



PRZEWODNIK PRAKTYCZNY / EDYCJA 2026

Większość pomysłów FOOH umiera na plate'cie. Jeden plate, 8 sekund.

Brief, który decyduje, czy fake out-of-home wygląda prawdziwie: jeden plate, jeden pomysł, osiem sekund. Wyceniony pozycja po pozycji obok wersji z trzema pomysłami za \$23 100.

ZACZNIJ TUTAJ

Wygląda na fałsz, zanim obiekt w ogóle się pojawi.

Spot FOOH działa z jednego powodu: przez sekundę widz wierzy, że to wydarzyło się na prawdziwej ulicy. O tej wierze decyduje materiał filmowy, a nie CGI. Gdy spot wygląda sztucznie, obiekt rzadko jest problemem. Plate, w który go wstawiono, od początku nie miał szans go udźwignąć.

Większość briefów FOOH opisuje pomysł szczegółowo, a materiał jednym zdaniem, często „stock albo cokolwiek, co zadziała”. Plate wybiera się więc późno, po akceptacji koncepcji, i przychodzi roztrzęsiony, płasko oświetlony, nakręcony ze złej wysokości albo już zatłoczony. Wszystko, co dzieje się potem, to ratowanie ujęcia, w którym nie było miejsca na pomysł.

OD CZEGO ZWYKLE ZACZYNA SIĘ BRIEF

CO DECYDUJE, CZY WYGLĄDA PRAWDZIWIE

01	Trzy pomysły, na wypadek gdyby jeden zadziałał	Jeden pomysł dopasowany do jednego miejsca. Każdy pomysł wymaga własnego plate'u, obiektu i symulacji.
02	Historia na 30 sekund	Osiem do dziesięciu sekund z jednym efektem. To ludzie oglądają i udostępniają.
03	„Materiał stockowy wystarczy”	Plate nakręcony pod obiekt: stabilny, na wysokości oczu, z miejscem w kadrze i pasującym światłem.
04	Każda platforma, każda proporcja	Kręć najpierw pod najwyższy format. Szeroki kadr 16:9 wycięty z materiału 9:16 rzadko się broni.

Plate to brief.

Zdecyduj, gdzie dzieje się pomysł, i porządnie sfilmuj to miejsce, zanim ktokolwiek zacznie modelować. Dobry plate uwiarygadnia zwykły obiekt; zły sprawia, że idealny wygląda na doklejony.



Rendering produkcyjny Maverick Frame.

FAKTURA

Trzy pomysły, 30 sekund, wycenione wg briefu

Poniżej zestawienie złożone z briefów FOOH, które wyceniliśmy w tym roku, po średnich stawkach rynkowych studia. Stawki za minutę animacji słabo opisują tę pracę: większość kosztu siedzi w obiekcie, symulacji i dopasowaniu do plate'u, a nie w długości.

	POZYCJA	PODSTAWA	STAWKI STUDIA
01	Trzy plate'y stockowe: licencja, tracking, czyszczenie	3 x \$900	\$2 700
02	Trzy obiekty hero modelowane w skali ulicy	3 x \$1 200	\$3 600
03	Symulacja do każdego pomysłu: tkanina, ciecz, szkło	3 x \$1 500	\$4 500
04	30 sekund oświetlenia i renderu, 720 klatek	\$200 / s	\$6 000
05	Compositing: cienie, odbicia, ziarno	30 s	\$3 400
06	Pięć wersji na platformy	5 x \$300	\$1 500
07	Nowy plate i ponowny tracking po nieudanym pierwszym	ratunek	\$1 400
	Plate'y, obiekty i symulacje dla trzech pomysłów		\$10 800
	Długość, compositing i wersje		+ \$10 900
	Ratunek		+ \$1 400
	Trzy pomysły, 30 sekund		\$23 100
	Jeden plate, jeden pomysł, osiem sekund		\$7 000

Za \$7 000 powstaje spot, który ludzie naprawdę udostępniają.

Jeden plate z trackingiem \$900, jeden obiekt \$1 200, jedna symulacja \$1 500, osiem sekund renderu \$1 600, compositing \$900 i trzy wersje \$900. To nie tania wersja długiego briefu. To wersja, która ma szansę, że ktoś w nią uwierzy.

POZYCJA PO POZYCJI

Co napisać zamiast długiego briefu

Przepisz tych dziewięć linijek, a spot od razu stanie się krótszy, tańszy i bardziej przekonujący. Żadna z nich nie jest kompromisem kreatywnym; to warunki, w których trik działa.

W BRIEFIE

CO NAPISAĆ ZAMIAST TEGO

01	Trzy koncepcje do wyboru	Wybierz przed produkcją. Testuj pomysły jako szkice na zdjęciu ulicy; na tym etapie kosztują prawie nic.
02	Historia na 30 sekund	Jeden efekt w osiem do dziesięciu sekund plus klatka statyczna na plakat i miniaturę.
03	„Stock albo cokolwiek, co zadziała”	Nazwij miejsce. Jeśli musi być stock, przyslij nam klip przed zakupem licencji, a nie po.
04	Brak wytycznych do zdjęć	Stabilna kamera lub powolny ruch, wysokość oczu lub telefonu, 4K lub więcej, puste miejsce na obiekt w kadrze.
05	Brak referencji światła	Kilka sekund szarej i chromowanej kuli albo zdjęcia miejsca o tej samej porze dnia.
06	Obiekt jako logo	Plik produktu albo fizyczna próbka. Prawdziwe etykiety, proporcje i materiały.
07	„Niech to będzie viral”	Napisz, co robi obiekt: ląduje, rośnie, topi się, owija, rozbija. Jeden czasownik to już brief.
08	Każda platforma	Platforma i proporcja wiodąca, potem kolejne wersje. Kręć pod najwyższy format.
09	Premiera w przyszłym tygodniu	Prawdziwa data. Tracking i symulacja potrzebują swoich dni; tryb ekspresowy to połowa czasu za około 40% więcej.

JEDNA STRONA

Co marki naprawdę wysyłają nam przed FOOH

Marki, których logo widać na naszych stronach usług, nie przysyłają prezentacji z koncepcjami. Przysyłają coś bardzo podobnego do tego, zwykle w treści maila z dołączonym klipem, i to wystarcza, żeby wycenić projekt i zacząć pracę.

01	Pomysł	Jedno zdanie i jeden czasownik: co się pojawia i co robi.
02	Miejsce	Ulica, fasada, punkt orientacyjny, billboard. Nazwij je albo opisz.
03	Plate	Materiał, jeśli go masz, nagranie z telefonu, jeśli nie. Powiemy, czy udźwignie pomysł.
04	Produkt	Plik 3D, grafika opakowania albo próbka.
05	Długość	Domyślnie osiem do dziesięciu sekund. Napisz, jeśli potrzebujesz więcej.
06	Platforma wiodąca	Gdzie jest premiera i w jakiej proporcji.
07	Pozostałe wersje	Proporcje i długości, które idą za wersją wiodącą.
08	Dźwięk	Czy dostarczasz go ty, czy my.
09	Termin	Data premiery, a nie ta wygodna.
10	Budżet	Kwota albo przedział. To najszybsza droga do dopasowanego zakresu.

Najpierw przyślij klip z telefonu

Dziesięć sekund nagranych telefonem w prawdziwym miejscu mówi nam więcej niż moodboard. Zwykle w ciągu dnia powiemy, czy miejsce udźwignie pomysł, zanim ktokolwiek zarezerwuje ekipę.

Zachowaj drugi pomysł

Wycięty pomysł nie przepada. Gdy pierwszy spot jest już w sieci i wiesz, jak zadziałał, drugi startuje ze sprawdzonym plate'em i ze studiem, które zna twój produkt.

ILE TO KOSZTUJE

Stawki rynkowe i nasze warunki, żeby sprawdzić każdą wycenę

Przedziały widoczne na rynku w 2026 roku, od freelancera po studio. Użyj ich, żeby sprawdzić każdą wycenę, także naszą.

PRACA NA ZLECENIE	FREELANCER	STUDIO
Wizualizacja zewnętrzna, jedna	\$100 - 300	\$250 - 600
Wizualizacja wnętrza, jedna	\$120 - 350	\$300 - 700
Pakiet 5 - 8 ujęć	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animacja, za minutę	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Nasze standardowe terminy i zasady poprawek. Tak wyceniamy, chyba że projekt wymaga czegoś innego, a wtedy mówimy o tym przed rozpoczęciem pracy.

ETAP LUB MATERIAŁ	STANDARD MAVERICK FRAME
Pierwszy szkic wizualizacji	Od 3 do 5 dni roboczych od kompletnego briefu
Gotowe wizualizacje, pakiet 5 - 8	Od 2 do 3 tygodni, szkice w cenie
Animacja do jednej minuty	Od 4 do 6 tygodni, najpierw storyboard i podgląd
Rundy poprawek w cenie	Dwie na etapie szkicu, jedna na finalnym obrazie
Co liczy się jako runda	Jedna zebrana lista uwag, wysłana za jednym razem
Tryb ekspresowy	Półowa czasu za około 40% więcej, jeśli harmonogram na to pozwala

Wybierz studio, zanim termin zacznie się palić

Najdroższe projekty, jakie widzimy, to nie te ze słabym briefem. To te zlecane w panice, gdy pierwszy wykonawca już zawiódł, a data premiery się nie przesunęła. Sprawdź jedno lub dwa studia, póki nic nie jest pilne.

Słowo o zespole wewnętrznym: jeden grafik 3D potrzebuje około dziesięciu subskrypcji oprogramowania, stacji roboczej i szeregu pokrewnych umiejętności, od modelowania i oświetlenia po postprodukcję i kontakt z klientem. Oplaca się to tylko wtedy, gdy ta osoba ma pracę każdego dnia. Poniżej tego progu rachunek sam przemawia za outsourcingiem.

DALEJ

Prześlij nam plate i pomysł

Materiał z lokalizacji, nagranie ulicy telefonem, plik produktu albo pomysł w jednym zdaniu, w dowolnym stanie. Odpowiemy zakresem, ceną i pytaniami, od których one zależą, na piśmie, bez rozmowy sprzedażowej.

Formularz kontaktowy	maverickframe.com/contacts/
Reklamy FOOH	maverickframe.com/pl/uslugi/reklamy-fooh-cgi/
Albo po prostu	odpowiedz na e-mail, w którym przyszedł ten przewodnik.

Napisane przez ludzi, którzy czytają te briefy

Dim Kuzmenko jest współzałożycielem Maverick Frame Studio. Liczby w tym przewodniku pochodzą z naszej własnej skrzynki i naszego własnego cennika, nie z badania branżowego.