26.02.2020 r., Warszawa

Informacja prasowa

**Za ile ten storytelling? – czyli od czego zależy cena animacji biznesowej 2D**

**Animacja to bardzo wszechstronne narzędzie, które może pomóc nam osiągnąć różne cele biznesowe. Możemy z jej pomocą zaprezentować produkt czy firmę, opowiedzieć o jego zaletach, zrobić instrukcję czy w lekki i czytelny sposób przedstawiać trudne tematy. Zastosowań jest wiele. Jedyne co nas ogranicza to wyobraźnia i budżet. Bo ile tak naprawdę kosztuje animacja? Ekspert z AdWise Group wskazuje główne elementy decydującego o jej cenie.**

**Scenariusz** – to jeden z pierwszych punktów prac nad animacją. Jeśli Klient ma swój pomysł na scenariusz wtedy po stronie agencji leży tylko jego uporządkowanie i „przełożenie” na formę graficzną. Najczęściej jednak Klienci przychodzą z problemem czy produktem, który chcieliby przedstawić w formie animacji i potrzebują pomocy w „opakowaniu” tego pomysłu. Wtedy musimy wspólnie zastanowić się nad stylem animacji, tone of voice, nad tym, czy będzie to prezentacja lub też może spróbujemy opowiedzieć o naszym produkcie za pomocą storytellingu. Koszt tego etapu zależy najczęściej od tego, ile czasu trzeba poświęcić na prace z Klientem nad scenariuszem i może stanowić do 10% wartości całej animacji.

**Grafika** –po decyzji Klienta odnośnie tego, czy preferuje formę rysowaną ręcznie, czy komputerowo i w jakim stylu ma być zrobiona jego animacja, przygotowuje się próbkę graficzną, gdzie zawarte są kolory, styl postaci i inne elementy wizualne. W przypadku prostszych produkcji po akceptacji próbki opracowuje się storyboard, który jest bazą do finalnej animacji. Na cenę wpływa ilość klatek oraz technika wykonania. Z oczywistych względów te rysowane ręcznie są droższe od tych sporządzanych komputerowo (choć zdarzają się wyjątki). W przypadku większych projektów najpierw przygotowuje się storyboard, który jest schematem całej animacji, a dopiero potem rysuje się pojedyncze kadry. W takim przypadku storyboard jest zwykle wliczony do etapu przygotowawczego wraz ze scenariuszem.

**Animacja** – można by wymienić co najmniej 10 rodzajów animacji (od rysunkowej przez wycinankową aż po 3D), ale większości z nich nie stosuje się w przygotowaniu firmowych video. Przeważnie biznesowe animacje wykonywane są w rysunkowej technice 2D. Polega ona na narysowaniu (ręcznym lub komputerowym) kolejnych klatek.

**Czas trwania** – animacja to żmudne „składanie” kolejnych ruchomych obrazów, jej długość ma istotne znaczenie, bo wpływa na ilość pracy, którą trzeba włożyć w nadanie ruchu poszczególnym obiektom montażu. Najkrótsze spoty animowane, jakie się obecnie przygotowuje, mają zwykle 6 sekund i są to reklamy na social media.

**Lektor** –teoretycznie da się bez niego obyć – do niektórych celów, np. do bardzo krótkich animacji na social media nie jest on niezbędny, jednak w przypadku dłuższych form, zwłaszcza takich, które muszą przedstawić jakąś historię, proces lub zalety produktu zdecydowanie zaleca się używanie narracji w warstwie audio. Koszt lektora zależy od ilości tekstu, długości nagrania, pola eksploatacji finalnego utworu, a także języka. Oczywiście nie bez znaczenia jest to, czy nasz lektor ma rozpoznawalny głos, czy też nie. Mało znany lektor w krótkiej animacji do internetu to koszt ok. 1 tys. zł. Znane głosy kosztują co najmniej 10 razy więcej.

**Muzyka** – ta pozycja potrafi czasem znacznie zmienić koszt całej animacji. Najczęściej stosowaną praktyką jest wybór melodii z ogólnie dostępnych stocków (banków muzyki). Utwór muzyczny kupuje się z prawami do emisji w określonych mediach. Najtańsze są licencje do internetu, najdroższe do filmów telewizyjnych i kinowych. Najniższa cena na jednym z najpopularniejszych stocków to 13$, a najwyższa – 3564$. Najczęściej jednak za 40-60$ możemy wybierać wśród wielu ciekawych utworach z licencją do internetu. Na potrzeby droższych produkcji (TV) kupuje się prawa do bardziej znanych utworów. Poza samą muzyką bardzo często stosuje się dodatkowe efekty dźwiękowe (np. wybuchy, kroki itp.) – koszt każdego takiego dźwięku to na stocku ok. 2-5$.

*Możliwości przygotowania animacji jest bardzo wiele. Namawiam do tego, żeby rozmowy o animacji zaczynać od celów i budżetu. Wtedy można tak dobrać poszczególne elementy, żeby dopasować je do potrzeb i możliwości Klienta Minimalny budżet, z którym można myśleć o krótkich, ekonomicznych animacjach to 2 tys. zł, maksymalny – sky is the limit* – podsumowuje Joanna Gajewska, managing director Animise (Adwise Group).

**Kontakt dla mediów:**

Aneta Gałka

Senior PR Consultant

Triple PR

ul. Jaktorowska 5/68, 01-202 Warszawa

tel. 570 533 678

aneta.galka@triplepr.pl