

# O titulní straně

Zarazilo vás vaše jméno na titulní straně? Do Čech konečně dorazila novinka – customizace tiskovin – jedna z kategorií tisku, kdy každý výtisk je trochu jiný, přizpůsobený konkrétnímu čtenáři. Customizace je vyšším stupněm personalizace. Personalizaci zná už každý. Jde o tiskoviny s obměňovanými texty – oslovením, jménem, adresou. Customizovaná tiskovina je navíc přizpůsobená adresátovi v celé ploše stránky. Obměňují se obrázky, barvy, texty apod. Ukázku můžete vidět na titulu tohoto Fontu a na zadní straně obálky. Personalizaci a customizaci lze zařadit do skupiny tisku variabilních dat resp. do variabilního tisku.

Customizace je jedním z produktů digitálních tiskových technologií.

**Čím začít? Definovat záměr, prohlédnout si databázi a navrhnout grafickou šablonu.**

My v redakci jsme si dali za úkol představit novou technologii. V případě tvorby propagačních materiálů to budete mít složitější. Začít se musí prohlídkou databáze, respektive údajů, které obsahuje. V praxi existují v zásadě dvě možnosti. Buď pro customizaci vytvoříte databázi zcela novou, nebo upravíte databázi, kterou již máte.

První možnost je časově náročná, nicméně umožňuje sbírat data, která v běžných databázích nebyvají (např. zájmy či obor činnosti firmy). Na základě záměru a takto sebraných dat se pak dají navrhnout grafická šablona tiskoviny a měnit se texty a obrázky, které mají čtenáře lépe oslovit. My jsme pro naši ukázkou customizované obálky použili databázi předplatitelů Fontu, kterou jsme pro tento účel vhodně upravili. Museli jsme o každém předplatiteli rozhodnout, zda se jedná o ženu, muže či firmu a tento „příznak“ do databáze doplnit.

**Tvorba databáze motivů**

Ze záměru by měly vyplynout motivy, které mají čtenáře zaujmout. Jako vhodný motiv pro variabilní tisk se nám zalíbila komiksová kresba. O její vytvoření jsme požádali výtečného kreslíře Václava Vančuru ([www.xycht.cz](http://www.xycht.cz)), se kterým jsme uveřejnili rozhovor ve Fontu 62 (2/2002).

Jeho nelehkým úkolem bylo připravit obrazové motivy. Zadání mu bylo ještě zkomplikováno tématem tohoto čísla –

obchodní řetězce. Chtěli jsme tedy virtuální obchodní dům, který by byl přizpůsoben každému předplatiteli.

Na základě zadání a četných konzultací vznikly uveřejněné varianty kresby. Kdybyste někdo nepoznal o co jde, zde je vysvětlení: Jedná se o závody „à la Formule 1“ spodobněně do nákupních košíků. Obchodní dům je situován do krajiny lemované regály. V této krajině se odehrává i náš virtuální závod, ve kterém jste v čele pelotonu vy – náš předplatitel. Dokonce jste předjeli i Nový rok (tímto vám do něj přejeme vše nej!) a autora obálky. ;-)

Přizpůsobení není jen textové, ale k typu předplatitele byl přiřazen i příslušný obrazový motiv. Ženy mají jako osobu u vozíku v čele pelotonu motiv ženy (tedy spíš slečny), muži statného „chlapička“ a firmy tandem „kravačák – asistentka“.

Důležitým momentem při přípravě je i fakt, že ne všechny výtisky lze vždy customizovat. V našem případě není možné customizovat Fonty určené pro prodej na novinových stáncích, výstavách a výtisky určené pro Slovensko, kde pro nás realizuje rozesílání lokální distributor a v redakci nemáme přístup k jejich databázi.

Tato fakta nás tedy přiměla k tvorbě „univerzálních“ motivů. Prvním z nich je speciální motiv pro Slovensko, kde nákupní košík v čele pelotonu tlačí Jánošík.

Nepřizpůsobený náklad určený pro prodej v ČR byl rozdělen na třetiny. První třetinu tvoří motiv „žena“, kde je v čele pelotonu „Miluška Neznámá“. Druhou třetinu reprezentuje „Milouš Neznámý“. S motivem „firma“ můžete narazit na „Studio Neznámý a syn“.

Aby byly jasně odlišené customizované motivy od univerzálních, zvolili jsme pro customizované obálky červené pozadí a pro univerzální motivy pozadí modré. Ukázky motivů a barevností můžete vidět na této dvoustraně.

**Příprava databáze adresátů (těch, které chcete zaujmout)**

Příprava databáze vyžaduje značnou trpělivost. Databázi je totiž potřeba vyčistit.

V našem případě šlo zejména o opravení typografických a jazykových chyb vyskytujících se v databázi. Při vedení databází se většinou příliš nedbá na estetiku, ale hlídá se především faktická stránka věci. Na titulní straně pro nás však byly typografické chyby nepřijatelné. Museli jsme tedy ručně opravit chyby typu: „Carter ,s.r. o.“ za správný zápis „Carter, s.r.o.“. Tyto drobnosti nepodceňujte, zaberou poměrně hodně času.

Jak již bylo výše uvedeno, bylo potřeba také do databáze ke všem záznamům doplnit příznak, podle kterého se vybírá obrazový motiv (muž, žena, firma).

**Třídění databáze adresátů**

Velmi důležitým „detailem“ je pořadí, ve kterém budou výtisky setříděny. V našem případě je potřeba při distribuci spárovat příslušnou titulní stranu s obálkou (resp. fólií) se správnou zásilací adresou. Proto bylo velmi důležité ve všech fázích zpracování titulní strany (tisk, laminace, knihaření, ...) dodržet přesné pořadí výtisků! Ke třídění se nabízí abecední pořadí, to je však vzhledem ke způsobu distribuce časopisu nevhodné. Klíčem k třídění pro nás bylo PSČ zásilací adresy. V tomto pořadí jsou číslovány i výtisky (pořadové číslo je



Motiv „žena“, doplňovalo se jméno.



Motiv „muž“, doplňovalo se jméno.



Motiv „firma“, doplňovalo se jméno.



Motiv „Slovensko“.

na inzerátu Carter otištěném na zadní straně Fontu). Nejprve byly zařazeni předplatitelé s PSČ 100 00 (tedy Praha 10), na konci jsou předplatitelé s PSČ 796 01 z Prostějova. Po předplatitelích následují v číselné řadě VIP osoby, po nich pokračují slovenští předplatitelé a nepřizpůsobené výtisky.

Z výše uvedeného vyplývá, že při customizaci musíte důkladně promyslet celý proces a workflow. Jinak si můžete způsobit značné problémy nebo zbytečné vícenálady.

Proto doporučujeme, pokud je možné označit zásilku adresou již při tisku, udělejte to (my jsme to udělat nemohli). Vyhněte se tím vzniku možných chyb při distribuci.

#### **Kompilování grafické šablony; údajů z databáze adresátů a motivů; testovací výtisky**

Součástí výroby customizované tiskoviny je také vytištění vybraného testovacího vzorku databáze, které slouží tiskárně k imprimaci. V tomto vzorku by měly být obsaženy všechny motivy, které se budou používat.

#### **Vstupní data pro variabilní tisk**

Vstupními daty pro naši obálku bylo sedm obrázků uložených jako TIFF CMYK (vzhledem k perokresbě s rozlišením 600 dpi) s různými motivy (žena, muž, firma, Slovensko, neznámá žena, neznámý muž a neznámá firma). Samostatný obrázek byl použit pro motiv v inzerátu.

Dalším vstupním souborem byl tabulátor oddělený text obsahující ve sloupcích vedle sebe jméno předplatitele, firmu, motiv (muž, žena nebo firma), slovní přemýšlku na název obce a identifikační číslo.

#### **Použitý software**

Pro předtiskovou přípravu byl použit běžný software pro sazbu a zlom na platformě Mac. Propojení objektů v grafické šabloně s databází adresátů a databází motivů probíhalo při práci s otevřeným dokumentem. Některé změny lze provádět i nad PDF dokumentem.

Dalšími softwarovými řešeními určenými pro výrobu variabilních tiskovin se budeme zabývat ve specializovaném článku v některém z dalších Fontů.

#### **Tisk**

Po schválení testovacích výtisků lze začít tisknout. Je-li vše řádně připraveno, je vlastní tisk doslova hračkou.

#### **Použitý tiskový stroj**

K tisku byl použit digitální tiskový stroj Xerox založený na xerografické technologii. Díky vysokému rozlišení stroje se k tisku používá běžného rastrování, což navozuje pocit, že se jedná o běžný ofsetový tisk. Potisknutelná plocha je maximálně 315 x 480 mm na archu velikosti

320 x 488 mm. Použitelné jsou gramáže papíru od 64 do 300 g/m<sup>2</sup>.

#### **Písmo**

K navození atmosféry komiksové titulní strany autor digitalizoval svůj rukopis a vytvořil z něj počítačové písmo. Za jeho bleskové převedení do postscriptové podoby pro Mac OS a korektní počestění redakce děkuje Radkovi Sidunovi ze studia Designiq.

#### **Dokončování a zušlechťování**

Customizované tiskoviny lze dokončovat a zušlechťovat běžnými postupy. Komplikace nastávají v případě, že se například při knihaření nějaký customizovaný výtisk zničí. Pak nezbyvá než jej znovu vytisknout a znovu zknihářit.

Tiskoviny vytisknuté na digitálních strojích lze zušlechťovat podobně jako tisknuté na ofsetu. Za upozornění stojí to, že pro digitální tisk, kde se k fixaci výtisků používá stabilizační olej, nelze použít běžný způsob laminování. Toto lamino díky oleji nepřilne tak dobře, jako na ofsetem tisknutý arch. Pro malé tiskové náklady existují speciální postupy, které laminaci umožňují. Pro celý náklad Fontu jsou však nepoužitelné, dostává se vám proto do rukou obálka bez jakýchkoliv povrchových úprav.

#### **Zabalení a rozeslání**

V případě, že tiskovina neobsahuje záslací adresu, může se zabalení a rozeslání zkomplikovat. Každá tiskovina se musí spárovat se správnou obálkou se záslací adresou. O tom, jak se nám tato fáze zdařila či nezdařila, nemohu v tomto článku nic říci, protože v době psaní článku ještě neproběhla... Všichni v redakci doufáme, že se nám podaří ohlídat to, abyste všichni dostali „svůj“ Font. Pokud se tak náhodou nestane, předem se omlouváme.

#### **Proč vůbec tiskoviny customizovat?**

Přizpůsobení obsahu stránky zvyšuje pravděpodobnost, že si ji adresát všimne a přečte. Ten, kdo chce více zaujmout, může použít customizaci jako velmi účinný nástroj one-to-one komunikace, resp. přímého marketingu.

#### **Customizace inzerátu na zadní straně obálky**

Pozornější z vás si zřejmě všimli, že customizovaná je také poslední strana obálky. Firma Carter\reproplus, která s pokročilou customizací tiskovin přichází v ČR jako první, na ní propaguje další ze svých služeb – tisk malých nákladů tiskovin od 1 kusu.

Pro inzerát byla opět použita předplatitelská databáze. Údaje byly doplněny o vymyšlený název obce (např. ke jménu „Jan Novák“ byl vytvořen název obce „Nováky“). Na tomto inzerátu je také otištěno pořadové číslo, v jakém byla daná obálka vytištěna. -JT-



*Upřímný zájem reba  
a mnoho dobrého  
v roce 2004  
příje za reba firmu  
Milan Navrátil*

CTP  
formát B2/B1

fotopolymerní nebo  
stříbrná verze

semiautomatické  
nebo manuální  
provedení



High Water CTP workflow

Archová montáž Preps

kontrakční  
nátlak  
Digital Cromalin



Du Pont

KVALITA SE  
VYPLATÍ  
...nejen o vancích

ELEKTRONIKA  
NAVRÁTIL

referenční instalace:  
praha - brno

Elektronika Navrátil je autorizovaným dealerem firm Escher-Grad,  
Du Pont a GlanzJensen pro ČR. A mnoha dalších :-)

Escher-Grad Technologies

www.elektronika-navratil.cz