

Reactor

Faludi Viktória

A Reactort, mint levilágító stúdiót szinte mindenki ismeri. A fejlődés nemcsak a gyorsan változó szoftverek magas szintű ismeretét jelentette a stúdiónál, hanem újabb technológiák, tevékenységek is felbukkantak palettájukon. Marác Csabát, a Reactor folyamatos megújulásának, fejlődésének mozgatórugóját kérdeztük, hogyan élte meg vállalkozásuk ezeket a változásokat.

Mikor kezdődött a folyamat, amikor elindultok a levilágítás mellett más tevékenységgel is?

2003-ban már sejtettük, hogy a CtP-technológia (közvetlen nyomólemezes levilágítás) hamarosan komoly szeletet fog kiharítani a fő bevételforrásunkat jelentő filmlevilágításból. Ezért olyan szakmailag is izgalmas lehetőségek után kutattunk, ahol meglévő ügyfélkörünknek ismereteinket felhasználva tudunk új szolgáltatást nyújtani. Így vágunk bele a digitális nyomdába és a plakátnyomtatásba.

Első berendezésünket, egy Roland CamJet plakátnyomtató- és riccelőgépet 2003 decemberében vásároltuk meg. Azóta két újabb nyomtató is hadrendbe állítottunk, melyek főként a festék tekintetében és ezáltal alkalmazási területükben térnek el egymástól. Ma már szinte minden feladatra tudunk jó minőségben költséghatékony megoldást nyújtani.



A formakészítés fázisához szükséges tudás és tapasztalat nagy előnyt jelent, de a nyomtatás már új feladatok elé állította a csapatot. Nálatok ez hogyan működik? Minden operátor képes kezelni a nyomtatókat vagy a gépeknek külön gazdája van?

A plakátnyomtatás nálunk külön üzletág, más kollégák végzik, mint a film- és CtP-levilágítást, vagy mint az íves digitális nyomtatást. Vannak azonban Jolly Jókerek-embereink is, akiket mindig azon a területen vetünk be, ahol épp tornyosulni látszanak a feladatok. A formakészítés igen jó iskola volt a plakátnyomtatáshoz, de számos új ismeretre is szert kellett tegyünk. Ez a munka jóval „barkácsolósbab” műfaj. A digitális technológia előnyeiből fakadóan ezt a megoldást főként alacsony példányszámok esetén veszik igénybe ügyfeleink. Így gyakran nem lehet az utófeldolgozást, konfekcionálást gépesíteni, hiszen a késztermék példányszáma esetenként még a beálláshoz is kevés lenne. Sokszor van szükség egyedi megoldásokra, az eredmény azonban mindig látványos. Jó érzés, hogy a mozibéjáratnál kezünk alól kikerült display köszön vissza, hogy az étteremlánc a mi molinóinkkal hirdeti aktuális akcióját, hogy a könyvüj-donság a „mi gyerekekkel” kínálja magát.

Az ilyen jellegű munkák hatalmas szervezési feladatot jelentenek. Hogyan követitek nyomon a folyamatokat? Milyen szoftvert használtak a munkafolyamatok tervezésére, nyomon követésére, elő-



utókalkulációra? Esetleg ugyanaz a rendszer látja el a szervezés adminisztrációját, ami a levilágítás során bevált?

Jelenleg sajnos nincs átfogó vállalatiirányítási rendszerünk, most zajlik a folyamatok számítógépre ültetése. A munkák zöme órák alatt, de legfeljebb egy-két nap alatt elkészül. Ráadásul időben megtervezhető feladat alig akad, csak a sürgősségnek vannak különböző fokozatai.

Az ügyfélkör bővül a reklám- és marketingszakma képviselőivel. Mennyiben kívánnak más együttműködési és munkastílust az ügynökségek, reklámstúdiók? Jellemző-e ebben a szektorban is, hogy az ajánlatok töredékéből lesz csak igazi megrendelés?

Mi elsősorban nem végfelhasználóknak, hanem reklámügynökségeknek, grafikai stúdióknak, nyomdákunk dolgozunk. Megrendelőinkkel szimbiózisban élünk, egy értékesítési folyamat különböző szegmensei vagyunk. Ők a mi értékesítőink, és mi vagyunk az ő „gyárunk”. Azzal, hogy az ügyfelekkel való hosszas egyeztetések terhét leveszik a vállunkról, a gépeink is jobb kihasználtsággal üzemelhetnek, ezáltal előnyösebb árakat tudunk számukra biztosítani.

Ez az üzleti modell azonban egyben kihívás is, hiszen állandóan szakemberek értékelik a munkánkat, másfelől könnyebbség is, hiszen folyamatosan visszatérő megrendelőink pontosan tudják, mit akarnak, tudják, hogyan kell leadniuk az anyagot, ismerik árainkat, tudják milyen példányszámnál érdemes bennünket választani. Ezért kifejezetten szerencsésnek mondhatjuk magunkat, alig van el nem fogadott ajánlatunk.

A levilágításhoz képest több, kevesebb vagy ugyanannyi munkaszámot jelentenek a tintasugaras technológiával nyomtatott megrendelések?

Míg az év végi hajtásnál akad, amikor egy nap akár száz különböző levilágítási megrendelést is teljesí-

tünk, ez a szám a plakátnyomtatásnál jóval alacsonyabb. Az egyes munkák értéke azonban a plakátnyomtatásnál jelentősen magasabb. Egyébiránt a tintasugaras technológiát a film- és CtP-levilágításnál is alkalmazzuk. A mai komolyabb nyomtatók már meghaladják a hagyományos CMYK nyomdai színteret, ezért megfelelő színkezelő- és RIP-programok segítségével digitális proof nyomtatásra is alkalmassá tehető. Mi erre a célra a GMG díjnyertes technológiáját alkalmazó Fuji-rendszert vásároltuk meg, mely egy Epson 4800-as nyomtatót hajt. Az eszköz egyik különlegessége, hogy a szürkeárnyalatok visszaadására három különböző festékkazettát (light light black, light black, black) használ, mely kiküszöböli az oly sok tintasugaras nyomtatóra jellemző bizonytalan szürkeegyensúly problémákat.



Mi okoz nagyobb feladatot, a munkák legyártása vagy a munkák megszerzése?

Az esetek többségében legfőbb versenytársunk az idő.

Miért választottátok az UV-technológiát?

A már említett digitális proofon túl három különböző gépet és festékezési eljárást használunk. Van egy vízbázisú, de a környezeti hatásoknak igen ellenálló pigmentes nyomtatónk. Ennek festéke a legrágább, viszont ezzel tudjuk a fotóminőséget legjobban megközelíteni. Nem csak papírra, hanem festővászonra, hurkolt poliészterre is nyomtatunk vele. Ennek a technológiának fő hátránya, hogy csak speciálisan felületkezelt alapanyagokra dolgozik, így magas az üzemeltetési költsége.

Hamar rájöttünk azonban, hogy sok olyan piaci szegmens van, ahol nem a tökéletes fotóminőség, hanem a költségek dominálnak. Ezért olyan nyomtatót kerestünk, amelyik nem igényel speciális médiát, és festéke is elfogadható árú. Ma az oldó-

szeres nyomtatók üzemeltethetők a legolcsóbban, azonban az agresszív festék alkalmazásától vonakodtunk. Amikor egy-két éve megláttuk az első, UV-fényre polimerizálódó festékkel működő nyomtatót, rögtön beleszerettünk. A festék száradása ez esetben nem egy oldószer párolgása során, hanem az UV-fény által megindított térhálósodási folyamattal megy végbe. Az általunk használt gép további előnye, hogy nem csak tekerceses, de közvetlenül táblás anyagokra is képes nyomtatni. A médiák tekintetében pedig szinte mindenevő, a festéke bár drágább, mint az oldószeresé, de jóval olcsóbb, mint a vízbázisú tinták többsége.



A legújabb beszerzésünk pedig egy Roland Soljet, Eco-Solvent (környezetbarát oldószeres) tintát alkalmazó gép. Ezzel főként a minőségigényes kültéri munkákat végezzük el, főként vinylek nyomtatására használjuk.

Milyen előnyei származnak a megrendelőnek és a Reactornak ebből a berendezésből?

A három eszköz rendkívül jól kiegészíti egymást. Van olyan ügyfelünk, aki kizárólag azért jár hozzáunk, mert az UV-technológián kívül nem talál semmilyen más megoldást az általa sportrendezvényeken használt speciális, téphetetlen papír (Tyvek) média nyomtatására.

Milyen buktatói vannak a dekorációs nyomtatásnak?

Rengeteg van, minden konkurenciát lebeszélnek róla, hogy ilyesmivel foglalkozzon...

A különböző médiákon ugyanaz a festék is eltérő színeket eredményezhet. Ezt a jelenséget színprofilokkal lehet kordában tartani. A kültérre készülő nyomatoknak gyakran éveket kell kibírniuk. Fontos, hogy a médiához illeszkedő (pl. azonos hőtágulású) védőlaminátumot válasszunk. Ez egy szép és izgalmas, kihívásokkal teli szakma.



Mivel tudtok lépéselőnyt szerezni és az ügyfelek hűségét kivívni?

Mivel üzletembernek ügyetlen vagyok, ezért ügyfeleink elégedettségét minőséggel, a határidők megtartásával és szolid árképzéssel igyekszünk kivívni. Ezzel egyben a „hogyan keressünk sok munkával kevés pénzt” titkos receptjére is ráakadtunk.

Milyen terveitek vannak?

A 2006-os év nálunk a beruházások éve volt. Idén is fejlesztjük eszközparkunkat, de a fő feladat az átszervezés és racionalizálás lesz. Elérkeztünk arra a pontra, ahol az egyre szerteágazóbb tevékenységek feladatainak belső elosztását a további eredményes működés és növekedés lehetősége érdekében újra kell gondolnunk.

A kínálat óriási, plakátnyomtatóból is több ezer működik az országban. Úgy tapasztaljuk azonban, hogy ügyfeleink egyre több egyedi megoldást igényelnek. Így tudatosan keressük azokat a partnereket, akik saját szakterületükön kiemelkednek, akik munkájára úgy számíthatunk, mint a magunkéra. Úgy vélem minden fél számára előnyösebb, ha egymás tevékenységeit kiegészítve, saját eszközeinket jobban kihasználva közösen jelenünk meg, mintha egymással versengve osztoznánk a piacon. Ráadásul, így az egyes részfeladatok is hatékonyabban végezhetőek, s ezáltal a minőségjavulás nemegyszer olcsóbb árakkal párosul. Tavaly sok kiváló céggel, szakemberrel ismerkedtünk meg, akik segítségével egyre komplexebb feladatok megoldására tudunk vállalkozni.