicht van de versies en 12 vragen waarmee een YouTube-advertentie voor fintech snel te plannen is.

Dim Kuzmenko
Medeoprichter, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

BEGIN HIER

Het beeldmateriaal is uw platform. Bereid het voor.

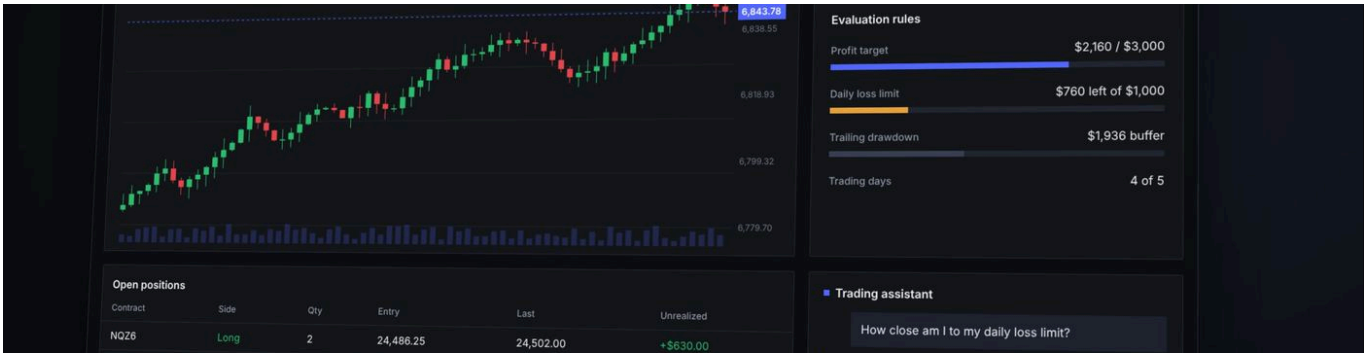
Een YouTube-advertentie voor een tradingplatform, een broker of een fintech-app wordt gemaakt met het product zelf. Voordat er een script is, heeft de studio de schermen nodig, de gegevens die erop mogen staan en de formuleringen die uw compliance-team heeft goedgekeurd. De meeste vertraging bij platformadvertenties begint hier, niet bij de animatie.

Wat u klaar heeft voor het eerste gesprek

- [ ] **Schermopnames** van de flows die u wilt tonen, op volledige resolutie, of een **testaccount** waarmee wij zelf opnemen
- [ ] **Demo-accounts** met realistische demosaldi, posities en historie, zodat er nooit klantgegevens in beeld komen
- [ ] **Brandguide en ontwerpbestanden**: Figma of een UI-kit, lettertypen, logobestanden en kleuren
- [ ] **Goedgekeurde claims**: de uitspraken en cijfers die marketing mag gebruiken, elk met bron en datum
- [ ] **Tekst van de risicowaarschuwing** van uw compliance- of juridische afdeling, voor elke markt en taal
- [ ] **Kanalen en lengtes**: waar de advertentie draait en welke versies u nodig heeft
- [ ] **Goedkeurders**: wie het script, de style frames en de eindmontage goedkeurt

Neem het product op, geen live account

Leg het platform vanaf het begin vast in een demo- of testomgeving. Een opname van een live account moet beeld voor beeld worden gecontroleerd, en wat erdoorheen glipt, komt in elke versie terecht.



Dashboard van een tradingplatform uit een conceptadvertentie van Maverick Frame Studio. Alle cijfers zijn demodata.

HET VERSIE-OVERZICHT

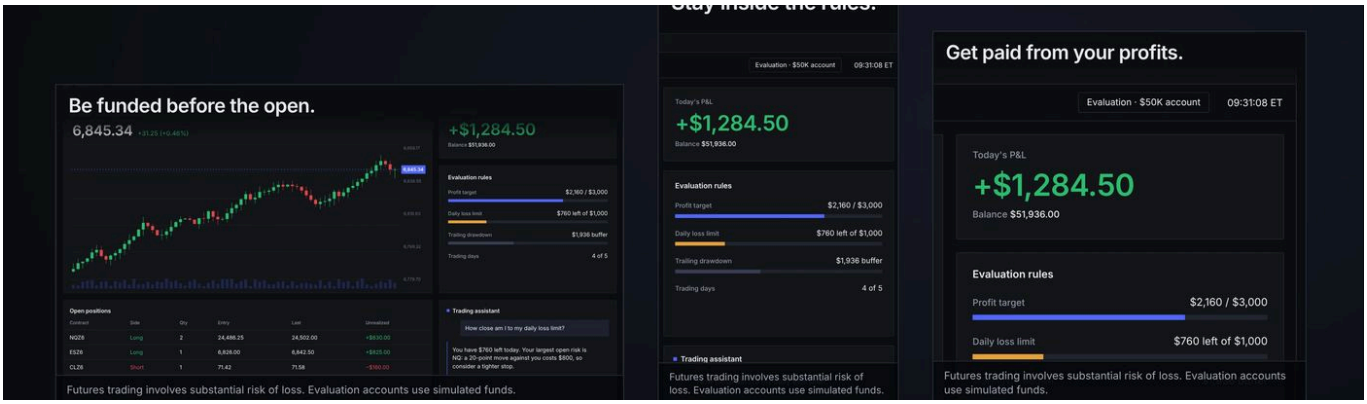
Eén master, vijf versies

Plan de advertentie als één mastermontage en een reeks kortere versies. Elke versie heeft één taak en wordt voor haar lengte gemonteerd in plaats van uit de lange versie geknipt, zodat de hook nog steeds in de eerste seconden landt.

VERSIE	WAAR ZE DRAAIT	HAAR ENIGE TAAK
6 s, 16:9	YouTube-bumperadvertenties	Eén belofte en het merk. Geen rondleiding langs functies.
15 s, 16:9 en 9:16	YouTube in-stream, Shorts, Reels	Een hook, één functie en de call-to-action.
30 s, 16:9 en 9:16	YouTube in-stream, TikTok, connected tv	Het probleem, twee functies, bewijs en de call-to-action.
60 s, 16:9	YouTube, website, landingspagina's	Het volledige verhaal van het platform, met de waarschuwing in beeld.
Elke lengte, 9:16	Shorts, Reels, TikTok, Stories	Een verticale montage met ondertitels en veilige zones voor de knoppen van het platform.

Plan waar de waarschuwing komt

Reserveer in het storyboard een balk of een eindkaart voor de risicowaarschuwing, in elk formaat. Komt ze er pas na de montage bij, dan bedekt ze de interface of wordt ze erin geperst, en beide zijn slechter dan er vooraf rekening mee houden.



Eén advertentie in 16:9, 9:16 en 1:1, elk met een waarschuwingsregel. Concept van Maverick Frame Studio.

IN BEELD

Wat u laat zien, en wat u eerst laat vrijgeven

Een platformadvertentie wordt twee keer beoordeeld: door de kijker en door uw compliance-team. Leg de lijst hieronder vast vóór het storyboard, dan wordt de controle aan het eind een check in plaats van een herschrijving.

	MEESTAL GEEN PROBLEEM	EERST LATEN VRIJGEVEN DOOR COMPLIANCE
01	**Uw interface met demodata**	Elke echte naam, elk saldo, rekeningnummer of elke positie. Vervang die door demodata.
02	**Hoe een functie werkt, stap voor stap**	Winst-, rendements- of uitbetalingscijfers, en elk voorbeeld van een resultaat.
03	**De regels van een account of challenge, zoals u ze publiceert**	Woorden als gegarandeerd, zonder risico, makkelijk geld of direct winst.
04	**Marktdata uit een openbare bron, met datum in beeld**	De prestaties van een echt account of een echte trader.
05	**Mensen en omgevingen rond het product**	Testimonials, influencers en alles wat als advies kan overkomen.

Wie de formulering bepaalt

Wij zijn een videostudio. We plaatsen de formuleringen die uw compliance- of juridische team goedkeurt, in elke taal en versie, en we geven geen juridisch of regelgevend advies. De regels verschillen per markt, dus zie deze lijst als het begin van dat gesprek, niet als een oordeel.

Demodata, gelabeld

Saldi, koersen en resultaten die demodata zijn, kunnen dat in beeld vermelden. Het kost één regel en neemt een vraag weg.

Bronnen en data

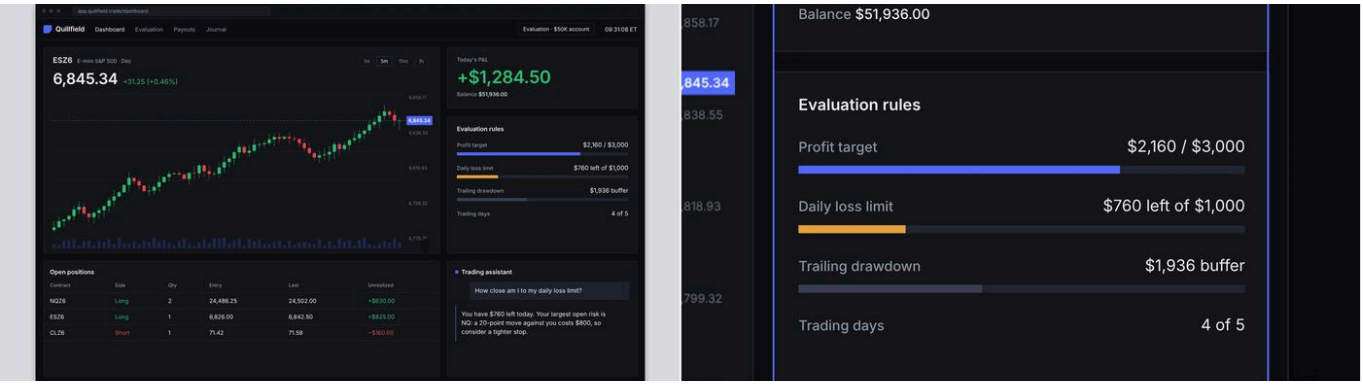
Een marktcijfer in beeld krijgt zijn bron en datum mee, zodat kijker en beoordelaar het kunnen controleren.

HET BEELDMATERIAAL KIEZEN

Opname, nagebouwd scherm of AI-shot?

De meeste platformadvertenties combineren drie soorten beeldmateriaal. Wie per scène kiest in plaats van per film, houdt het product exact waar het ertoe doet en wint tijd waar het niet uitmaakt.

	SCHERMOPNAME	NAGEBOUWD SCHERM	AI-SHOT
Het best voor	Productdemo's en onboardingclips	Heromomenten, grafieken en cijfers die scherp moeten blijven	Mensen, plekken en sferen rond het product
Gemaakt van	Uw opname of de onze, opgeschoond	Uw ontwerpbestanden of de opname, opnieuw getekend in lagen	Een briefing en referenties; de interface komt erbij in de compositing
Na een release	De flow opnieuw opnemen	De gewijzigde laag aanpassen	Blijft meestal zoals het is
Let op	Live data, notificaties, onrustige cursor	Exact gelijk blijven aan het live product	AI mag de interface zelf nooit genereren



Een ruwe schermopname naast hetzelfde scherm, nagebouwd als advertentieframe. Concept van Maverick Frame Studio.

Altijd echte schermen

Welke mix u ook kiest, de interface in beeld komt van uw platform. Wie zich na de advertentie aanmeldt, moet het product vinden dat in de advertentie te zien was.

DE BRIEFING

Twaalf vragen voor de briefing

Beantwoord ze in een e-mail en voeg een schermopname of een paar schermen toe. Dat is genoeg om de advertentie te plannen, de versies op een rij te zetten en een offerte op te stellen.

	VRAAG	WAT WIJ MOETEN WETEN
01	**Doel**	Wat moet een kijker na de advertentie doen: een challenge starten, een rekening openen, een demo boeken?
02	**Doelgroep**	Voor wie is ze bedoeld: futures-, forex- of cryptotraders, particuliere gebruikers, instellingen, partners?
03	**Markten**	Welke landen en talen, en heeft elke markt een eigen waarschuwing nodig?
04	**Kanalen**	YouTube in-stream, Shorts, Reels, TikTok, de website, een salespresentatie?
05	**Versies**	Welke lengtes en formaten: 6, 15, 30 of 60 seconden; 16:9, 9:16 of 1:1?
06	**Beeldmateriaal**	Schermopnames, een testaccount of beide, en wie zet de demodata klaar?
07	**De ene functie**	Welke functie of welk moment verkoopt het platform het best?
08	**Claims**	Welke uitspraken en cijfers zijn goedgekeurd, en wat zijn de bronnen?
09	**Waarschuwing**	Wie schrijft de risicowaarschuwing, en hoe lang moet ze in beeld blijven?
10	**Merk**	Brandguide, Figma of UI-kit, lettertypen, logobestanden en tone of voice?
11	**Geluid**	Voice-over of geen, welk accent, wat voor muziek?
12	**Goedkeuring en data**	Wie keurt het script, de style frames en de eindmontage goed, en wanneer is de lancering?

VOLGENDE STAP

Stuur ons de antwoorden en een opname

Antwoorden op de twaalf vragen, een schermopname of een testlogin en uw merkbestanden, in welke staat ook. Wij antwoorden met de advertentie die we zouden maken, de versies die ze nodig heeft en een offerte, als schriftelijk antwoord, niet als verkoopgesprek.

Het contactformulier	maverickframe.com/contacts/
Fintechvideo	maverickframe.com/nl/oplossingen/fintech-videoproductie/
Of gewoon	antwoorden op de e-mail waarmee deze gids binnenkwam.

Geschreven door de mensen die deze advertenties maken

Dim Kuzmenko is medeoprichter van Maverick Frame Studio. De checklists in deze gids zijn de vragen die we vóór elke platformvideo stellen. Prijzen staan hier niet: elke platformadvertentie wordt geoffreerd voor haar exacte scope.