



PRAKTISK GUIDE / UTGÅVA 2026

Samma lansering fotad och byggd i CGI. **\$18 880 i skillnad.**

Samma lanseringskampanj prissatt två gånger: fotad med team, prover och en omtagning för \$28 600, eller byggd en gång i CGI från CAD för \$9 720. Rad för rad, med veckorna.

BÖRJA HÄR

En färg ändras. Fotograferingen börjar om.

En byrå säljer en produktlansering som en kampanj: hjältebilder, varje färgvariant, miljöbilder, nedklipp för sociala medier och en kort film. Idén är godkänd, kampanjstarten spikad och arvode överenskommet. Det som inte är spikat är produkten. Proverna kommer sent, en färg ändras efter godkännandet och en ny marknad vill ha ytterligare en finish.

Vid en fotografering blir varje sådan ändring en ny bokning: ännu ett prov, ännu en studiodag, ännu en retuschrunda. Med fast arvode betalar byrån dem ur sin egen marginal. I CGI byggs produkten en gång från CAD eller stansmallar, och en ändring är ett materialbyte och en ny rendering. Båda vägarna kan se rätt ut. Frågan är vilken som överlever kunden.

FOTOGRAFERAT

BYGGT I CGI

- | | | |
|----|--|--|
| 01 | Väntar på sista provet innan någon bokar en studio | Utgår från CAD eller stansmallar, innan proverna finns |
| 02 | Varje färgvariant fotas och retuscheras som en egen bild | Varje färgvariant är ett materialbyte i samma scen |
| 03 | En färgändring efter godkännandet är en omtagning | En färgändring är en ny rendering av de berörda bilderna |
| 04 | Sociala format beskärs ur bilder komponerade för hjältebilden | Varje format komponeras och renderas från samma scen |
| 05 | Filmen är en separat inspelningsdag med egen rigg | Filmen använder modellen och scenerna från stillbilderna |

Det är omtagningen som åter marginalen.

Byråer förlorar sällan pengar på fotograferingen de offererade. De förlorar på den de inte offererade: det andra provet, den halva dagen och den extra retuschen som ett fast arvode måste bära för att kundens färg ändrades.



Produktionsrendering från Maverick Frame.

FAKTURAN

En lansering, prissatt på båda sätten

Ett sammansatt exempel på lanseringar byråer tar till oss: en konsumentprodukt i fem färgvarianter, sex hjältevinklar, fyra miljöbilder, tio sociala nedklipp och en film på 30 sekunder. Fotoraderna har mellanmarknadens produktionspriser; CGI-raderna vår egen prislista, \$45 i timmen. Båda inkluderar en sen färgändring.

	POST	UNDERLAG	KOSTNAD
01	Foto: förproduktionsprover, ett per färgvariant	5 x \$300	\$1 500
02	Foto: studiodagar, fotograf, assistent, digitaltekniker	2 x \$2 600	\$5 200
03	Foto: scenbygge och rekvisita	hjältescen	\$1 400
04	Foto: platsdag för fyra miljöbilder, stylist	1 dag	\$4 800
05	Foto: resor, transport och catering	team	\$1 300
06	Foto: retusch, 10 hjälte- och miljöbilder, 24 färgvarianter	10 x \$150 + 24 x \$60	\$2 940
07	Foto: filmdag, motion control-rigg och team	1 dag	\$6 500
08	Foto: klippning och färgsättning, 30 sekunder	30 s	\$1 800
09	Foto: tio sociala nedklipp, omkomponerade och omklippta	10 x \$120	\$1 200
10	Foto: färgändring, nytt prov, halv dag, retusch	\$300 + \$1 300 + 6 x \$60	\$1 960
11	CGI: produktmodell och material från CAD	20 h	\$900
12	CGI: sex hjältebilder	6 x 6 h	\$1 620
13	CGI: 24 färgvarianter, materialbyte och ny rendering	24 x 1 h	\$1 080
14	CGI: fyra miljöbilder byggda i 3D	4 x 12 h	\$2 160
15	CGI: hjältefilm på 30 sekunder från samma modell	60 h	\$2 700
16	CGI: tio sociala nedklipp från samma scener	10 x 2 h	\$900
17	CGI: färgändring, nytt material, sex bilder omrenderade	8 h	\$360
Byggt en gång i CGI, rad 11 till 17			\$9 720
Fotograferat, med en omtagning, rad 1 till 10			\$28 600

\$18 880 mellan samma leveranser.

Kunden ser samma stillbilder, nedklipp och film i båda fallen. Med fast arvode är det byrån som bestämmer över skillnaden: marginal, ett skarpere pitchpris eller en andra kampanj inom samma budget. Bara färgändringen kostar \$1 960 vid fotografering och \$360 i CGI.

MARGINAL OCH VECKOR

Där vägarna skiljs åt, ögonblick för ögonblick

Sju ögonblick i en lansering där foto och CGI slutar kosta lika mycket. Högra kolumnen visar vad vart och ett gör med en byrå som redan har kommit överens om arvode och kampanjstart.

ÖGONBLICKET

VAD VARJE VÅG GÖR MED BYRÅN

01	Proverna är sena	Fotograferingen väntar, kampanjstarten gör det inte. I CGI kommer utkast av hjältebilderna 3 till 5 arbetsdagar efter CAD-filerna.
02	En färg ändras efter godkännandet	Nytt prov, en halv dag och retusch: \$1 960 i exemplet. I CGI ett nytt material och sex nya renderingar: \$360.
03	En ny marknad vill ha en finish till	Ännu ett prov och ännu en bokning. I CGI tar en färgvariant till i sex vinklar ungefär sex timmar.
04	Medieplanen lägger till ett vertikalt format	En beskärning av en bild komponerad för liggande format, eller en ny uppställning. I CGI flyttas kameran och bilden renderas om.
05	Kommentarerna kommer i fem mejl	Samla dem i en lista innan de når oss. En runda är en samlad lista: två i utkastskedet och en på det färdiga.
06	Filmen går in i produktion	En separat inspelningsdag med egen rigg. I CGI använder filmen modellen och scenerna från stillbilderna; upp till en minut tar 4 till 6 veckor, storyboard först.
07	Nästa säsong	Fotograferingen börjar från noll. CGI-modellen finns kvar, så nästa serie prissätts för nya scener, inte för produkten igen.

När kameran fortfarande vinner

CGI är inte svaret på varje brief, och en offert som påstår något annat säljer. Behåll fotograferingen, eller en del av den, när:

- ☐ Ett riktigt ansikte är hjälten: talang, en ambassadör eller en modell vars uttryck bär kampanjen.
- ☐ Produkten är mat eller dryck som ska se nylagad, nyhållad eller nyserverad ut.
- ☐ Kampanjen är ett liveevent, en verklig publik eller en plats vars äkthet är poängen.
- ☐ Serien är liten: tre eller fyra bilder av en färdig produkt i slutliga färger ryms ofta på en studiodag.

3-5 dagar

FÖRSTA CGI-UTKASTET, FRÅN CAD

2-3 veckor

HELA SERIEN STILLBILDER

4-6 veckor

EN FILM PÅ UPP TILL EN MINUT



Produktionsrendering från Maverick Frame.

DEN ENDA SIDAN

Vad byråer faktiskt skickar oss

Byråerna och varumärkena vars logotyper finns på våra sidor skickar inga specifikationer. De skickar något i stil med det här, oftast direkt i ett mejl med CAD-filerna bifogade, och det räcker för att offerera en lansering och sätta igång.

01	Produkten	CAD, STEP-filer eller stansmallar. Ett prov eller mobilfoton av ett, om det finns.
02	Färgvarianterna	Namn och referenser: Pantone, RAL eller ett foto av färgprovet. Säg vilka som kan ändras.
03	Hjältevinclarna	Hur många, och en skiss eller referensbild för den som leder.
04	Miljöbilderna	Var produkten hör hemma: en köksbänk, en träningsbänk, ett skrivbord. En rad per bild.
05	Filmen	Längd, det enda den måste visa, och om ljudet är ert eller vårt.
06	Placeringarna	Medieplanen eller en lista: OOH, betalda sociala medier, marknadsplatser, butik. Den styr format och upplösning.
07	Varumärkesmanualen	Kundens, som den är. Vi arbetar efter den under er byrås namn.
08	Vem som samlar kommentarerna	En person hos er, så att varje runda når oss som en lista.
09	Kampanjstarten	Det verkliga datumet, inte det bekväma.
10	Budgeten	En siffra eller ett spann. Det är snabbaste vägen till rätt omfattning, och den stannar mellan oss och er byrå.

Din kund, ditt namn

Vi arbetar white label, skriver på ert NDA och fakturerar bara er byrå. Kunden ser en produktionspartner, som är ni, och varje runda av deras feedback når oss som en samlad lista.

Fota ansiktena, rendera resten

När ett riktigt ansikte är hjälten behåller ni fotograferingen för människorna och platsen. Vi renderar in produkten i de bilderna och gör varje färgvariant och nedklipp från samma modell.

VAD DET KOSTAR

Marknadspriser och våra villkor, så att du kan granska varje offert

Spann vi ser på marknaden 2026, från frilansare till studio. Använd dem för att rimlighetspröva varje offert, även vår.

LEVERANS	FRILANSARE	STUDIO
Enstaka exteriörbild	\$100 - 300	\$250 - 600
Enstaka interiörbild	\$120 - 350	\$300 - 700
Paket med 5 - 8 vyer	\$600 - 1 500	\$1 500 - 4 000
Animation, per minut	\$1 000 - 3 000	\$3 000 - 8 000

Våra standardtider och revisionsvillkor. Det är dem vi offererar om inte ett projekt kräver något annat, och i så fall säger vi det innan arbetet börjar.

SKEDE ELLER LEVERANS	STANDARD HOS MAVERICK FRAME
Första utkast av en stillbild	3 till 5 arbetsdagar från ett komplett underlag
Färdiga stillbilder, paket med 5 - 8	2 till 3 veckor, utkast inräknade
Animation upp till en minut	4 till 6 veckor, storyboard och förhandsversion först
Revisionsrundor som ingår	Två i utkastskedet, en på den färdiga bilden
Vad som räknas som en runda	En samlad lista med kommentarer, skickad på en gång
Expressleverans	Halva tiden för ungefär 40 % mer, när schemat tillåter

Ha en studio klar innan deadline brinner

De dyraste projekten vi ser är inte de med svaga underlag. Det är de som beställdes i panik, efter att den första leverantören hade fallerat och lanseringsdatumet låg fast. Utvärdera en eller två studior medan inget är bråttom.

En not om att göra det internt: en enda 3D-artist behöver ett tiotal programlicenser, en arbetsstation och en rad närliggande färdigheter, från modellering och ljussättning till efterbearbetning och kundkontakt. Det lönar sig bara om personen har fullt upp varje dag. Under den nivån talar kalkylen av sig själv för att lägga ut arbetet.

NÄSTA STEG

Skicka oss CAD-filerna och placeringslistan

CAD, stansmallar, ett prov eller foton av ett, varumärkesmanualen och placeringslistan, i vilket skick de än är. Vi svarar din byrå med omfattning, pris och de frågor som avgör dem, skriftligt och utan säljsamtal.

Kontaktformuläret	maverickframe.com/contacts/
CGI för byråer	maverickframe.com/sv/losningar/for-marknadsbyraer/
Eller helt enkelt	svara på mejlet som den här guiden kom i.

Skriven av dem som läser de här underlagen

Dim Kuzmenko är grundare av Maverick Frame Studio. Siffrorna i den här guiden kommer från vår egen inkorg och vår egen prislista, inte från en branschundersökning.