

Mekkoraprint

Faludi Viktória

Gyulai Zoltán, a Mekkora Print Kft. tulajdonos-üzvegyetője az elsők között figyelt fel a tintasugaras technológia gyors fejlődésére. Nyomdaipari, majd kereskedelmi tapasztalatokkal felvértezve, szerény tőkével indította a vállalkozását. Ma a korszerű géppark, hozzáértő kivitelező gárda és a legjobb alapanyagok biztosítják az ügynökségi óhajok megvalósítását.

NYOMDÁSZSZÍVVEL

A 95-ös Drupán én még a Scitex-standon mint mérnök-kereskedő voltam jelen, messze elszaladtam ezek mellett a nyomtatók mellett a felkiáltással: „Ó, ez nagyon lassú!” – hozzá kell tenni, akkoriban egy négyzetméter nyomtatása akár egy óráig tartott.

A Drupa után kezdtem elégedetlen lenni a rám bízott feladatokkal. Valamit önállóan akartam létrehozni: ekkor a szó szoros értelmében megálmodtam a digitális plakátnyomtató cégemet.

Nyomdászszívvvel és szakmai alapokkal léptünk be a „nagy formátumú fotorealisztikus nyomatok” piacára, amit e szörnyű, akkoriban elfogadott elnevezés helyett csak digitális plakátnyomtatásnak hívtunk. Kezdetektől CMYK PostScript



állományról dolgozunk, akkor ez még egyáltalán nem volt általános, a legtöbbször egyszerűen kértek egy RGB TIFF-et.

MINDENT EGY LAPRA FELTÉVE

Az összes spórolt pénzem egyetlen nyomtatóba investálva, kezdetben egyedül vittem a céget. Sok küzdelem után eljutottam végre oda, hogy megtaláltam az első alkalmazottat, akit egyáltalán be lehetett tanítani. Ekkortól már a cég építésén is törhettem a fejemet, nemcsak a napi feladatok megvalósításán őröltem.

Emlékszem arra az érzésre, amikor életemben először egyszerre két tekercs papírt tudtam venni a géphez. Ma már komolyabb raktárkészlettel, igazi hátországgal rendelkezünk, nehezen hoznak zavarba hirtelen beeső nagy megrendelésekkel.

HARC A MUNKÁÉRT

Komoly verseny van a tintasugaras nyomtatás piacán, a gépek egyre jobbak, egyre többen „kapnak kedvet” ehhez a feladathoz. Volt rá példa,



hogy egy túl nagy falatba harapó vállalkozás kérte a segítségünket, mert elúsztak a határidővel. Természetesen (egy éjszaka alatt) segítettünk, de csalódottan tapasztaltuk, hogy azt a munkát láttuk viszont, aminek a kivitelezéséért mi is versenyeztünk. Garázscégekkel nehéz konkurálni, nem tartanak elég alkalmazottat, nem elégséges a gépparkjuk, nincsenek szakmai ismereteik – „költségtakarékosak”.

GYORSAN, JÓT

A tintasugaras technológiával dolgozó berendezések jól színkalibrálhatók, amire nagy szükség is van. A festékek minősége változik, ahány márkájú cían, annyiféle.

Ezen a területen a jóváhagyott proof fogalma idegen, a reklámszakma ezt a technológiai fegyelmezettséget nem hajlandó magára vállalni, és sok esetben nem is modellezhető a különleges nyomathordozóra készülő munka.

A reklám- és marketingszakma kiszolgálása más kihívásokat is felvet a szakmai hozzáértésen túl: rendkívül rugalmasnak és gyorsnak kell lenni.

A MÉRNÖK

Az évek során diverzifikáltuk a gépparkot, így csak színprofilkészítéssel tudtuk kézben tartani a rendszert. (Az első nyomtatókat „hagyományos” módon is lehetett kalibrálni.)

Eleinte külsősökkel dolgoztattunk. Jelenleg több tíz féle nyomathordozót öt különböző rendszeren használunk, ami olyan kalibrálásszámot igényel, hogy szűk keresztmetszetet jelentett volna, ha nem házon belül oldjuk meg, a költségekről nem is beszélve. Így a profilokat magunk készítjük.

Különleges szerencsével sikerült elkerülnünk azokat a buktatókat, amit a technika fejlődése révén a folyamatos gépcserék igénye okozott. Valahogy mindig szerencsés időben váltottunk gépet, elkerültük az „evolúciós zsákutcákat”.

A LEGÚJABB SZERZEMÉNY

Gépparkunk legifjabb tagja az iPF 8000-es, Canon típusú, A0-ás, 12 színes nyomtató. A gép két nyomtatófejjel dolgozik, fotó- és művészeti nyomtatásokra is alkalmas, a legmagasabb minőségi köve-

telményeknek is megfelel, ugyanakkor tudás-ár viszonylatban piacvezető termék. *Ezt a gépet elsősorban nem a reklámszakmának, hanem a fotóművészeti igényű munkákhoz vásároltuk.*

A „GÉPHÁZ”

Havonta hozzávetőleg 2000–3000 m²-t nyomtatunk. Ezzel nyilván nem tartozunk a legnagyobbak közé, hanem közepméretű cégeknek számítunk. Nálunk egyelőre nincs termékgazdarendszer, tizenkét főből hárman foglalkozunk árajánlat-készítéssel. Saját termelésirányító és szervezőszoftvert írtattunk, mert a kész programokat nem a mi szemléletünk és igényeink alapján fejlesztették.

Öt éve van oldószeres gépünk. Kezdetben beltéri nyomtatással foglalkoztunk, majd kültéri és molinónyomtatással, illetve nagyobb felbontású kültéri nyomtatás előállításával bővítettük szol-

gáltatásainkat. A szezonális jól megfigyelhető a termékstruktúránkban, van, amikor a beltéri nyomatok fogynak jobban, van olyan időszak, amikor az oldószeres géppark (jelenleg három darab) teljesít jobban.

SUSZTER CIPŐJE

Hatásosság szempontjából a reklámszakmában működik legkevésbé a reklám más szegmensekhez képest. Eddig gyakran hirdettünk, újabban e-mail hírlevelekkel is eljutunk partnereinkhez. Túl a megrendelők bizalmán, néhány szakmai erőpróbát is kiálltunk. Az Instore magazin Lollypop-versenyén tavaly is és idén is több kategóriagyőztes munkát kiviteleztünk. Ebben a szakmában igen erős a biztonságra törekvési igénye, ezért a bevált csapathoz ragaszkodnak a megrendelők, ez további bizakodásra ad okot.

