

PRINT
IS NOT DEAD



**Jak vytvořit tiskoviny,
co mluví za tebe?**



Tiskoviny nejsou minulostí – jsou chytrým doplňkem každé značky, který umí zaujmout, podpořit prodej a zanechat dojem. Ať už tisknete vizitky, děkovací kartičky nebo brožury, vždy věnujte pozornost i těm nejmenším detailům. V tomto e-booku najdete vše podstatné, co potřebujete vědět, než pošlete do tisku – bez nervů, bez chyb a bez zbytečných výdajů.

Dozvíte se:

- Jak si zkontrolovat tisková data pomocí přehledného **checklistu**, který šetří čas i rozpočet.
- Proč barvy na monitoru a na papíře **nevypadají stejně** – a jak se vyhnout zklamání z výsledku.
- **Jak využít tiskoviny** – od děkovacích kartiček po samolepky, které budují vztah se zákazníkem.
- Jak z obyčejného papíru **udělat zážitek** pomocí chytrých tiskových úprav, které zaujmou na první dotek.

Využijte tisk k tomu, aby vaše značka zazářila na nové úrovni!

Na co si dát pozor při tisku

Spadávka, CMYK, PDF/X... Zní to jako **šifra**, ale ve světě tisku mají tahle pravidla jasný smysl. Špatně nastavená data nebo přehlédnuté detaily mohou tisk výrazně prodražit – nebo ho úplně znehodnotit. Aby vaše tiskoviny dopadly podle očekávání (a ne jako rozmazaný plakát bez okrajů), připravili jsme praktický checklist.

- Co **zkontrolovat**, než odešlete podklady do tiskárny
- Na jaké chyby si dát největší pozor
- A co všechno má správné tiskové PDF obsahovat

Tady je stručný a **jasný průvodce** pro všechny, kdo chtějí tisk bez stresu (a bez reklamací).

1. Spadávka není jen prostor navíc

Spadávka (anglicky bleed) je přesah grafiky za konečný formát tiskoviny – typicky 2– 3 mm z každé strany. Tento spad zamezí, aby se po ořezu na čistý formát dokumentu u okraje objevil **úzký proužek nepotištěné plochy**. Pokud spadávku nemáte, tiskárna vám data pravděpodobně vrátí.

2. Ořezové značky = orientace pro tiskárnu

Tyhle malé čárečky ukazují, kde má tiskárna **řezat**. Jsou zásadní hlavně u grafiky, která jde „až po okraj“. Nejsou to designové prvky – mají svůj účel.

3. RGB ≠ CMYK

Tohle je klasická chyba. Co vypadá krásně na monitoru (RGB), může v tisku vypadat jako vybledlá vzpomínka. **Tisk používá model CMYK**. Proto je potřeba přepnout barvy v dokumentu ještě před exportem. A pokud chcete naprosto přesnou barvu, pak je Pantone vaše sázka na jistotu. →

4. PNG není tiskové PDF

Obrázek z Canvy nebo screenshot z náhledu? To si můžete dát na ledničku, ne do tiskárny. Pro bezproblémový tisk vždy odevzdávejte data jako PDF/X-1a nebo PDF/X-4. A rozlišení? **Musí být 300 DPI**, jinak z toho bude pixelová kaše. 🙄

5. Bonus: Finální kontrola před odesláním

- Má dokument **spadávkou**?
- Jsou vloženy **ořezové značky**?
- Je barevný režim **CMYK**?
- Je soubor ve formátu **PDF** pro tisk?
- Obsahuje potřebné fonty (nebo jsou **převezeny na křivky**)?

Není modrá jako modrá

Vizuál, který vypadá skvěle na monitoru, může v tisku dopadnout úplně jinak. Může za to **rozdí**l mezi barevnými modely. Každý funguje na jiném principu a je určen pro jiné použití.

RGB: Digitální světlo

RGB je barevný model založený na světle – používá se u displejů, webů a všeho, co “svítí”. Barvy vznikají kombinací tří složek: červené, zelené a modré (Red, Green, Blue). Když je spojíte, vznikne bílá. RGB zvládá syté, zářivé odstíny, které v tisku **nikdy neuvidíte**. A právě proto je nemožné tisknout soubory, které byly vytvořeny v RGB režimu.

CMYK: Tisková realita

Tisk pracuje s jiným systémem: CMYK (Cyan, Magenta, Yellow, Black). Barvy se **míchají jako vrstvy** inkoustu, ne světla. To znamená, že rozsah odstínů (tzv. barevný gamut) je jiný – a výrazná RGB modrá se v CMYK často posune do ➔

fialova. Automatické převody mezi modely bývají nepřesné, proto by se tiskové podklady měly připravovat **rovnou** v CMYK.

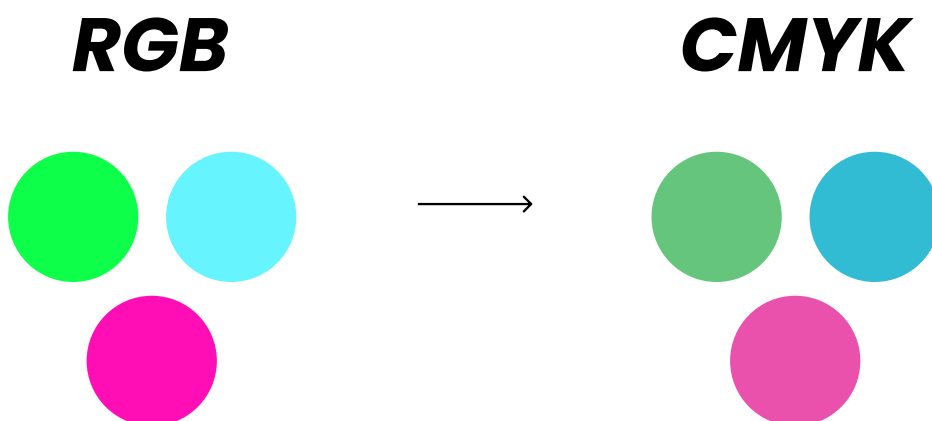
Pantone: Barva na jistotu

Pantone je systém tzv. **přímých barev** – každá má své přesné číslo a odstín. Používá se tam, kde je nutná absolutní konzistence (např. u log nebo obalového designu). Nevznikají kombinací barev, ale jako samostatná tisková barva. Pantone je spolehlivý, ale **dražší** – a běžné tiskárny s ním často nepracují. Pokud ho chcete využít, je potřeba se domluvit předem.

Nejčastější chyba? Automatický převod bez kontroly

Grafika vytvořená v RGB se při exportu do tiskového PDF automaticky převede do CMYK – ale bez ruční úpravy barev. Výsledkem může být fialová „modrá“, zašedlá červená nebo úplně jiný tón, než jste měli na obrazovce. Před tiskem se vždy ujistěte, že:

- Dokument je v režimu CMYK, ne RGB
- Barvy **byly zkontrolovány** i po převodu
- Klíčové prvky (např. logo) používají přímé barvy nebo **ověřené odstíny**



Tiskoviny pro e-shopy

V digitálním vesmíru působí tištěné prvky vlastně nečekaně osobně. Přinášejí **hmotný zážitek**, který vytváří spojení mezi značkou a zákazníkem. Ať už jde o malý vzkaz v balíčku nebo pečlivě navržený obal, tiskoviny dokáží:

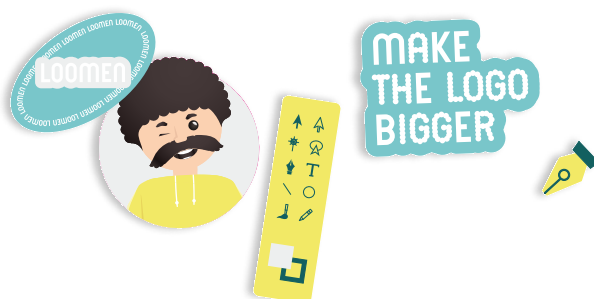
- zvýšit šanci na **opakovaný** nákup,
- posílit **vnímání** značky,
- odlišit se od **konkurence**,
- motivovat ke **sdílení** na sociálních sítích.

Co všechno si můžete nechat vytisknout?



Děkovací kartičky

Krátké a výstižné „děkujeme za nákup“ dokáže zázraky. Ještě silnější ale je, pokud přidáte jméno zákazníka nebo **osobní** vzkaz napsaný rukou. Výsledkem je pocit, že si zákazníků vážíte – a to je opravdu důležité.



Samolepky

Malé, hravé a všestranné. Lze je nalepit rovnou na balíček, přibalit jako dárek, aby si zákazník mohl ozdobit notebook, láhev nebo okno svého auta. Skvělý způsob, jak „vynést značku ven“ a proměnit zákazníka **v ambasadora**. →



Slevové karty

Papírový kupón se slevovým kódem na další nákup je jednoduchý nástroj s velkým efektem. Funguje jako poděkování i motivace k opětovnému nákupu.

Ještě větší sílu mají slevové kupóny, pokud je spojíte s:

- časovým **omezením** – například „platí jen 14 dní od doručení“. Taková výzva dokáže podpořit rychlejší rozhodování.
- sdílenou výhodou – třeba „**nasdílej tento kód** kamarádovi a oba získáte slevu“. Tím se přirozeně rozšiřuje povědomí o značce.
- **personalizací** – kód vytvořený speciálně pro daného zákazníka působí velmi exkluzivně a zvyšuje pravděpodobnost, že ho daná osoba využije.

Slevové kartičky můžete navrhnout minimalisticky i výrazně – hlavní je, aby byly jasné, přehledné a vizuálně v souladu s vaší brandovou identitou.

Potisk obalů

Obal je to první, co zákazník uvidí – a často i ta první věc, co sdílí na svých sociálních sítích. Originální potisk krabice, obaly nebo pásky mohou být tím rozhodovacím faktem mezi „běžným balíkem“ a „wow momentem“. Dobře navržený obal posiluje důvěryhodnost značky a vyvolává očekávání, že uvnitř je právě něco výjimečného.

Jak s potiskem obalů pracovat:

- Logo a barevnost – i úplně jednoduchý branding dodá obalu profesionální dojem a pomůže k lepší **zapamatovatelnosti**.
- Vzkaz nebo slogan – krátký, výstižný text může zákazníka potěšit, pobavit nebo **překvapit**. Např. „Uvnitř čeká překvapení“ nebo „Díky, že ➔“

- podporujete **lokální značku**“.
- Sezónní nebo limitované varianty – **originální potisk** na Vánoce, jaro nebo speciální kolekce může vytvořit další důvod **ke sdílení** třeba na TikToku a posílení vztahu se zákazníkem.

Potisk obalu je součástí **brand experience** – a právě na ní si lidé často vzpomenou i hodně dlouho po doručení.

Papír, který si každý zapamatuje

Tiskoviny mají větší sílu, než se může na první pohled zdát. Jsou to první tzv. „aha“ momenty, první doteky, první dojmy. A právě v těchto chvílích můžete nejvíc zaujmout. Stačí pár nápaditých úprav – trocha lesku, netradiční papír nebo překvapivý výsek – a i malý leták dokáže říct velký příběh.

Tisk, co nezapadne. Ale vystoupí. Doslova.

Lidé si pamatují to, co se tak trochu vymyká. Když tiskovina získá tvar, stává se víc než jen nositelem obsahu – je zážitkem. Přidejte k tomu kvalitní papír, lesk nebo třeba nějakou zajímavou fólii a máte v ruce produkt, který už bude pracovat za vás... a to i dlouho poté.

LOOMEN

Parciální lak

...aneb když chcete, aby oči šly přesně tam, kam chcete vy. Parciální lak se leskne jen tam, kde má. Zvýrazní logo, titulek, symbol nebo detail, který chcete vizuálně „vytáhnout“. A když ho spojíte s matnou laminací, vznikne silný kontrast – a to znamená přesně mířený efekt.

Speciální papír – textura, barva, pocit

Dřív než si člověk stihne cokoliv přečíst, jeho prsty už vnímají materiál. Gramáž. Povrch. Vůni. První dojem bohužel nikdy nejde zopakovat, a papír v tomto případě hraje hlavní roli. Umí probudit zvědavost a vyvolat důvěru. Je to tichý, ale za to hodně silný nástroj. Nechte svou značku **mluvit** už na úrovni **materiálu**.

LOOMEN

Fólie a laminace – vizuální luxus

Zlatá, stříbrná, holografická nebo třeba soft-touch laminace, která je na dotek sametová. Tyhle úpravy dávají tiskovinám **prémiový look**, který působí, jako by říkal: “Tady si někdo dal záležet.” Stačí zvolit styl, který ladí s vaší značkou.

Tiskoviny, které se neztratí mezi ostatními? Umíme. Z nudného papíru uděláme wow efekt, který vám dokáže přenést i výsledky. Ukážeme vám možnosti, navrhujeme řešení a vytvoříme print, na který se **jen tak nezapomene**.

Závěrem

Tiskoviny nejsou jen obyčejné kusy papíru – jsou to **mocné nástroje**, které mohou vaši značku reprezentovat, zaujmout zákazníky a podpořit prodej. Správně navržené a kvalitně vytištěné materiály dokážou komunikovat vaše hodnoty a vytvořit **nezapomenutelný zážitek**, který zanechá dlouhotrvající dojem.

Pokud se vám někdy zdá, že tiskové soubory jsou složité, barvy neodpovídají nebo prostě chcete mít jistotu, že vaše tiskoviny budou bez chyby, jsme tu pro vás. V Loomen vám pomůžeme s každým krokem – od přípravy dat přes správný výběr materiálů až po **finální tisk**, který přesně odpovídá vašim představám.

Ať už potřebujete vizitky, brožury, děkovací kartičky nebo jakýkoliv jiný tiskový materiál, s námi máte jistotu, že vaše tiskoviny budou nejen krásné, ale i funkční. Společně vytvoříme něco, co vaši značku posune dál.

Tým Loomen.cz



LOOMEN

LOOMEN.CZ

info@loomen.cz

+420 774 285 452