

Chyby při komunikaci s tiskárnami

Když si zadavatelé stěžují na kvalitu tiskových služeb, není často vina na jejich straně?

Představa zadavatele či reklamní agentury o výsledné podobě tisku může být dost často odlišná od výsledku. Pak dochází k hádkám mezi tiskárnou a zadavatelem. Nežádka je objevena chyba na straně zadavatele.

„Většina problémů vzniká nepřesnou nekonkrétní objednávkou s nekvalitně dodanými daty,“ říká **Jan Gloser** z tiskárny **HRG** a dodává: „V tiskárně pracují odborníci v daném oboru a určitě vždy rádi poradí, i dnes platí pořekadlo dvakrát měř, jednou řež.“

Právě HRG se rozhodlo začít zadavatele tisku vzdělávat. „My jsme vsadili na vzdělávání zadavatelů tiskovin vydáváním edice Polygrafický tahák, též připravujeme učebnici polygrafie Polygraphic Workbook, jež by měla vyjít na podzim 2010,“ říká Gloser.



Jak odstranit chyby při zadávání zakázek do tiskárny?

Rok 2010: Dražší papír

„Pokud mohu mluvit za naši firmu, tak musím říci, že jsme tak jako vše na jaře v plném rozkvětu. Přistavujeme novou výrobní halu a připravujeme se na instalaci nového tiskového stroje. Jediný problém se v této době rýsuje v dodávkách a cenách papíru, což je pro všechny tiskárny určitě těživá okolnost,“ říká Jan Gloser.

A čím tiskárna může bojovat s konkurencí? „Myslím že by měly bojovat tím, že ukáží svoji lidskou tvář a otevřou své náruče. Dnes zadavatelé nehledají už jen nejnižší cenu a kvalitu, ale i vstřícný přístup, spolehlivost, profesionalitu a hlavně osobní přístup. Za sebe musím říci, že se mi vždy lépe spolupracuje s Člověkem než s Funkcí.“ ✕
text Václav Loubek

Jak by měla vypadat ideální objednávka?

Objedávka č.: evidenční číslo vaší objednávky.

Minulá fa. č.: pokud se jedná o opakovanou zakázku, uveďte číslo faktury, pomůže to k přesnému dohledání specifikace, vzorků barevnosti a případně i dat.

Zákazník: zde uvádějte fakturační údaje, tzn. IČO i DIČ, přesnou adresu a kontaktní osobu včetně telefonního čísla. Pokud je adresa dodání faktury/zasílatelská adresa jiná než fakturační, uvádějte i tyto údaje.

Název zakázky: pozor, název jako „prospekt, brožura nebo leták“ opravdu nestačí. V informačním systému se zakázka eviduje i pod svým názvem.

Náklad: kromě přesného nákladu zde uvádějte i případné jazykové mutace a jejich počty.

Formát: zde potřebujeme vědět čistý formát a případně formát po knihařském zpracování / falcování + výsek atd.

Rozsah: znamená počet potištěných stran – u brožury nebo časopisu počet stran včetně obálky a u skládaček, letáků nebo jiných produktů jejich výsledný počet po knihařském zpracování.

Materiál: nutné je přesně uvedení jak druhu materiálu (KL, KM, BO nebo název speciálního papíru), tak gramáže všech částí zakázky – obálky, vnitřního bloku nebo přílohy.