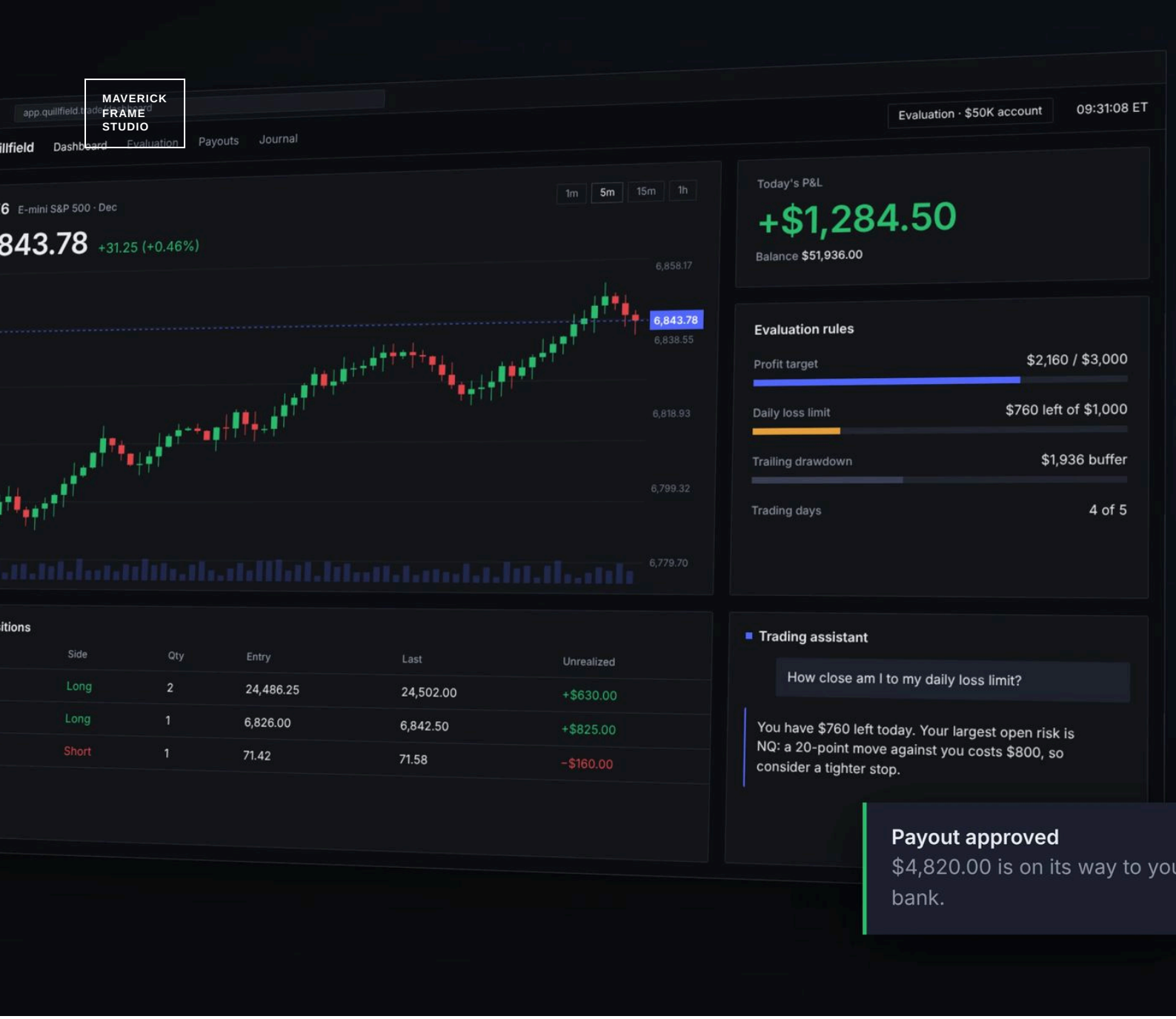


PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Brief reklamy platformy: co przygotować przed zamówieniem.

Nagrania ekranu, konta demo, zatwierdzone twierdzenia i ostrzeżenie o ryzyku: lista kontrolna, mapa wersji i 12 pytań, dzięki którym reklamę fintech na YouTube planuje się szybko.

Dim Kuzmenko
Współzałożyciel, Maverick Frame Studio
maverickframe.com

NA POCZĄTEK

Materiałem jest platforma. Warto ją przygotować.

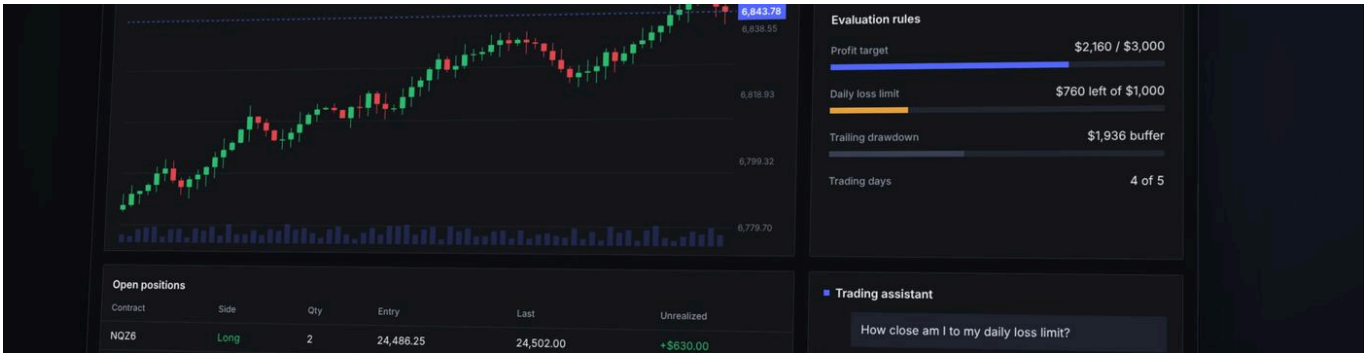
Reklama na YouTube dla platformy tradingowej, brokera czy aplikacji fintech powstaje z samego produktu. Zanim powstanie scenariusz, studio potrzebuje ekranów, danych, które mogą się na nich pojawić, i sformułowań zatwierdzonych przez Państwa dział compliance. Większość opóźnień w reklamach platform zaczyna się tutaj, a nie w animacji.

Co przygotować przed pierwszą rozmową

- [ ] **Nagrania ekranu** ścieżek, które mają się pojawić, w pełnej rozdzielczości, albo **konto testowe**, na którym nagramy je sami
- [ ] **Konta demo** z realistycznymi saldami, pozycjami i historią, tak aby nigdy nie nagrać danych klientów
- [ ] **Brand guide i pliki projektowe**: Figma lub UI kit, fonty, pliki logo i kolory
- [ ] **Zatwierdzone twierdzenia**: stwierdzenia i liczby, których może używać marketing, każde ze źródłem i datą
- [ ] **Ostrzeżenie o ryzyku** od działu compliance lub prawnego, dla każdego rynku i języka
- [ ] **Kanały i długości**: gdzie reklama będzie emitowana i jakich wersji Państwo potrzebują
- [ ] **Osoby zatwierdzające**: kto akceptuje scenariusz, klatki stylu i finalny montaż

Nagrywamy produkt, nie żywe konto

Platformę warto od początku nagrywać w środowisku demo lub testowym. Nagranie z żywego konta trzeba sprawdzać klatka po klatce, a wszystko, co się prześlizgnie, trafia do każdej wersji.



Panel platformy tradingowej z koncepcyjnej reklamy Maverick Frame Studio. Wszystkie liczby to dane demo.

MAPA WERSJI

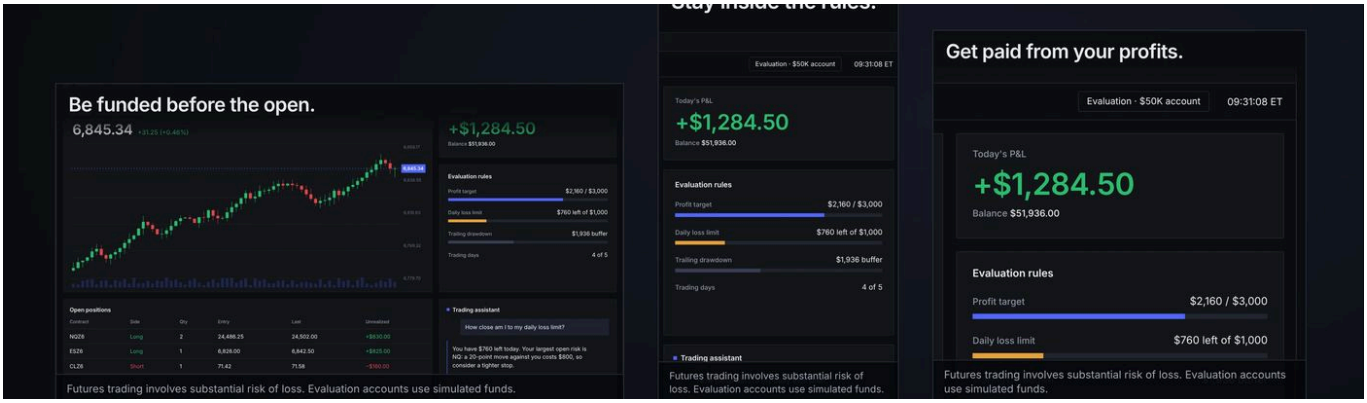
Jeden master, pięć wersji

Reklamę warto zaplanować jako jeden montaż główny i zestaw skrótów. Każda wersja ma jedno zadanie i każdą montuje się pod jej długość, zamiast przycinać długą, więc haczyk nadal działa w pierwszych sekundach.

WERSJA	GDZIE JEST EMITOWANA	JEJ JEDNO ZADANIE
6 s, 16:9	Reklamy bumper na YouTube	Jedna obietnica i marka. Bez przeglądu funkcji.
15 s, 16:9 i 9:16	YouTube in-stream, Shorts, Reels	Haczyk, jedna funkcja i wezwanie do działania.
30 s, 16:9 i 9:16	YouTube in-stream, TikTok, connected TV	Problem, dwie funkcje, dowód i wezwanie do działania.
60 s, 16:9	YouTube, strona internetowa, landing page	Pełna historia platformy, z ostrzeżeniem na ekranie.
Dowolna długość, 9:16	Shorts, Reels, TikTok, Stories	Pionowy montaż z napisami i bezpiecznymi strefami na przyciski platformy.

Miejsce na ostrzeżenie od początku

W storyboardzie warto zarezerwować pasek lub planszę końcową na ostrzeżenie o ryzyku, w każdym formacie. Dodane po montażu albo zasłania interfejs, albo zostaje ściśnięte, i jedno, i drugie wypada gorzej niż plan.



Jedna reklama w 16:9, 9:16 i 1:1, każda z linią ostrzeżenia. Koncepcja Maverick Frame Studio.

NA EKRANIE

Co pokazać, a co uzgodnić z compliance

Reklamę platformy ocenia się dwa razy: ocenia ją widz i Państwa dział compliance. Jeśli poniższą listę uzgodni się przed storyboardem, przegląd na końcu staje się kontrolą, a nie przepisywaniem.

	ZWYKLE MOŻNA POKAZAĆ	NAJPIERW UZGODNIĆ Z COMPLIANCE
01	**Państwa interfejs z danymi demo**	Każde prawdziwe nazwisko, saldo, numer konta czy pozycję. Zastąpić je danymi demo.
02	**Jak działa funkcja, krok po kroku**	Kwoty zysku, zwrotu czy wypłaty i każdy przykładowy wynik.
03	**Zasady konta lub wyzwania, tak jak je Państwo publikują**	Słowa takie jak gwarantowany, bez ryzyka, łatwe pieniądze czy natychmiastowy zysk.
04	**Dane rynkowe z publicznego źródła, pokazane z datą**	Wyniki prawdziwego konta lub prawdziwego tradera.
05	**Ludzie i otoczenie wokół produktu**	Rekomendacje, influencerzy i wszystko, co brzmi jak porada.

Kto decyduje o sformułowaniach

Jesteśmy studiem wideo. Umieszczamy sformułowania zatwierdzone przez Państwa dział compliance lub prawny, w każdym języku i wersji, i nie udzielamy porad prawnych ani regulacyjnych. Przepisy różnią się między rynkami, więc ta lista to początek tej rozmowy, a nie rozstrzygnięcie.

Dane demo, oznaczone

Salda, ceny i wyniki, które są danymi demo, mogą to mówić w kadrze. To jedna linijka, która usuwa jedno pytanie.

Źródła i daty

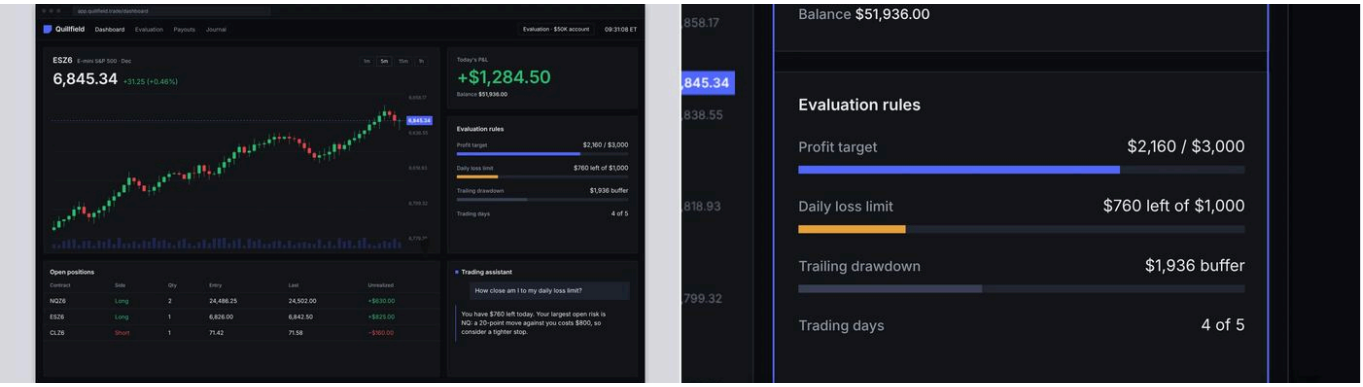
Liczba rynkowa na ekranie ma swoje źródło i datę, więc widz i recenzent mogą ją sprawdzić.

WYBÓR MATERIAŁU

Nagranie, odtworzenie czy ujęcie AI?

Większość reklam platform łączy trzy rodzaje materiału. Wybór dla każdej sceny, a nie dla całego filmu, zachowuje dokładność produktu tam, gdzie to ważne, i oszczędza czas tam, gdzie nie.

	NAGRANIE EKRANU	ODTWORZONY EKRAN	UJĘCIE AI
Najlepsze do	Demo produktu i klipów onboardingowych	Kluczowych momentów, wykresów i liczb, które muszą być ostre	Ludzi, miejsc i nastroju wokół produktu
Z czego powstaje	Z Państwa nagrania lub naszego, oczyszczonego	Z plików projektowych lub nagrania, przerysowanych jako warstwy	Z briefu i referencji; interfejs dodaje się w kompozycji
Po aktualizacji	Ponowne nagranie ścieżki	Edycja zmienionej warstwy	Zwykle zostaje bez zmian
Na co uważać	Dane na żywo, powiadomienia, ruchy kursora	Dokładna zgodność z aktualnym produktem	AI nigdy nie generuje samego interfejsu



Surowe nagranie ekranu obok tego samego ekranu odtworzonego jako kadr reklamy. Koncepcja Maverick Frame Studio.

Zawsze prawdziwe ekrany

Niezależnie od proporcji, interfejs na ekranie pochodzi z Państwa platformy. Widz, który się zarejestruje, powinien znaleźć produkt, który zobaczył w reklamie.

BRIEF

Dwanaście pytań do briefu

Odpowiedzi wystarczy wysłać mailem, z nagraniem ekranu lub kilkoma ekranami. Na tej podstawie zaplanujemy reklamę, rozpiszemy wersje i przygotujemy wycenę.

	PYTANIE	CO MUSIMY WIEDZIEĆ
01	**Cel**	Co widz ma zrobić po reklamie: rozpocząć wyzwanie, otworzyć konto, umówić demo?
02	**Odbiorcy**	Dla kogo jest reklama: traderzy futures, forex czy krypto, klienci detaliczni, instytucje, partnerzy?
03	**Rynki**	Które kraje i języki i czy każdy z nich potrzebuje własnego ostrzeżenia?
04	**Kanały**	YouTube in-stream, Shorts, Reels, TikTok, strona internetowa, prezentacja sprzedażowa?
05	**Wersje**	Jakie długości i formaty: 6, 15, 30 czy 60 sekund; 16:9, 9:16 czy 1:1?
06	**Materiał**	Nagrania ekranu, konto testowe czy jedno i drugie, i kto przygotowuje dane demo?
07	**Jedna funkcja**	Która funkcja lub moment najlepiej sprzedaje platformę?
08	**Twierdzenia**	Które stwierdzenia i liczby są zatwierdzone i jakie mają źródła?
09	**Ostrzeżenie**	Kto pisze ostrzeżenie o ryzyku i jak długo musi być na ekranie?
10	**Marka**	Brand guide, Figma lub UI kit, fonty, pliki logo i ton komunikacji?
11	**Dźwięk**	Lektor czy bez lektora, jaki akcent, jaka muzyka?
12	**Akceptacje i terminy**	Kto zatwierdza scenariusz, klatki stylu i finalny montaż i kiedy jest premiera?

DALEJ

Prosimy przesłać odpowiedzi i nagranie

Odpowiedzi na dwanaście pytań, nagranie ekranu lub testowy login i pliki marki, w dowolnym stanie. Odpiszemy, jaką reklamę byśmy zrobili, jakich wersji potrzebuje i ile będzie kosztować. Mailem, bez rozmowy handlowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Filmy dla fintech	maverickframe.com/pl/rozwiazania/produkcja-filmow-dla-fintech/
Albo po prostu	odpowiedzieć na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy robią te reklamy

Dim Kuzmenko jest współzałożycielem Maverick Frame Studio. Listy kontrolne w tym poradniku to pytania, które zadajemy przed każdym filmem o platformie. Nie ma tu cen: każdą reklamę platformy wyceniamy pod jej dokładny zakres.