

IMPRIMATUR

Версия LIGHT

Как избежать досадных недоразумений при обращении в типографию.
(для тех, кто только изредка обращается к услугам типографии и не является профессиональным закупщиком услуг).

Рекомендации от участников www.print-forum.ru - крупнейшего русскоязычного интернет сообщества профессионалов полиграфического бизнеса.

Imprimatur – дословно «пусть печатается, в печать». В древнем Риме это была формула разрешения (цензуры, вышестоящей инстанции, авторитетного специалиста) на публикацию издания.

В современном мире imprimatur является «тайным знаком» того, что Вы подготовили макет по всем правилам, и Вам можно предлагать лучшие условия.

Анекдот:

Заказчик пришел на объект принимать работу. Подрядчик его встречает, ведет, подводит к выполненному заказу – вертикальной шахте диаметром 3 метра и глубиной 30 метров.

Заказчик осторожно в нее заглядывает, а на дне горит прожектор.

Заказчик: «Чё за хе#ня?!»

Подрядчик: «Вот Ваши чертеж! По нему и сделали...»

Заказчик переворачивает чертеж на 180 градусов: «Это маяк, \$\$\$#! МАЯК!»

Здравствуйте уважаемый Заказчик.

Когда-то давно люди считали, что земля плоская и стоит на трех китах. Сейчас трудно сказать, сколько проблем это доставило человечеству. Однако, это яркий пример того, как всего лишь неверное представление о чем-то закрывает нам двери к эффективному действованию.

Ниже приведены некоторые распространенные заблуждения, которые типографии участники полиграфического сообщества print-forum.ru обнаружили у своих клиентов.

Этот список выглядит просто и может показаться не важным. Но если Вы проведете собственное расследование, Вы увидите что многие серьезные неприятности, потеря денег и времени, начинались с одного из подобных заблуждений.

Это материал изначально был больше, однако я намеренно сократил его до простых высказываний отражающих ситуацию. Я отказался публиковать смешные и едкие комментарии оставленные коллегами в отношении всех этих глупых ситуаций. Честно скажу, с трудом отказался. Отказался в ущерб возможной популярности в угоду эффективности. Нам, компетентным полиграфистам, это кажется веселым. Но только до момента расплаты.

Там, за завесой социальных механизмов, за ширмой визиток и секретарей, мы, по-прежнему, остаемся людьми. Мы хотим лучше понимать других и быть понятыми сами.

Такова жизнь, она проста. Зачастую знание о существовании проблемы, способность рассмотреть ее с разных сторон, равносильно решению проблемы.

Уберите эти мыслезаключения из своих расчетов и отношения с Вашей типографией улучшатся.

С уважением, Редактор.

Дизайн и оригинал макет.

Заблуждения:

- что самое простое и понятное слово для дизайнера "поиграйте".
- что дизайн и верстка - это синонимы...
- что принесенная визитная карточка или буклет является готовым макетом.
- что любая фотография из Интернета походит для печати
- что из некачественных источников (ч\б фоток из журнала, фото сделанных мобильником и т.п.) можно сделать макет с высоким качеством
- что в типографии ЧИТАЮТ ИХ МАКЕТ ПЕРЕД ПЕЧАТЬЮ!
- что цвет можно утвердить по факсу (по телефону)
- что правки можно вносить и во время печати
- что типография хранит все пленки и файлы со дня основания...

Программы, шрифты, форматы файлов

Заблуждения:

- что в типографии установлена самая последняя, в т.ч. «бета», версия любой программы верстки...
- что в типографии есть те же шрифты, что и в компьютере заказчика...
- Power Point - а что это разве не макет в электронном виде?
- что с тебя не возьмут доплаты за макет в Word, 1С, автокаде...
- что текст, набранный в Word, является готовым макетом (крайний случай: что любой файл, сделанный кем-то на компьютере, является готовым макетом).
- что файлы, присланные, например, английским партнером заказчика, 100%-соответствуют тиражу, привезенному из Англии ("уверю вас, что именно с этих файлов они и печатали!")...

Разное

Заблуждения:

- что цветокоррекция... даже не описать словами...
- "Разве вы не знаете, что типография должна отдавать заказчикам готовый макет исключительно в CorelDraw!?" (имелся в виду макет, подготовленный верстальщиком типографии в QuarkXPress).
- что плакат 50x70 нужно печатать только на машине 1-го формата, "потому что А2 - это только 42x59,4см". Вообще что типографии оперируют исключительно форматами кратными 210x297.

Качество.

Заблуждения:

- что все Pantone (веера) одинаковы.
- распечатка на принтере или цвет на мониторе - это и есть цветопроба и тираж будет именно такого цвета как монитор или принтерная распечатка
- что на мелованной и на офсетной бумаге цвет тиража одинаковый

Срок, тираж и цена

Заблуждения:

- что каталог можно сделать за три дня
- что 1000 буклетов это БОЛЬШОЙ тираж
- что можно напечатать, что угодно за сутки, если доплатить 50% за срочность.
- что любая бумага всегда есть в наличии в типографии
- что срочность выполнения заказа зависит только от количества денег...
- что материал по образцу ч.-л. в каталоге всегда есть в наличии на складе...
- что одна этикетка всегда дешевле тысячи...
- что точность попадания в Pantone при печати зависит только от количества принесённых нарезанных цветных картонок...
- что типографии непременно занимаются КОПИРОВАНИЕМ ("почему у вас нет копира, вы же типография!?")...
- что заказ можно оформить (сдать, принять, оплатить, отгрузить и т.п.) в пятницу в 9 вечера...
- что тираж в этом году должен стоить дешевле, чем прошлогодний...

Human Factor

Заблуждения:

- что улыбки сотрудников офиса НИЧЕГО не стоят...
- что фраза "тогда посчитайте мне этот тираж на цифре" вызовет добрые чувства менеджера офсетной типографии...

Продолжение следует...

PS. Цель этого проекта «Помочь типографиям и заказчикам лучше понимать друг друга». Если Вам есть что сказать, улучшить, дополнить, поругать или высказать благодарность, пишите на in@qwol.ru с пометкой imprimatur. Я учту это при подготовке следующего выпуска.