**Jak drukować, aby było dobrze.**

**W branży hotelarskiej nadruki pojawiają się na wszystkich materiałach należących do portfolio systemu identyfikacji wizualnej. Zapanowanie nad produkcją, utrzymanie standardów druku i logistyka materiałów poligraficznych, potrafi spędzić sen z powiek hotelarzowi.**

Chyba każdy spotkał się z tym rodzajem zaskoczenia, gdy po wydrukowaniu materiałów reklamowych, okazuje się, jak duże mogą być różnice jakościowe i kolorystyczne; począwszy od papieru firmowego, poprzez teczki, regulaminy hotelowe, a skończywszy chociażby na długopisach.

Z czego to wynika? Jak pokazuje doświadczenie, przyczyn może być co najmniej kilka. Pierwszą z nich często jest brak precyzyjnego określenia kolorystyki materiałów należących do *Corporate identity* hotelu. W jaki sposób drukować, aby materiały były tożsame z punktu widzenia wizualnego?

System identyfikacji wizualnej

Podstawą jest stworzenie systemu identyfikacji wizualnej hotelu, gdzie w precyzyjny sposób opisane są poszczególne elementy wizualne, wykorzystywane w komunikacji z klientami, dostawcami czy innymi grupami interesariuszy. Krok po kroku wskazujemy materiały, które poddajemy brandowaniu, skrupulatnie określamy umiejscowienie logotypu i kroje dopuszczalnych fontów, w końcu opisujemy składowe kolorystyczne wszystkich elementów druku. Na co bezsprzecznie należy zwrócić uwagę? Na pewno na tym, aby wytyczne kolorystyczne były rozpisane we wszystkich zakładanych wariantach. Począwszy od systemu identyfikacji kolorów Pantone, poprzez barwy procesowe definiowane w skali CMYK, czy na składowych modelu RGB. To pierwszy krok w rekomendacjach kolorystycznych.

Zapanować nad drukarniami

Kolejną przyczyną braku tożsamości kolorystycznej okazuje się zlecanie druków różnym podwykonawcom, co - w gruncie rzeczy - jest nieuniknione. Każda z drukarń specjalizuje się w różnych realizacjach. W zależności od parku maszynowego, jedna z nich fantastycznie wydrukuje wizytówki, inna - nadruki na długopisach, a jeszcze inna teczki firmowe. W jaki sposób czynnik, jakim jest brak współpracy pomiędzy podwykonawcami można zlikwidować?

Gdy portfolio materiałów poligraficznych jest obszerne, a zarazem obejmuje wydruki na różnych powierzchniach, często wykorzystując różne technologie, można śmiało rozważyć nawiązanie współpracy z firmą zewnętrzną, świadczącą usługi zarządzania drukiem.

Jak podkreśla Monika Turczak z MMDS Print Management, *w usłudze zarządzania drukiem, obok zachowania standardów określonych w systemie identyfikacji wizualnej, ważne jest magazynowanie oraz szybka dostawa materiałów reklamowych. MMDS ma możliwość przechowywania dla hoteli całego portfolio materiałów drukowanych, począwszy od teczek, bloczków, opakowań na lunch, zawieszek, różnorakich naklejek, kart fitness, czy nawet parasoli. Takie rozwiązanie gwarantuje ciągłą dostępność materiałów. Zamawianie przez hotel jednorazowo dokładnie takiej ilości towarów, jaka jest potrzebna, a tym samym brak konieczności generowania odrębnego pomieszczenia na terenie hotelu. Nasze hasło przewodnie to: „Dzisiaj zamówienie - jutro dostawa”*.

Pozostaje jeszcze do omówienia czynnik ekonomiczny, czyli stosunek ceny do wielkości nakładu. Oczywiste jest, że gdy zamawiamy więcej – płacimy jednostkowo mniej, tak więc po prostu opłaca się zamówić większy nakład. A, jak wspomniała Monika Tuczak z MMDS, przy usłudze print management, konieczność magazynowania odchodzi w niepamięć. Tym samym odpowiedzialność za wycyzelowanie nakładów, koordynację procesów produkcyjnych u poszczególnych producentów, i harmonogramu dostaw, trafia w ręce ekspertów.

Audyt, analiza, wskazanie korzyści

Aby obraz sytuacji w obszarze materiałów poligraficznych hotelu był kompletny, nieodzowna staje się analiza funkcjonalności istniejących rozwiązań i dobranie rozsądnych alternatyw. Niekiedy okazuje się, że kosztowny kolor z palety Pantone można zastąpić drukiem w skali CMYK, często też rodzaj uszlachetnienia można zoptymalizować. Po wdrożeniu procedur wskazanych w audycie, skrócony zostaje przede wszystkim czas konieczny na czynności związane z koordynacją procesu produkcji, akceptacją gotowych materiałów oraz z ich dostawą we wskazane miejsce. Ponadto zaoszczędzone środki finansowe –jest to zazwyczaj około 20-30% budżetu w skali globalnej, można przeznaczyć na dodatkowe rozwiązania, umożliwiające głębszą penetrację rynku i skuteczniejsze dotarcie do grup docelowych.

Print management dlaczego warto?

Doskonałe rozeznanie w rynku dostawców usług poligraficznych jest niekwestionowaną podstawą, gwarantem jakości druku. Wykorzystanie potencjału ekspertów poligrafii zawsze procentuje. Gdy dodamy do tego rozwinięty dział konfekcjonowania i logistyki, zapewniający terminowe dostawy nakładów we wskazane miejsca, mamy pełen obraz korzyści.