

edycja  
20  
22

# Katalog fin pod

---

Wskazówki

---

Trendy

---

Dobre praktyki

---

Najczęstsze błędy

PATRONAT:

**the Brief**

**drukomat.**

## 01

### Formaty i rodzaje katalogów oraz podłoża

- 05 Wstęp
- 06 Rozpoczęcie pracy z katalogami
- 07 Zaprojektuj układ treści
- 09 Dobierz odpowiedni format
- 11 Wybierz papier
- 15 Rozwiązania niestandardowe
- 17 Personalizacja
- 19 Zaskakująca kreacja
- 20 Rodzaje katalogów w drukarniach
- 21 Kiedy wybrać katalog szyty?
- 23 Kiedy wybrać katalog spiralowany?
- 25 Kiedy wybrać katalog klejony?
- 27 Podsumowanie

03 Czy ten ebook jest dla Ciebie?

03 Kim jesteśmy i dlaczego stworzyliśmy ten ebook?

## 02

### Trendy graficzne w projektowaniu katalogów

- 29 Wstęp
- 30 Animacja
- 31 Antropomorfizm
- 32 Gradient
- 33 Retro
- 34 Minimalizm
- 35 Surrealizm
- 36 Inspiracje naturą
- 38 Ułatw sobie pracę: zbiór darmowych materiałów
- 44 Podsumowanie

# 03

## 7 grzechów głównych w pracy z katalogami

- 47 Wstęp
- 48 1. Nie wiem kto to wytnie, czyli brak spadów i marginesów
- 51 2. Na podglądzie wyglądało inaczej, czyli teksty niezamienione na krzywe
- 53 3. Zła wielkość pracy i znaczniki drukarskie
- 55 4. A co to takie rozmyte?
- 58 5. Ty CMYK'u! Kilka słów o złej przestrzeni kolorystycznej
- 61 6. Nieczytelne fonty
- 64 7. Nie igraj z ogniem! Umieszczanie zbyt blisko linii cięcia istotnych elementów projektu
- 65 Podsumowanie

# 04

## Przygotowanie katalogu do druku

- 66 Wstęp
- 67 Przygotowanie obszaru roboczego w InDesign
- 68 Katalog klejony - przygotowanie okładki
- 72 Katalog szyty
- 75 Katalog spiralowany
- 77 Przygotowanie plików do druku
- 81 Podsumowanie

# 05

## Zamawianie i druk katalogu. Krok po kroku

- 83 Wstęp
- 84 Logowanie / zakładanie konta
- 85 Wejdź na [www.drukomat.pl](http://www.drukomat.pl)
- 86 Uzupelnienie danych potrzebnych do zamówienia
- 87 Co zyskujesz?
- 88 Wybór parametrów zamówienia
- 89 O boże, a jakie podłoże?
- 91 Sprawdzanie plików
- 92 Nakład i tryb realizacji
- 93 Zamów
- 94 Finalizacja zamówienia
- 95 Adres i dostawa
- 97 Płatności
- 99 Wiadomości
- 101 Podsumowanie

# Czy ten ebook jest dla Ciebie?

Z dużym prawdopodobieństwem tak!

Szczególnie, jeśli zajmujesz się projektowaniem graficznym, odpowiadasz za tworzenie komunikacji albo planujesz wykorzystać katalog jako jedno z narzędzi w swojej strategii marketingowej. Dedykowaliśmy tę publikację osobom początkującym oraz zaawansowanym w projektowaniu grafiki, zarządzającymi markami, poszukującym nowoczesnych i nieszablonowych rozwiązań w działaniach promocyjnych oraz tym, które nie zaczynają dnia bez okazałej porcji inspiracji!



Na kolejnych stronach ebooka znajdziesz mnóstwo życiowych przykładów z bogatej kolekcji ekipy tworzącej drukomat.pl oraz ciekawych rozwiązań podpatrzonych na świecie i rodzimym podwórku. Przygotuj się również na dużą pigułkę wiedzy technicznej, ale przygotowanej tak, by była łatwa przełknięcia. :)

Zobacz co czeka na Ciebie na kolejnych stronach!

**Mateusz Dziadosz**  
Brand Manager w drukomat.pl



## Kim jesteśmy i dlaczego stworzyliśmy ten ebook?

Mówią o nas #znaniZdruku.

Od ponad 9 lat odbieramy zlecenia po drugiej stronie platformy drukomat.pl. W kolejce na offset przeczuciliśmy więcej ton materiałów, niż Dwayne Johnson kilogramów na wszystkich swoich treningach, a w naszej pracy widzieliśmy już prawie wszystko - od perfekcyjnie skrojonych projektów katalogów, wywołujących błysk zazdrości w oku po takie, w których pojawiały się błędy techniczne, które do dziś snią nam się po nocach. Mając taki bagaż poligraficznych doświadczeń, grzechem byłoby nie podzielić się z Tobą wiedzą, stąd pomysł

na tego ebooka. Czytasz właśnie kolejną, trzecią edycję wydania tej publikacji, zaktualizowaną o tegoroczne trendy w druku i grafice użytkowej oraz w odświeżonej, jeszcze bardziej przyjaznej formie. Z kolejnych rozdziałów dowiesz się więcej na temat projektowania katalogów, przejdziesz ścieżkę od projektu do realizacji, a także poznasz dobre praktyki oraz najczęstsze błędy podczas projektowania katalogów. Zostań z nami do końca, bo warto!

**Sebastian Śnieciński**  
Dyrektor Marketingu w drukomat.pl



FORMATY  
I RODZAJE  
KATALOGÓW  
ORAZ PODŁOŻA

drukomat.

01

# Wstęp



W czasach skoncentrowanych na technologii, szybkich łączach i łatwym dostępie do informacji, marki chętnie zwiększają swoją obecność w świecie cyfrowym. Jednak czy digital może całkowicie zastąpić papier? Raczej nieprędko.

Prężnie rozwijająca się dziedzina projektowania graficznego oraz nowoczesny druk online, umożliwiający realizację zleceń 24/7 sprawia, że fizyczne materiały reklamowe nie tracą na znaczeniu. Utrzymująca się popularność druku to nie tylko zasługa rozwijającej się technologii. Spójrzmy na wyniki badań, które mówią wprost - papier wciąż ma tę moc!

swojego klienta, a na pierwszej linii frontu pojawia się katalog, który pozwala dotrzeć tam, gdzie internet nigdy nie będzie miał dostępu.

Skąd ta pewność? Bo na katalogach znamy się jak nikt, realizując jedno zlecenie średnio co piętnaście minut. Doświadczenie pozwoliło nam zebrać kompletną wiedzę na temat projektowania i druku katalogów, którą właśnie się z Tobą dzielimy.



Badanie, przeprowadzone przez Millward Brown wykazało, że materiały marketingowe w wersji papierowej są lepiej przyjmowane niż reklamy cyfrowe. Fizyczne media drukowane silniej oddziałują na mózg, pozostawiają głębszy ślad podobny do tego, jaki powstaje w wyniku bezpośredniego kontaktu z produktem. (The Print Campaign Analysis Prepared for MPA by Millward Brown.)



Wykorzystanie drukowanych materiałów reklamowych to wciąż sposób na wyróżnienie się i wygranie walki o uwagę

# Rozpoczęcie pracy z katalogami

Pomysł powinien być równie dobry jak wykonanie.

Zanim zlecisz katalog do druku zastanów się, czy konstrukcja i zawartość jest przemyślana, a sam produkt koresponduje z założeniami strategii marketingowej Twojej marki. Dlaczego jest to tak ważne? Niech odpowiedzią będzie przykład z serialu „Przyjaciele”.

w której Rachel odbiera od Chandlera nowy katalog sklepu i ogląda w nim stolik, który właśnie zamówiła. Przypadek? Ależ skąd! To klasyczne lokowanie produktu. Okazuje się, że większość dekoracji w pokoju serialowej ekipy pochodzi właśnie z tego sklepu.

z najpopularniejszych w USA, będąc kultową pozycją dla wszystkich zakupoholików. Wydatki na papierowe katalogi to jedna z ważniejszych pozycji w budżecie marketingowym tej sieci.

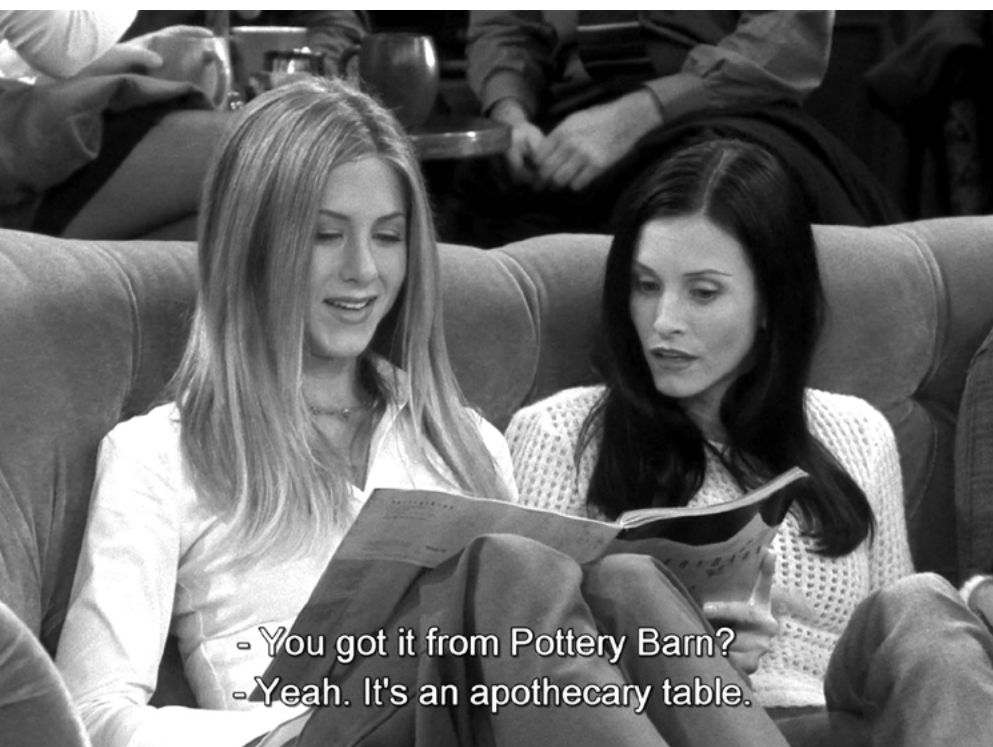
A przecież sam katalog jest taki jak wszystkie inne! Zawiera atrakcyjne zdjęcia, ma ładny układ, informuje użytkowników o cenach i cechach produktów. Jednak kiedy zostaje wpleciony w konkretne działania strategiczne i wykorzystany w przemyślanej akcji promocyjnej, nabiera dodatkowej wartości.

MARKETING  
NIE DOTYCZY JUŻ  
RZECZY, KTÓRE ROBISZ,  
ALE HISTORII, KTÓRE  
OPOWIADASZ.

Seth Godin

Lubisz takie wymowne przykłady? Zostań z nami do końca, ponieważ kolejne znajdziesz na następnych stronach tego ebooka.

*Dobra historia jest prosta, konkretna i zaskakująca, a poza tym rozpala emocje.*



- You got it from Pottery Barn?  
- Yeah. It's an apothecary table.

Jedenasty odcinek szóstego sezonu to 22-minutowa reklama sieci sklepów Pottery Barn (coś jak europejska IKEA). Rozpoczyna się sceną,

Strategia sprzedażowa Pottery Barn opiera się na druku i dystrybucji katalogów wysyłkowych. Ich magazyn jest jednym

# Zaprojektuj układ treści

Wiesz już, że dobry projekt to podstawa.

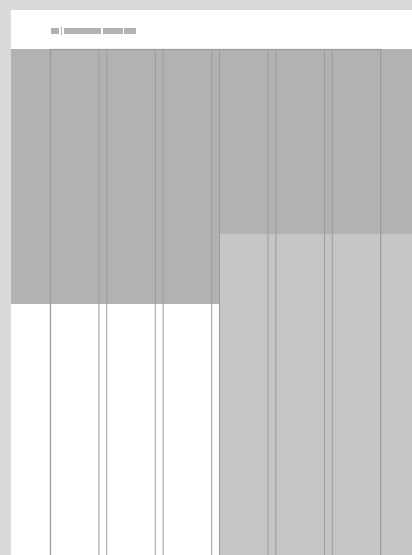
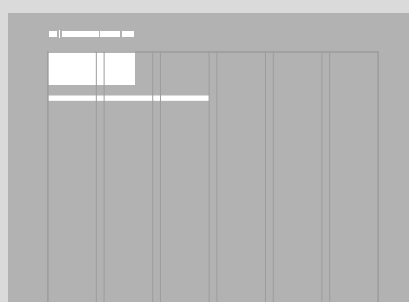
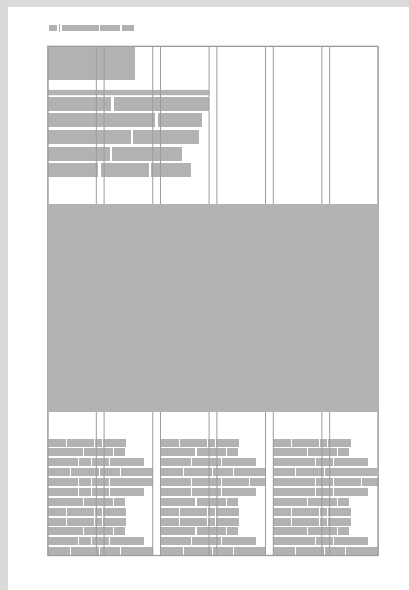
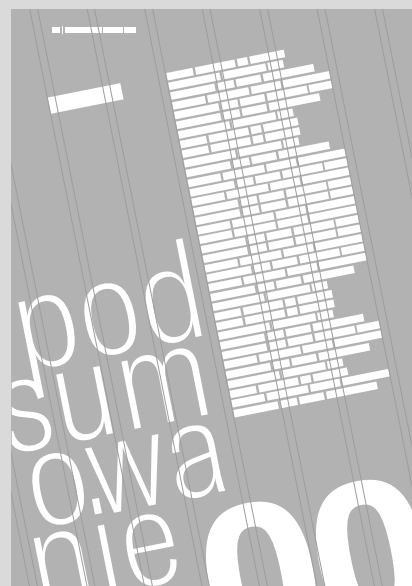
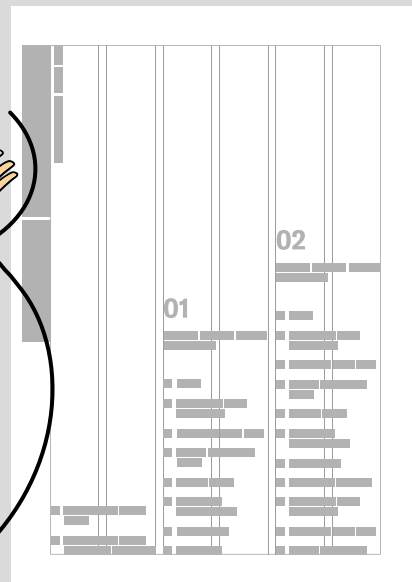
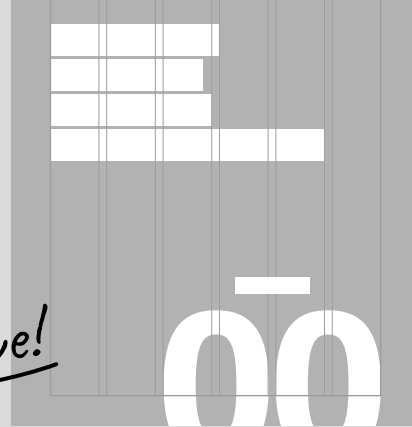
Zacznij więc od ustalenia siatki, która będzie trzymać formę Twojego katalogu. Najlepiej, jeśli dodatkowo zaprojektujesz schemat, do którego na samym końcu wkleisz zdjęcia, teksty i grafiki.

Siadając do składu niniejszej publikacji, z góry założyliśmy sobie układ tekstu, zdjęć i grafik.

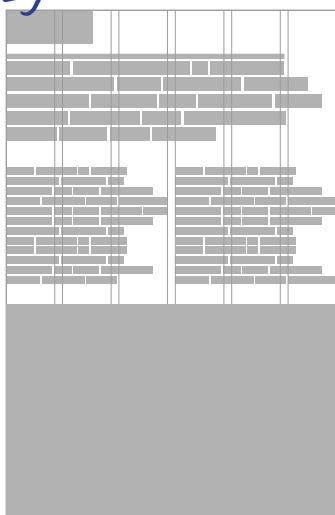
Tym samym wpłynęliśmy na przejrzystość oraz harmonię projektu. Takie rozwiązanie sprawdza się nie tylko przy długich i skomplikowanych publikacjach - układ łamowy, wszelakie style tekstowe jak i graficzne systematyzują i ułatwią pracę nad katalogiem.

Więcej o tworzeniu siatek modułowych dowiesz się z książki „Siatki, czyli zasady kompozycji typograficznej” autorstwa Kimberly Elam, w której autorka wskazuje podstawowe funkcje i wytyczne organizacji wizualnej oraz odsłania tajniki tworzenia dobrej kompozycji, ucząc korzystania z siatek modułowych jako narzędzia dynamicznej komunikacji.

cieeekawe!



dla przykładu





07 | Formaty i rodzaje katalogów oraz podłoża

# Zaprojektuj układ treści

Wiesz już, że dobry projekt to podstawa.

cieeekawe!

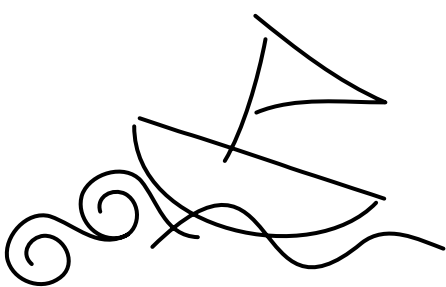
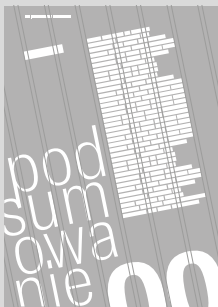
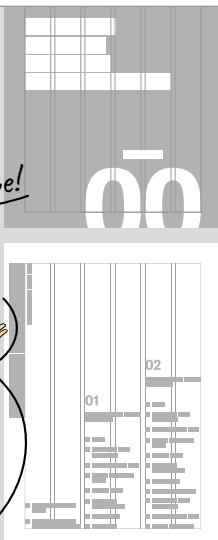
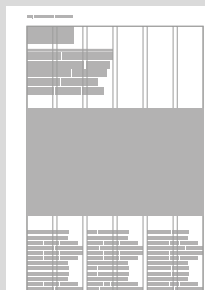


Zacznij więc od ustalenia siatki, która będzie trzymała formę Twojego katalogu. Najlepiej, jeśli dodatkowo zaprojektujesz schemat, do którego na samym końcu wkleisz zdjęcia, teksty i grafiki.

Więcej o tworzeniu siatek modułowych dowiesz się z książki „Siatki, czyli zasady kompozycji typograficznej” autorstwa Kimberly Elam, w której autorka wskazuje podstawowe funkcje i wytyczne organizacji wizualnej oraz odsłania tajniki tworzenia dobrej kompozycji, ucząc korzystania z siatek modułowych jako narzędzia dynamicznej komunikacji.

Siadając do składu niniejszej publikacji, z góry założyliśmy sobie układ tekstu, zdjęć i grafik. Tym samym wpłynęliśmy na przejrzystość oraz harmonię projektu. Takie rozwiązanie sprawdza się nie tylko przy długich i skomplikowanych publikacjach - układ łamowy, wszelakie style tekstowe jak i graficzne systematyzują i ułatwiają pracę nad katalogiem.

dla przykładu



100 | Zastawanie i druk katalogu. Książki po kroku

## O boże, a jakie podłoża?

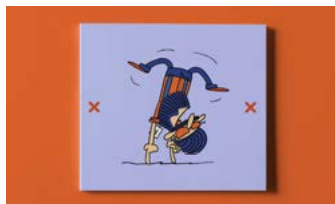
Papier ma wpływ na jakość, objętość oraz cenę katalogu.

**Offsety** to papiery niepowielane. Najbardziej ekonomiczną wersją jest papier offsetowy 90 g. To o wyższej gramaturze wygląda naprawdę imponująco, a przy tym dodają wydrukowi nieco surowości. Co ważne, można po nich spisać, a kasz się nie rozmazuje. U nas możesz drukować na offsetcie od 90 do 240 g.

**Kredy** to papiery powielane, dostępne w wersji matowej lub z lekkim połyskiem. Tego typu podłoża, dzięki specjalnej gramaturze wyglądają naprawdę niepowielanie. W efekcie wydrukowane kolory są bardziej intensywne. U nas możesz drukować na papierze kredowym o gramaturze od 90 do 350 g.

**Papiery EKO** produkowane z zachowaniem sztywnych norm środowiskowych i są łatwe do przetworzenia. W naszej ofercie znajdziesz np. Woodstock Botula 285 g lub Kraftliner 250 g, które świetnie sprawdzą się jako okładki katalogów. Tego typu podłoża będą doskonale do prezentacji drukowanego portfolio lub designerskiego katalogu produktowego.

Jeśli interesuje Cię druk na innych gramaturach, przesyłaj zapytanie o wycenę produktu spoza oferty.



99 | Przetwarzanie katalogu do druku

## Katalog klejony - przygotowanie okładki

Przy ustawieniu obszaru roboczego okładki w katalogu klejonym, oprócz zsumowania dwóch szerokości formatu docelowego trzeba uwzględnić również szerokość grzbietu. Na wewnętrznej stronie okładki grzbiet należy pozostawić jako biały, niezadrukowane pole. Introligatornia będzie miała do czego kleić strony wnętrza.



Tutaj grafik powinien być przygotowany w formie dwustronnicowej rozkładówki o wymiarach:

**Format netto w grzbiecie + format netto w wyszczelce**  
**Neto z okładką katalogu klejonego** powinien być przygotowany w formie dwustronnicowej rozkładówki zawierając:

**na pierwszej stronie - okładkę IV grzbiet, okładkę II**  
**na drugiej stronie - okładkę I grzbiet (niezadrukowaną), okładkę III**

**Zapamiętaj! Format należy powiększyć o wielkość spadów.**

**Czym jest format zamknięty (netto)?**

To format docelowy - tzn. taki, który trzymasz w ręku w postaci złożonej. Przy katalogach klejonym ma on postać 2- lub 4-stronnych stron, które po rozłożeniu będą rozkładówką. Format brutto to format czysty - produkcyjny, czyli taki, do którego obliczone są spadki (w późniejszym etapie produkcji zostają odcięte).

**Niezadrukowany grzbiet okładki wewnętrznej**

Podczas projektowania katalogów klejonych trzeba pamiętać o niezadrukowanym grzbiecie dla okładki wewnętrznej. Dzięki temu klejenie w tym miejscu będzie trwałe. Proszostawienie grafiki na grzbiecie może skutkować odklejeniem się wnętrza od okładki.

**Jeśli okładka zamknięta ma dwie pokrywy, warto również dodać dodatkowe wzmocnienie folią, co umożliwi wygodną pęknięcie na grzbiecie**

85 | 7 graphicsho.pl w pracy z katalogami

## 4. A co to takie rozmyte?

PIXELOZA

300 DPI

72 DPI

# FORMATY, RODZAJE I PAPIERY W KATALOGACH

drukomat.

# 01

## Śnie treści

katalogi, e-booki, wersja 2022

### 01

Formaty i rodzaje katalogów oraz podłoża

- 05 Wstęp
- 06 Rozpoczęcie pracy z katalogami
- 07 Zaprojektuj układ treści
- 09 Dobierz odpowiedni format
- 11 Wybierz papier
- 15 Rozwiązania niestandardowe
- 17 Personalizacja
- 19 Zaskakująca koncepcja
- 20 Rodzaje katalogów w drukarni
- 21 Kiedy wybrać katalog saty?
- 23 Kiedy wybrać katalog spiralowy?
- 25 Kiedy wybrać katalog klejony?
- 27 Podsumowanie
- 29 Wstęp
- 30 Animacja
- 31 Antropomorfizm
- 32 Gradient
- 33 Retro
- 34 Minimalizm
- 35 Surrealizm
- 36 Inspiracje naturą
- 38 Ustaw sobie pracę: zbiór darmowych materiałów
- 44 Podsumowanie

### 02

Trendy graficzne w projektowaniu katalogów

27 | Formaty, rodzaje i papiery w katalogach

drukomat.

1. Drukowane materiały reklamowe to sposób na wyróżnienie się wybranej marki o uwagę klienta. Zadbaj o profesjonalny i spójny projekt, który nie tylko będzie ładnym informacją o firmie lub ofercie, ale będzie również opowiadał historię.
2. Zanim przystądz do projektowania, przemyśl układ treści - uwzględnij siatkę oraz schemat, aby finalny produkt był czytelny i atrakcyjny wizualnie.
3. Dobierz odpowiedni format - to od niego będzie zależał układ całej książki, rodzaj zdjęć i grafik, które wybierzesz do stworzenia katalogu. Do dyspozycji masz formaty pionowe, poziome, a także kwadrat.
4. Nie bój się eksperymentować i baw się formatem. W drukomat.pl do wyboru masz 3 rodzaje katalogów - spiralny i spiralowany.
5. Wybierz papier - do dyspozycji masz tradycyjny papier kredowy, offsetowy oraz kilka innych rodzajów papieru, które różnią się wielkością i ceną. Wybierz najlepszy dla Ciebie.
6. Podkreśl projekt ozdobieniami - podkreśl najważniejsze elementy na okładce lakierem UV lub ciekawą folią softtouch. Twój katalog wyróżni się spośród innych i będzie przepięknie wyglądał.
7. Postaw na personalizację - nie tak dobrze się dzieje, jak komunikacja kierowana do odbiorcy. Masz swoje pole do wypowiedzi - możesz skorzystać z okładek, które umieszczają indywidualny produkt, który umieszcza katalog do klienta - personalizację kolorów.

30 | Trendy graficzne w projektowaniu katalogów

## Animacja

Ruchoma grafika jest w trendach od kilku dobrych lat, ale w 2022 zdecydowanie urosła swoją popularność, dyktując warunki w projektach stron internetowych oraz w treściach publikowanych w mediach społecznościowych (dowód tych

reklamowych). Animacja to sposób na wyróżnienie się i zwrócenie na przykrocie uwagi, dlatego i w tym roku nie zabraknie ekscytingiemmentów i formacji animacji ekspresji.





# Dobierz odpowiedni format

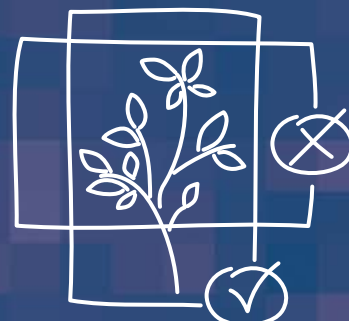
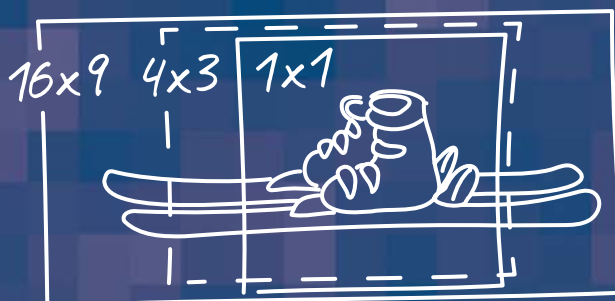
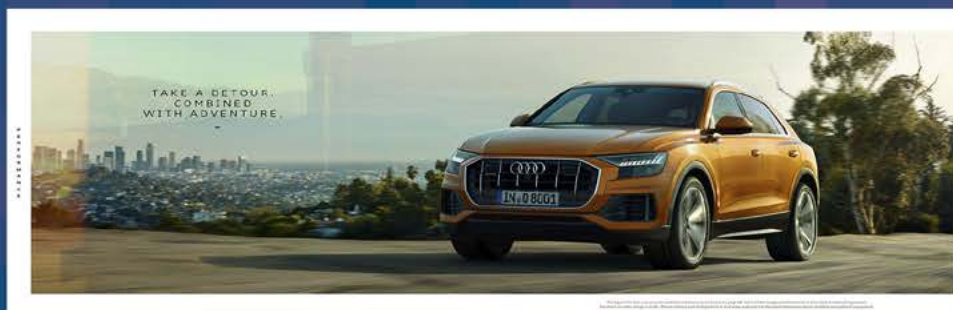
Produkt i usługa w dużej mierze determinują format.

Tworząc katalog produktowy marki sprzedającej narty, wybór kwadratowego formatu nie będzie najlepszym rozwiązaniem. Pionowe formaty sprawdzą się przy treściach, w których przeważają zdjęcia wykonane w pionie. Kwadratowe i poziome formaty będą najlepszym rozwiązaniem w przypadku prezentacji nowych trendów, inspiracji,

CD: Jessica Gronau, Phillip Wienberg  
AD: Cornelius Hafemeister  
CW: Nadja Preyer

Foto: Uwe Duettmann  
Postproduction: Digitales Leben

Agency: Philipp und Keuntje  
Client: Audi AG



a także sezonowych wydawnictw, portfolio, katalogów wizerunkowych oraz trendbooków.



## dla przykładu

W katalogu marki Audi wykorzystano poziomy format, który pozwolił na

użycie panoramicznych zdjęć podkreślających komfort i elegancję auta.

Co przychodzi Ci na myśl po obejrzeniu tych wizualizacji? Oczami wyobraźni widzisz wygodną, elegancką limuzynę?

Świetnie, efekt został osiągnięty! Wszystko dzięki złudzeniu optycznemu, na które wpłynął format katalogu.



### SET YOURSELF A CHALLENGE. DRIVEN BY PASSION.

For a driving experience in a whole other dimension. The new Audi Q8 combines luxurious comfort with superb handling stability. Thanks to the adaptive air suspension, it adjusts to your individual driving style and ensures superb cornering and a sporty, direct steering sensation on virtually any terrain.



The figures for fuel consumption and CO<sub>2</sub> emissions can be found on page 58. Some of the equipment illustrated are classified as optional equipment for which an extra charge is made. Please contact your Audi partner or visit [www.audi.com](http://www.audi.com) for detailed information about standard and optional equipment.

### DISCOVER AN INTERIOR. TAILORED TO YOUR MOOD.

For a driving sensation that speaks to all the senses and conveys pure lightness - underlined by a centre console that appears to float freely in the cockpit. With the multi-coloured ambient lighting package for the new Audi Q8, you choose what lighting you want at any time of day. And thanks to the individual colour profile, you can find the right colour for every mood.



The figures for fuel consumption and CO<sub>2</sub> emissions can be found on page 58. Some of the equipment illustrated are classified as optional equipment for which an extra charge is made. Please contact your Audi partner or visit [www.audi.com](http://www.audi.com) for detailed information about standard and optional equipment.



FEEL CLARITY,  
COUPLED WITH  
PERSONALITY.

I Love You

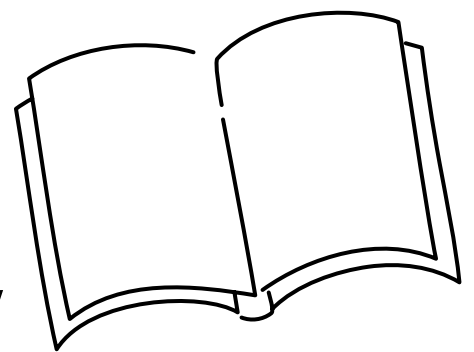


drukomat.

## Wybierz papier

Od tego wyboru zależy zarówno efekt, jakość, jak i cena katalogu.

Jeśli interesuje Cię wariant ekonomiczny, postaw na niską gramaturę, np. 90 g. Jednak im wyżej, tym bliżej jesteś efektu WOW.



*Jeśli chcesz czegoś więcej,*  
rozważ podłoża kredowe, ozdobne, kraftowe lub offsety o wyższych gramaturach.

## Papiery offsetowe



✓ są w pełni matowe,  
bez żadnego połysku

✓ dobrze wchłaniają  
farbę i nie blakną

✓ nie męczą wzroku

✓ można pisać po nich  
długopisem, przybijać  
pieczątki, a tusz się  
nie rozmazuje





Papiery  
kredowe  
inaczej powlekanie

ma  
ten  
błysk

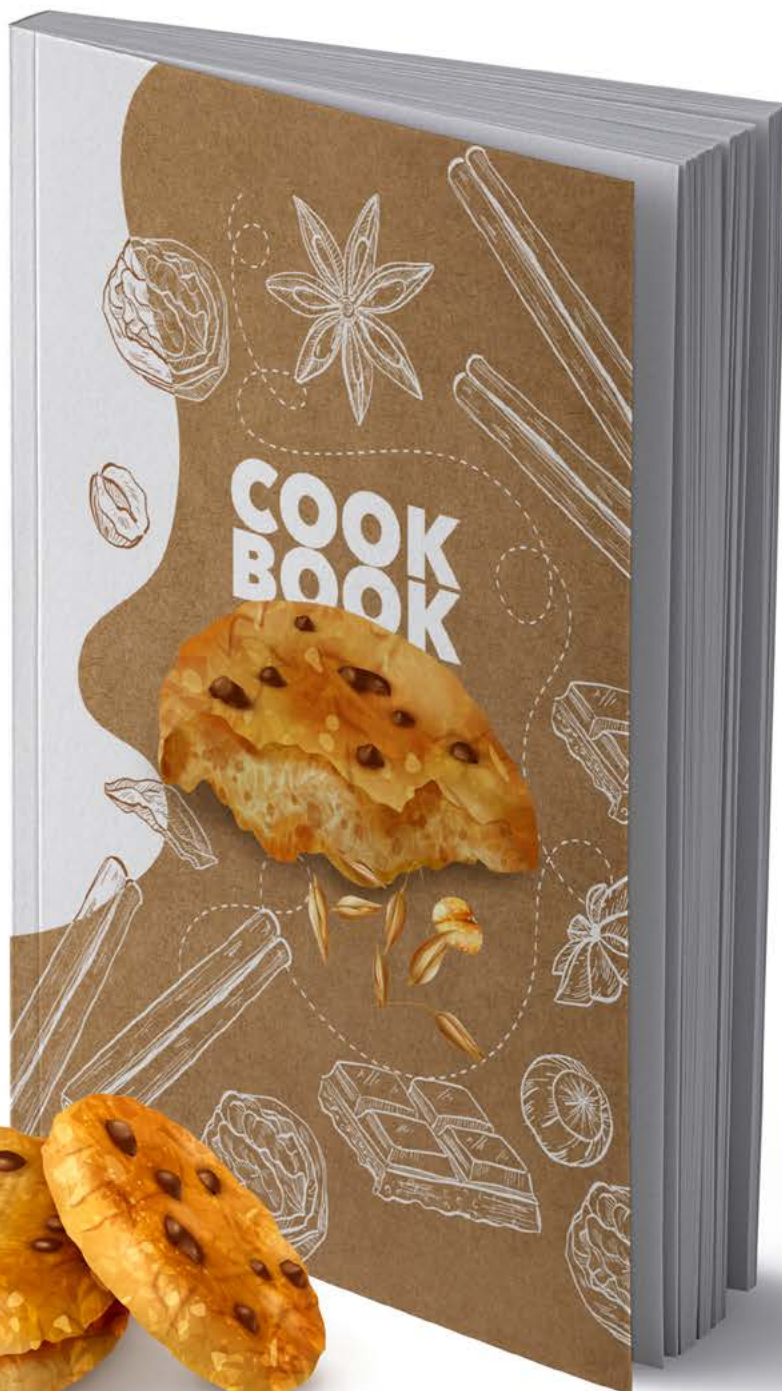
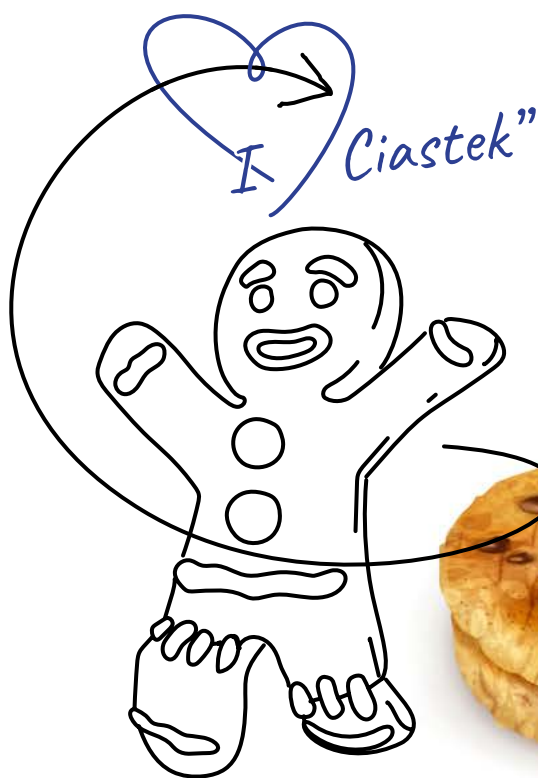


mogą być z matowym  
lub błyszczącym  
wykończeniem

nie „piją” farby,  
kolory są żywe  
i bardzo intensywne

powierzchnia jest gładka  
i przyjemna w dotyku

## Papiery z recyclingu



Podłoża kraftowe i offsetowe o wysokiej gramaturze pozwalają na nieszablonowe zastosowania, a dodatkowo wpisują się w trend EKO. Kraftliner i Woodstock Betulla to jedne z takich papierów.

Obydwa produkowane są z zachowaniem ścisłych norm ochrony środowiska i częściowo pochodzą z recyklingu, co sprawia, że można je ponownie przetworzyć. Oba doskonale nadają się na okładkę katalogu.



# Jesteśmy przygotowani do niestandardowych zleceń!

# Rozwiązania niestandardowe

Autorskie rozwiązania dają niepowtarzalną możliwość kreowania „nowej jakości” i wychodzenia poza utarte schematy.

*easy way to print!*

Coraz popularniejsze staje się dodawanie do katalogów wkładek z papierów ozdobnych, transparentnych okładek czy różnicowanie wielkości składek. Genialnym przykładem rozwiązania niestandardowego jest katalog DHL. Na stronie z przezroczystej folii nadrukowano kuriera z paczką, który z jednej strony odbiera przesyłkę i przenosi ją na drugą. Czy istnieje bardziej wymowny sposób, aby pokazać, czym zajmuje się firma?





cieeekawe!



W drukomacie  
możesz wszywać  
lub spiralować  
mniejsze składki.

W katalogu sztytym  
mniejsza składka musi  
być dosunięta do góry  
lub do dołu.



Dzięki tej realizacji marka zyskała dodatkowy viralowy efekt - rozwiązanie pojawiło się na najważniejszych stronach poświęconych komunikacji marketingowej oraz grafice.

formatu stron lub dodawanie składki z papieru ozdobnego - te sprawdzą się w katalogu spiralowanym albo sztytym.

Druk na przezroczystych surowcach w drukomacie realizujemy jako zamówienie niestandardowe.

sposobami. Dodaj do klasycznego katalogu transparentną okładkę z nadrukiem albo zaprojektuj dodatkowe, luźne, kolorowe zakładki z papieru ozdobnego czy banderolę okalającą publikację - im więcej takich zaskakujących elementów, tym bliżej efektu WOW!

Inne interesujące przykłady niestandardowych zastosowań to różnicowanie

Oryginalny wygląd można osiągnąć również innymi



Wykorzystajcie w pełni fizyczną siłę papieru. Da Wam to ogromną przewagę nad reklamami cyfrowymi. Wszyscy chcą się reklamować online, zapominając o tym, że drukowane materiały reklamowe w rękach klienta są o wiele skuteczniejsze niż niejedna reklama cyfrowa. Trzeba umieć je prawidłowo przygotować i świadomie wdrożyć jako stały element strategii marketingowej.

Sebastian Śnieciński  
Dyrektor Marketingu w drukomat.pl

# Personalizacja

## Zalety widać gołym okiem!

Personalizowane wydruki to rozwiązanie na miarę nowoczesnego marketingu - komunikację z klientem wynosi na poziom mistrzowski, pomagają w kreowaniu pozytywnego wizerunku marki i zwiększa lojalność nabywców. Zalety widać gołym okiem!

*LUDZIE MOGĄ ZAPOMNIEĆ, CO  
POWIEDZIAŁEŚ, MOGĄ ZAPOMNIEĆ,  
CO ZROBIŁEŚ, ALE NIGDY NIE ZAPOMNĄ  
TEGO, JAK SIĘ DZIĘKI TOBIE POCZULI.*

*Maya Angelou*

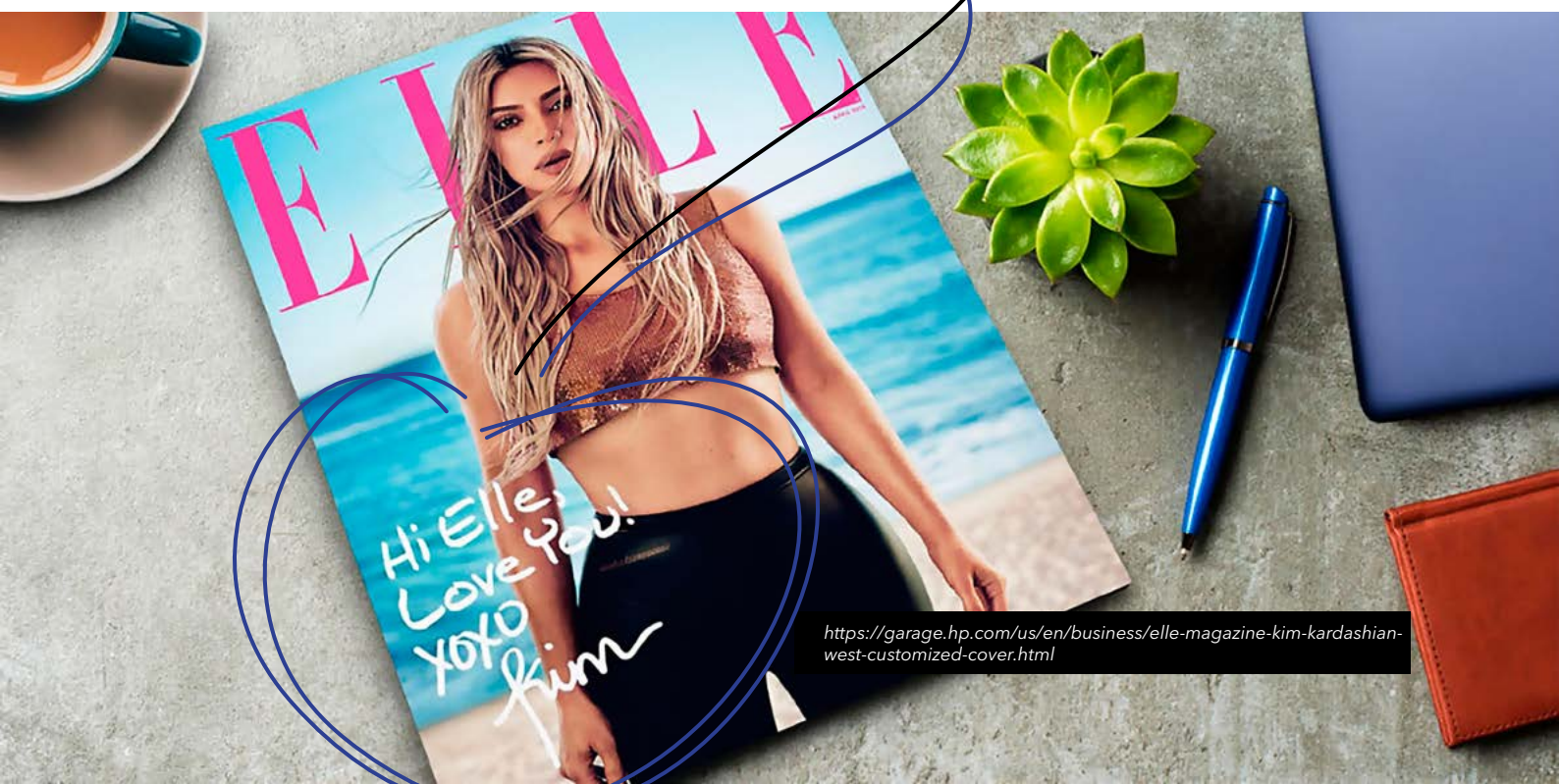
Wyobraź sobie, że Twoje dziecko w prezencie otrzymuje książeczkę z własnym imieniem albo kontrahent podczas spotkania zobaczy na okładce coś, co odnosi się bezpośrednio do jego firmy. Dziecko będzie wniebowzięte, a partner biznesowy

uzna, że Twoja firma naprawdę stawia na dedykowane rozwiązania.

Podobne zabiegi z powodzeniem można stosować w prenumeratach (personalizowane przywitania wewnątrz), w komunikacji programów lojalnościowych (papierowe zestawienie zdobytych punktów w katalogu z osobistym odniesieniem) oraz komercyjnych publikacjach (personalizowane książki z przeznaczeniem na prezent, np. urodzinowy album dla dziecka z tytułem „Witaj w rodzinie Kowalskich, Antoś!”).

W 2018 r. magazyn ELLE wspólnie z HP Graphic Arts wyprodukowali i wystali do 50 tys. prenumeratorów specjalne wydanie z personalizowaną okładką.

dla przykładu



<https://garage.hp.com/us/en/business/elle-magazine-kim-kardashian-west-customized-cover.html>



<https://garage.hp.com/us/en/business/elle-magazine-kim-kardashian-west-customized-cover.html>

Każda prenumeratorka znalazła w swojej skrzynce pocztowej dedykowany numer z imiennymi pozdrowieniami od Kim Kardashian, a wiele z nich podzieliło się swoim „prezenterem”, udostępniając zdjęcie magazynu w mediach społecznościowych. Takie dedykowane okładki zostały wydrukowane na HP Indigo, które pracują również w naszym parku maszynowym. Kolejny dobry powód, aby spróbować personalizacji!

cieeekawe!



Katalog jako produkt poligraficzny może być również określany jako: magazyn, gazetka/gazeta, broszura, folder, album, skoroszyt.



# Zaskakująca kreacja

Świetne pomysły nie zawsze wymagają olbrzymich nakładów finansowych na realizację.

Jeśli budżet nie zakłada rozwiązań niestandardowych, takich jak uszlachetnienia czy wybór papierów ozdobnych, nudę przełam ciekawym smaczkiem, dodanym do kreacji.



Kilka lat temu marka Adidas pokazała jak za pomocą zwykłego katalogu przekazać najważniejsze wartości marki. Projekt oparty na standardowym rozwiązaniu skutecznie złapał za oko i zyskał dodatkowe punkty u odbiorców za sprawą interakcji na linii: zdjęcie - strony katalogu.

dla przykładu



# Rodzaje katalogów w drukomacie

---

W naszej drukarni masz do wyboru trzy rodzaje katalogów: katalog szyty, klejony oraz spiralowany



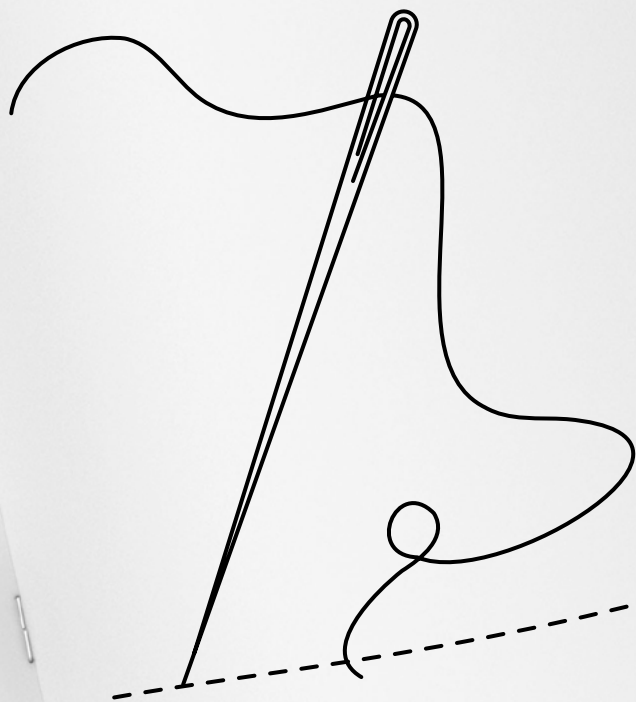
# Kiedy wybrać katalog szyty?

---

- jeśli zależy Ci na niewielkiej liczbie stron (od 4 do 56 stron + okładka)
- jeśli szukasz ekonomicznego rozwiązania
- jeśli zależy Ci na krótkim terminie realizacji
- jeśli chcesz uzupełnić katalog o materiały reklamowe lub szkoleniowe (wybierz zszywki oczkowe, by móc wpiąć katalog do segregatora)

## Zalety katalogów szytych

- druk dużych lub małych nakładów (od 5 szt.)
- korzystna cena
- szybka realizacja
- możliwość wpięcia do segregatora (zszywki oczkowe)



### Jak uzyskać najciekawszy efekt?

- zastosuj uszlachetnia folią lub połączeniem folii z lakierem wybiórczym UV (dzięki temu detale będą błyszczące). Pamiętaj jednak, że uszlachetnienie sprawdzi się tylko na podłożach powlekanych (np. kredach i kartonach) o odpowiedniej gramaturze (zwykle od 170 g). Uszlachetnienia nie stosuje się na podłożach ozdobnych, kraftowych i offsetowych

- wybierz podłoże offsetowe (można po nim pisać) jeśli katalog ma pełnić również funkcję notesu i zachęcać do interakcji z odbiorcami (rebusy, krzyżówki)

- wykorzystaj papiery o wyższej gramaturze – zarówno na okładce, jak i we wnętrzu katalogu

- pomyśl o papierze w stylu EKO – np. Kraftliner 250 g, Offset (nawet do 240 g) lub Woodstock Betulla (285 g)

*be cool,  
be eco!!!*



# Kiedy wybrać katalog spiralowany?

- gdy szukasz katalogu o małej lub średniej objętości (od 8 do 56 stron + okładka)
- gdy zależy Ci na szybkiej realizacji
- gdy potrzebujesz większego nakładu (od 50 szt.)
- gdy celem jest wygodne przeglądanie i prezentowanie stron (z możliwością rozłożenia na płasko)
- gdy Twój katalog będzie często eksploatowany i chcesz mieć możliwość wrywania kartek



## Zalety katalogów spiralowanych

- duża trwałość - katalog zachowa pierwotną formę nawet przy wielokrotnym kartkowaniu
- wygoda - można go rozłożyć na płasko
- pozwala na przeglądanie i zatrzymanie się na poszczególnych stronach
- różne kolory spirali do wyboru



### Jak uzyskać najciekawszy efekt?

- skorzystaj z uszlachetnień na okładce, dodając jej blasku (folia połysk), elegancji (folia matowa) lub aksamitnej faktury (folia soft touch)
- wybierz kolor spirali do projektu
- wydobądź detale na okładce, nałóż lakier wybiórczy UV
- wybierz rozwiązania niestandardowe i zamów okładkę na papierze syntetycznym, ozdobnym lub transparentnym



*hasło czasami trzeba „podbić”,  
aby nabrało specjalnych mocy*



# Kiedy wybrać katalog klejony?

- jeśli zależy Ci na doskonałym efekcie, ale i objętości (od 48 do 256 stron + okładka), możliwe jest również rozszerzenie liczby stron w zamówieniu niestandardowym
- jeśli nie potrzebujesz ich „na wczoraj” (klej musi wyschnąć)
- jeśli potrzebujesz druku regularnego, jak i akcydensowego
- jeśli potrzebujesz obszernej prezentacji oferty, projektów, trendów

## Zalety katalogów klejonych

- estetyka – katalogi klejone dobrze eksponują grafikę, dlatego świetnie nadają się do prezentacji produktów
- trwałość – klej PUR (poliuretanowy) jest bardzo mocny i elastyczny, odporny na wysokie i niskie temperatury, nie pęka, ani się nie rozkleja nawet przy niewielkiej liczbie stron
- prestiż – katalogi wyglądają na droższe i bardziej wartościowe
- można drukować nawet do 50 mm w grzbiecie



### Jak uzyskać najciekawszy efekt?

- zaprojektuj okładkę z folią w imponującym połysku, tonującym macie lub z aksamitną folią soft touch (w dotyku przypomina skórkę moreli)
- wydobądź detale na okładce, pokrywając je lakierem wybiórczym UV
- dobieraj różne podłoża i baw się zestawieniami - łącz papier matowy wewnątrz z błyszczącym na zewnątrz, a tam, gdzie jest to możliwe, wybieraj papiery ozdobne



dotyk,  
który jest wart  
więcej od  
1000 słów

drukomat.

1. Drukowane materiały reklamowe to sposób na wyróżnienie się i wygraną walki o uwagę klienta. Zadbaj o przemyślany i spójny projekt, który nie tylko będzie źródłem informacji o firmie lub ofercie, ale będzie również opowiadał historię.

2. Zanim przejdziesz do projektowania, przemyśl układ treści - ustal rodzaj siatki oraz schemat, aby finalny produkt był czytelny i atrakcyjny wizualnie.

3. Dobierz odpowiedni format - to od niego będzie zależeć układ całej kreacji i rodzaj zdjęć i grafik, które wybierzesz do stworzenia katalogu. Do dyspozycji masz formaty pionowe, poziome, a także kwadrat.

4. Nie bój się eksperymentować i baw się formułą. W drukomat.pl do wyboru masz 3 rodzaje katalogów - szyte, klejone i spiralowane.

5. Wybierz papier - do dyspozycji masz tradycyjny papier kredowy, offsetowy oraz całą gamę papierów ozdobnych dla jeszcze lepszego efektu końcowego.

6. Podkreśl projekt uszlachetnieniami - podkreśl najistotniejsze elementy na okładce lakierem UV lub całość pokryj folią soft touch. Twój katalog wyróżni się spośród innych i trudno będzie przejść obok niego obojętnie.

7. Postaw na personalizację - nic tak dobrze nie działa, jak komunikacja kierowana wprost do odbiorcy. Masz spore pole do popisu - możesz skorzystać z wkładki, w której umieścisz indywidualny przekaz albo - jeśli wysyłasz katalogi do klienta - spersonalizować kopertę.

podsumowanie

01

# TRENDY GRAFICZNE W PROJEKTOWANIU KATALOGÓW

drukomat.

# 02

# Wstęp

Bądź na bieżąco z trendami, czerp inspiracje od najlepszych i twórz projekty, które będą zachwycać!

W tym rozdziale znajdziesz solidną porcję kreatywnych pomysłów ze świata grafiki, a także zestaw narzędzi ułatwiających poruszanie się po świecie projektowania. Wykorzystaj tę wiedzę, testuj zaproponowane rozwiązania i twórz nowoczesne kreacje! Katalog, który będzie „na czasie”, wyeksponuje Twój przekaz i za sprawą nietuzinkowego projektu na długo pozostanie w pamięci, stając się solidnym

wsparciem w efektywnych działaniach marketingowych.

Zobacz jak niewiele Cię dzieli od tego celu!



**Natalia Stępnia**

Specjalistka ds. komunikacji i mediów społecznościowych w drukomat.pl

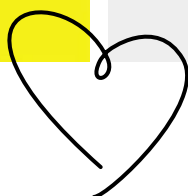
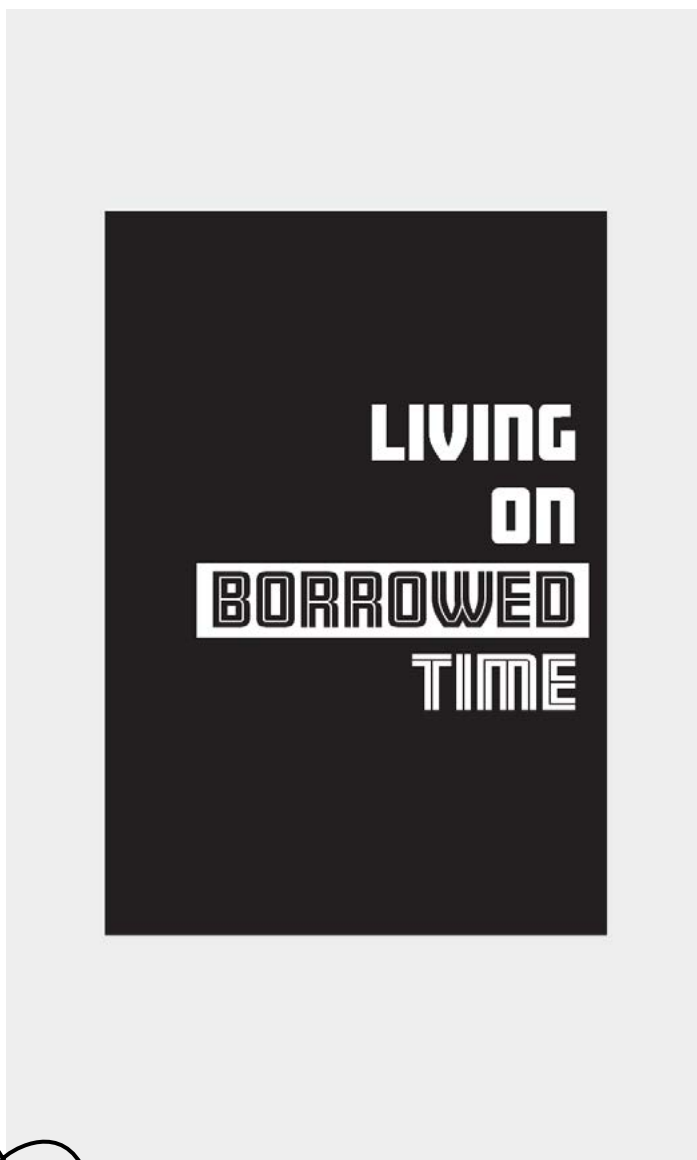
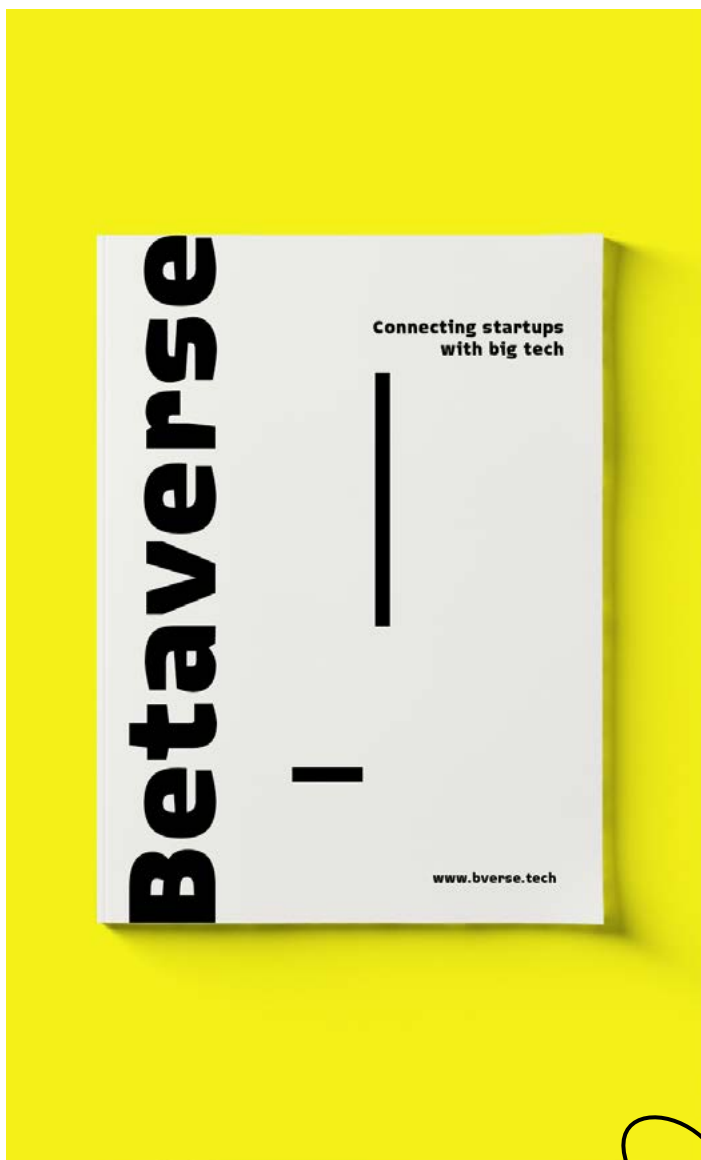


# Animacja

---

Ruchoma grafika jest w trendach od kilku dobrych lat, ale w 2022 zdecydowanie umocni swoją pozycję, dyktując warunki w projektach stron internetowych oraz w treściach publikowanych w mediach społecznościowych (również tych

reklamowych). Animacja to sposób na wyróżnienie się i szansa na przyciągnięcie uwagi, dlatego i w tym roku nie zabraknie eksperymentów z tą formą twórczej ekspresji.



# Antropomorfizm

---

Fantastyczne zwierzęta (i nie tylko!) brylowały w trendach w 2021 i niewiele zmieni się w 2022. Antropomorficzne wariacje będą przewijać się w identyfikacjach marek, które zapragną

mocniej zaznaczyć się w świadomości potencjalnej grupy odbiorczej i zostać tam na dłużej, wzbudzając na przykład takie emocje jak sympatia czy zaciekawienie.



*Gadające,  
zwierzęce głowy  
to już nie tylko  
domena Orwella.*





# Gradient

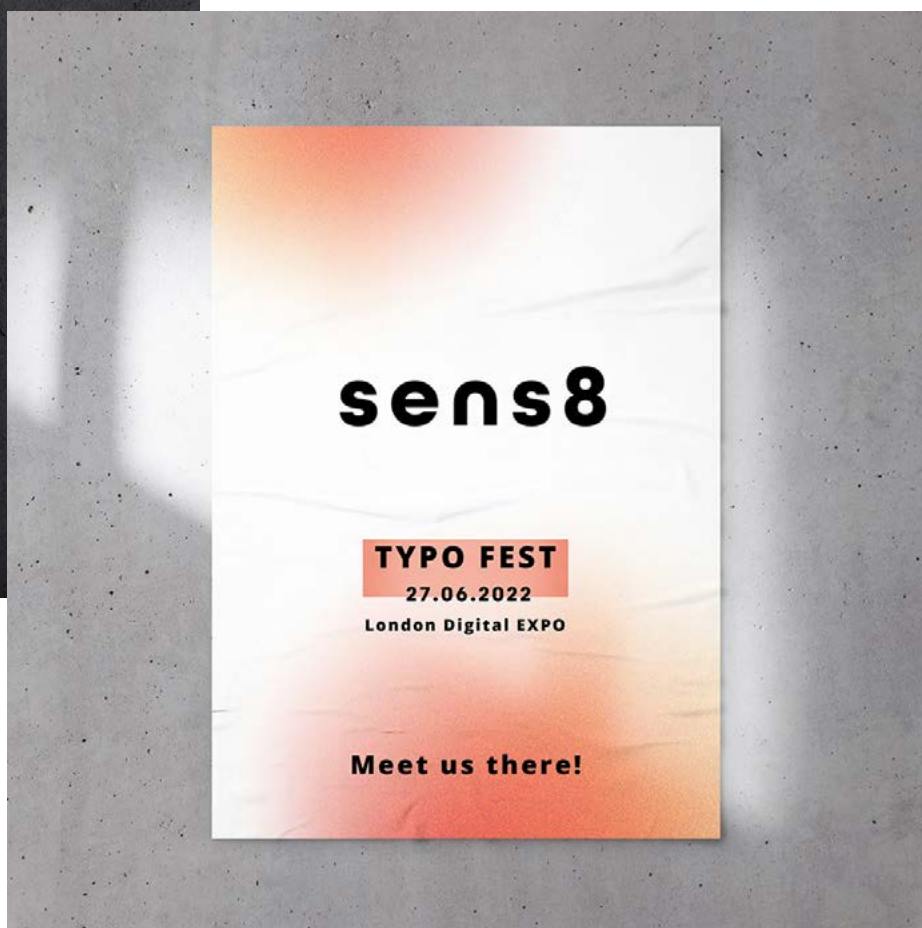
---

A w parze z nim ziarno! Technika pozwalająca tworzyć grafiki w klimacie retro, zdominuje przyszłoroczne trendy, karmiąc nas solidną porcją kreacji rodem ze starych filmów science fiction albo wystaw poświęconych sztuce abstrakcyjnej. Jednak gradient i ziarno

to nie tylko sposób na odtwarzanie klimatu przeszłości - ta technika graficzna sprawdzi się doskonale podczas tworzenia współczesnych, a nawet futurystycznych kreacji, których zadaniem jest wyprzedzać swoją epokę.



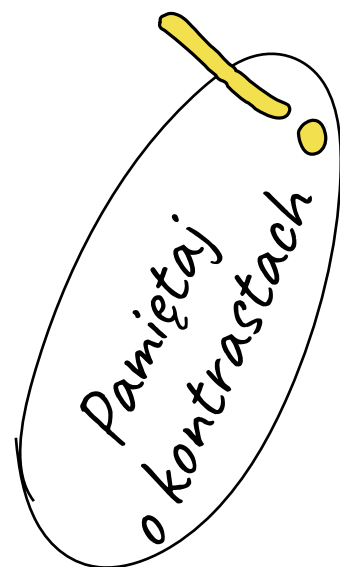
Nie ma być perfekcyjnie.



Ma być ciekawie!

# Retro

---

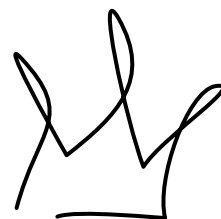


Ten wątek już pojawił się przy omawianiu ziarna i gradientu, a tutaj tylko się umocni. Wiecznie żywe retro nie zestarzeje się również w nadchodzącym roku - będzie ekspandować, inspirując osoby reprezentujące świat sztuki i grafiki użytkowej. Nawiązywanie do minionych czasów i sentymtalne wycieczki do tego, co już było, będą konkurować z futuryzmem oraz współczesnymi technikami, pojawiającymi się w grafice.



# Minimalizm

---



Trudno się dziwić, że ten trend, solidnie umocowany w tendencjach graficznych ostatnich lat, również będzie dobrze się miał w 2022. W świecie przeładowanym bodźcami, bitami i informacjami, coraz częściej poszukiwanymi wartościami są poczucie spokoju, harmonii i wyciszenia.

Próba ich odnalezienia stają się graficzne kreacje tworzone w duchu minimalizmu – zarówno te, przeznaczone do druku jak i te w wersji cyfrowej.



*Bez przepychu,  
ale z klasą!*



# Surrealizm

Słowo towarzyszące temu trendowi to ucieczka. Z miasta, od rutyny albo w kosmos. Otaczając się pracami powstałymi w tym nurcie graficznym będzie można przenieść się na chwilę w inne miejsce - bez wychodzenia z domu i bez podłączania wtyczki do metawersum. Surrealizm w 2022 będzie silnie oddziaływać na bodźce i wyobraźnię, czarując, uwodząc i kusząc obietnicą nowego i nieznanego.

Surrealizm dźwiga głowę, podczas gdy inni nadal ograniczają się tylko do flirtu, a wielu czyni oszczędności na czarną godzinę.

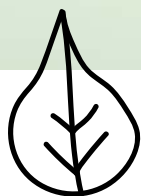
Salvador Dali



# Inspiracje naturą

Świeżo, zielono i naturalnie. Bliskość z przyrodą to wciąż coś, co mamy w deficycie, a ten kompensuje się między innymi w wysypie prac graficznych, gdzie właśnie natura gra pierwsze skrzypce. Dotyczy to zarówno koncepcyjnych wariacji

uzupełniających portfolio, jak i marek – coraz chętniej zwracających się ku ekologii – manifestujących kulturowane wartości w identyfikacjach bliskich przyrodzie i pełnych odniesień do planety oraz jej atrybutów.



Wyciągnij z natury to, co najlepsze.

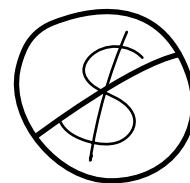
# Pamiętaj:

---

Forma graficzna, jaka zostanie wybrana do katalogu powinna zawsze uwzględniać identyfikację wizualną marki, dla której powstaje materiał. Jednak korzystanie z trendów i znajomość tego, co podoba się na rynku może zdecydować o ostatecznym sukcesie.

# Ułatw sobie pracę: zbiór darmowych materiałów

---

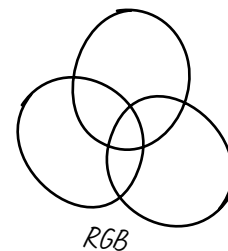


W życiu liczy się spryt! Kiedy zna się trendy, trzeba jeszcze wiedzieć gdzie szukać materiałów do pracy. Nie każdy grafik jest ilustratorem, nie każdy też musi potrafić projektować fonty. Dlatego przygotowaliśmy dla Ciebie zbiór przydatnych narzędzi i platform, w których znajdziesz mnóstwo darmowych zdjęć, wektorów, krojów pisma i różnych wtyczek, dzięki którym praca stanie się łatwiejsza.



# Okiełznaj kolory: palety i generatory kolorystyczne, inspirujące zestawienia

---



## **Adobe Color**

szukaj na podstawie kolorów, nastrojów lub słów kluczowych

## **BrandColors**

tutaj znajdziesz kolory firmowe najpopularniejszych marek

## **ColorSpace**

generuj palety na podstawie numeru koloru

## **Colormind**

generuj style kolorów ze zdjęć, filmów i sztuki popularnej

## **Khroma**

wybierz zestaw 50 kolorów, a algorytm wygeneruje Twoje ulubione

## **Gradient**

generuj palety gradientów

## **Picular**

wyszukuj kolory tak łatwo jak hasła w Google

## **Coolors**

generuj palety w trybie ekspresowym

# Znajdź dobre zdjęcia: bazy darmowych zdjęć do Twojej dyspozycji

---



## **Unsplash**

modne zdjęcia często już po obróbce (z filtrami)

## **Foodiesfeed**

przepiękne zdjęcia jedzenia

## **Travelcoffeebook**

zdjęcia podróżnicze z otwartą licencją

## **Foter**

alternatywa do Unsplash

## **Pixabay**

darmowe zdjęcia i video do powszechnego użytku

## **Pexels**

duży zbiór wysokiej jakości zdjęć, strona w języku polskim

## **Picjumbo**

ładne zdjęcia w popularnej stylistyce

## **Reshot**

bank zdjęć na temat fauny i flory

## **Kaboompics**

alternatywne źródło ładnych zdjęć na otwartej licencji



## Dopasuj fonty: tutaj znajdziesz darmowe

---

pamiętaj o tym,  
żeby sprawdzać licencje,  
niektóre wymagają  
podania autora / źródła

[Google Fonts](#)

[DaFont.com](#)

[Fontsquirrel](#)

[1001 Fonts](#)

[Fontspace](#)

[Abstract Fonts](#)

tu też uważnie  
czytaj licencje

## Zaprezentuj katalog: korzystaj z darmowych mockupów

---

[Mockup World](#)

[The Mockup Club](#)

[GraphicBurger](#)

[Pixeden](#)

[Mr Mockup](#)

[Anthony Boyd](#)

[Good Mockups](#)

[Unblast](#)

[Pixelbuddha](#)

[Smartmockups](#)



Źródło: Pixeden

# Darmowa grafika wektorowa: ilustracje, ikony, piktogramy, infografiki

---



## **icons8**

super ilustracje na e-commerce

## **Freepik**

grafika wektorowa, pliki psd, ikony

## **Vecteezy**

duży zbiór grafiki wektorowej

## **Dryicons**

bank ikon

## **Flaticon**

bank ikon w stylu minimalistycznym

## **Peecheey**

zbiór darmowych ilustracji wektorowych

## **Stockio**

zdjęcia i wektory

## **rawpixel**

materiały premium z zakładką darmowych zasobów

## **Vectorove**

kolekcja darmowych ilustracji do pobrania od Grafmaga i Moniki Suchodolskiej

# Przydatne wtyczki: to też Ci się przyda!

---

*dla Google Chrome*

## **Muzli 2**

bądź na bieżąco z trendami

## **Shift Click**

wycinaj i udostępniaj obrazy w mgnieniu oka

## **WhatFont**

jednym ruchem myszki dowiesz się, co to za font

## **Dark Reader**

oszczędzaj wzrok, przeszukując sieć w poszukiwaniu pomysłów

## **Full Page Screen Capture**

zapisuj widok strony jednym kliknięciem

## **Colorzilla**

pobieraj kolory z dowolnego miejsca w sieci

## **Lorem Ipsum Generator**

przyda się, kiedy czekasz na treść od copywritera

# Najbardziej wartościowe strony dot. projektowania:



Inspiracje tu!

[Dribbble](#)

[Awwwards](#)

[Behance](#)

[Abduzeedo](#)

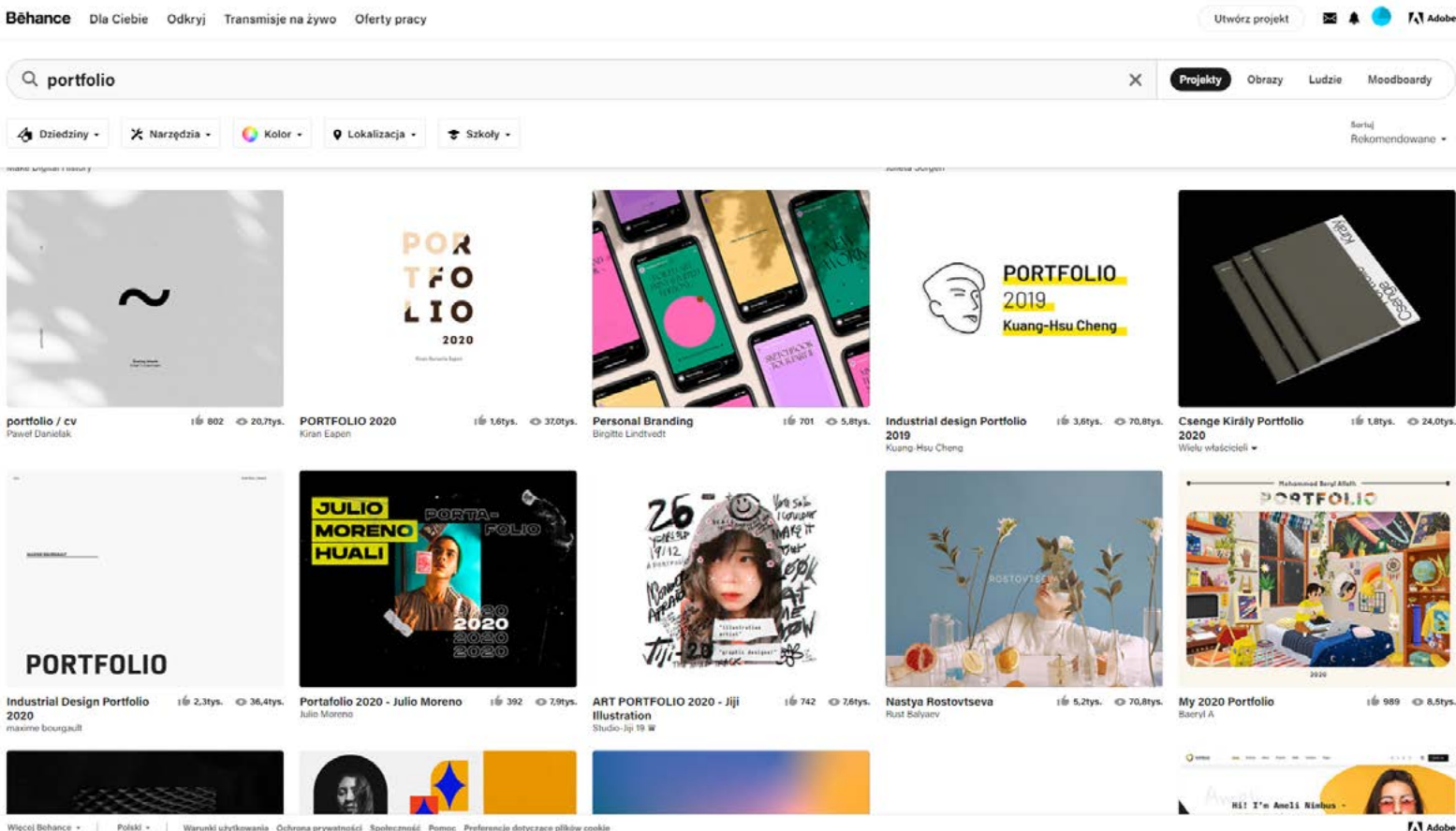
[99designs](#)

[Designspiration](#)

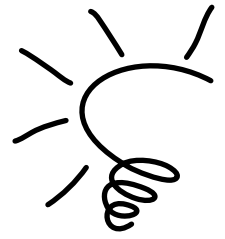
[Logoinspirations](#)

[Dezeen](#)

A tutaj jeszcze porcja ciekawych projektów katalogów prosto z naszej drukomatowej tablicy na [Pinterest](#) - uzupełniamy ją na bieżąco!



# Poligrafia i kreacja to nierozłączny duet



Chcesz więcej? Zajrzyj do kategorii [Drukomat & The Brief](#) na naszym blogu i korzystaj z eksperckiej wiedzy, dostarczanej przez wyjątkową społeczność grupy [The Brief Pro - co znosi psychika grafika](#).

The screenshot shows the homepage of drukomat.pl. At the top is the logo 'drukomat.' and a 'Blog' link. Below is a navigation menu with items like 'DRUKARNIA MOŻLIWOŚCI', 'DORZUC DO PACZKI', 'DRUKOMAT & THE BRIEF', 'OPAKOWANIA', 'INSPIRACJE', 'NASZE MOCKUPY', 'KONTAKT', and 'PRODUKTY'. There are also social media icons for Facebook, Instagram, YouTube, and a search icon. The main content area features a section titled 'KATEGORIE: DRUKOMAT & THE BRIEF' with two circular profile pictures of a woman and a man. To the right, there is a 'D NAS' section with a text snippet: 'Mówią o nas #ZnaniZdruku. Świadczymy usługi poligraficzne dla biznesu. Z nami druk online staje się łatwiejszy!'. Below that is a 'FACEBOOK' section showing a Facebook post from 'drukomat.pl - drukarnia inte...' with a 'Lubim' button and a 'Lubimy więcej' button. At the bottom of the screenshot, the text 'Drukomat & the Brief' and 'JAK TECHNOLOGIA ZMIENIA PROJEKTOWANIE GRAFICZNE' is visible.

This graphic features the text 'the Brief.' in a bold, sans-serif font on the left. On the right side, there is a close-up portrait of a man with a beard and dark hair, looking towards the camera. At the bottom of the graphic, there are five logos: 'wacom', 'EIZO', 'drukomat.', 'RocketJobs', and 'SO IN LAW'.

drukomat.

podsumowanie

### **1. Projektujesz katalog?**

Kreację opieraj o aktualne trendy w projektowaniu graficznym, mieszaj style, baw się formą, a ostateczną wersję projektu dobierz do klimatu Twojej marki oraz przekazu, jaki chcesz komunikować.

### **2. Ułatw sobie pracę i wykorzystaj zasoby internetu!**

Używaj darmowych oraz płatnych narzędzi, banków zdjęć oraz platform dla projektantów graficznych. Możliwości jest wiele, a gotową listę z linkami do poszczególnych miejsc znajdziesz powyżej.

### **3. Bądź na bieżąco!**

Śledź najpopularniejsze serwisy dla projektantów, a dzień zaczynaj przynajmniej od Behance'a i Pinteresta!

# Drukuj i płać z PAYlater

---

Katalogi to nierzadko spory wydatek. Jeśli zakładasz produkcję wysokiego nakładu, zrealizowanie zlecenia może pochłonąć niemałe koszty. Dlatego w takich sytuacjach dobrze korzystać z nowoczesnych form płatności, które ułatwiają sprawną realizację zamówienia.

W drukomat.pl mamy własną i unikalną formę płatności o nazwie PAYlater, którą opracowaliśmy na podstawie analizy potrzeb naszych klientów. Z PAYlater przesuwasz termin zapłaty za wydruki nawet o 45 dni. Jak to działa? To proste - otrzymujesz limit finansowy, który możesz wykorzystać w dowolnym momencie na wydruk materiałów.

Przyznany limit możesz traktować jako poduszkę bezpieczeństwa w razie awaryjnej sytuacji. Rozwiązanie jest elastyczne i zostało stworzone po to, by pomagać Ci w osiągnięciu celów biznesowych. Dzięki temu z łatwością zrealizujesz produkcję większej ilości materiałów lub wydłużysz termin płatności swoim klientom, bez konsekwencji dla własnego biznesu.

Więcej na temat PAYlater [tutaj](#).



7 GRZECHÓW  
GŁÓWNYCH  
W PRACY  
Z KATALOGAMI

drukomat.

03

# Wstęp

---

Błędy się zdarzają i dopóki jesteśmy ludźmi to się raczej nie zmieni. Jak się jednak przed nimi bronić? Skorzystaj z wiedzy, którą dzielimy się z Tobą w tym rozdziale i dowiedz się jak uniknąć potknięć na drodze do katalogu idealnego. Będzie sporo życiowych przykładów oraz podpowiedzi, jak się przed nimi ustrzec.

W tej części eBooka podzielimy się z Tobą wiedzą zdobytą przez wiele lat pracy z wydrukami. Zebraliśmy doświadczenia osób, które odpowiadają za DTP w naszej firmie, a że na pokładzie mamy samych ekspertów - część z nich potrafi nawet wyczuć błędy w pliku, jeszcze zanim go otworzy!

*Zobacz, o czym warto pamiętać i czego się wystrzegać, przygotowując katalog do druku.*





# 1. Nie wiem kto to wytnie, czyli brak spadów i marginesów

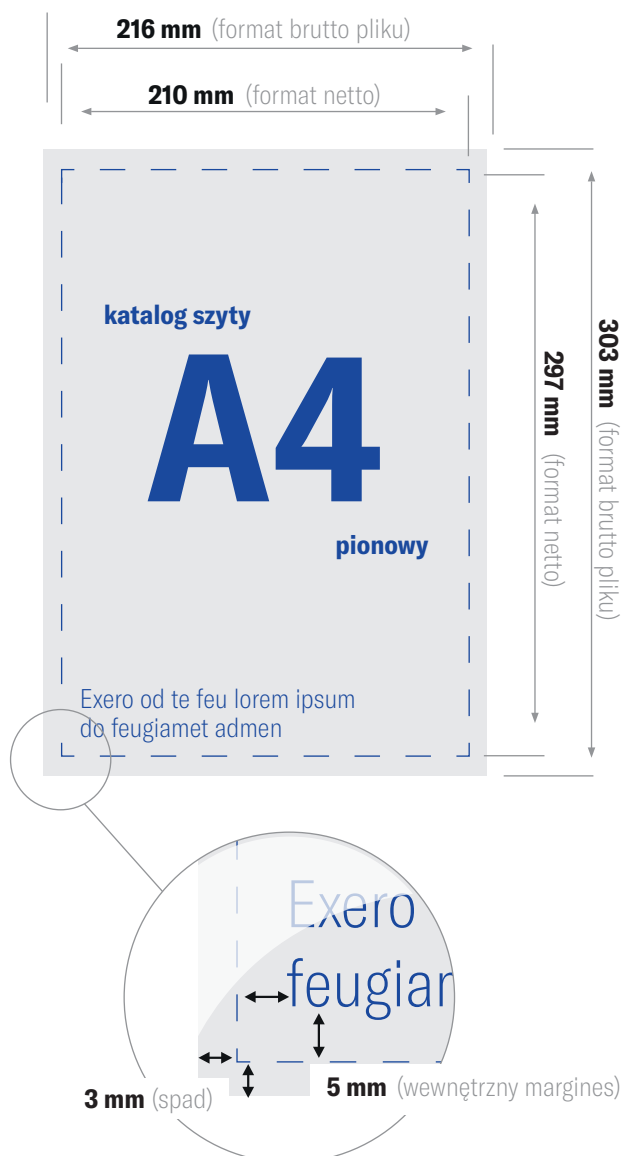
Zdarza się o nich zapomnieć nawet najlepszym. W ferworze walki z InDesignem i tekstami oraz poprawkami dowożonymi w ostatniej chwili, deadline zbliża się jak góra lodowa do Titanica.

Po zakończeniu projektu zapisz plik, weź głęboki wdech... i sprawdź. Są? Świetnie! Lecimy dalej. Brak? Cóż... Nie ma za co!



- zastosuj margines wewnętrzny, dopasowany do danego rodzaju katalogu (każdy ma inne ustawienia marginesu - warto sięgnąć do instrukcji przygotowania pliku do druku)

- dociągnij tło/grafikę aż na obszar spadów



Zapominanie o tych obszarach może sprawić, że po złożeniu katalogu - część elementów nie będzie czytelna. Oczywiście, jeśli taki jest zamysł twórczy - nie ma sprawy, natomiast jeżeli nie zależy Ci na budowaniu tajemniczości, uwzględnij obszary zalecane do danego rodzaju katalogu (kilka stron dalej dokładnie to wyjaśniamy).

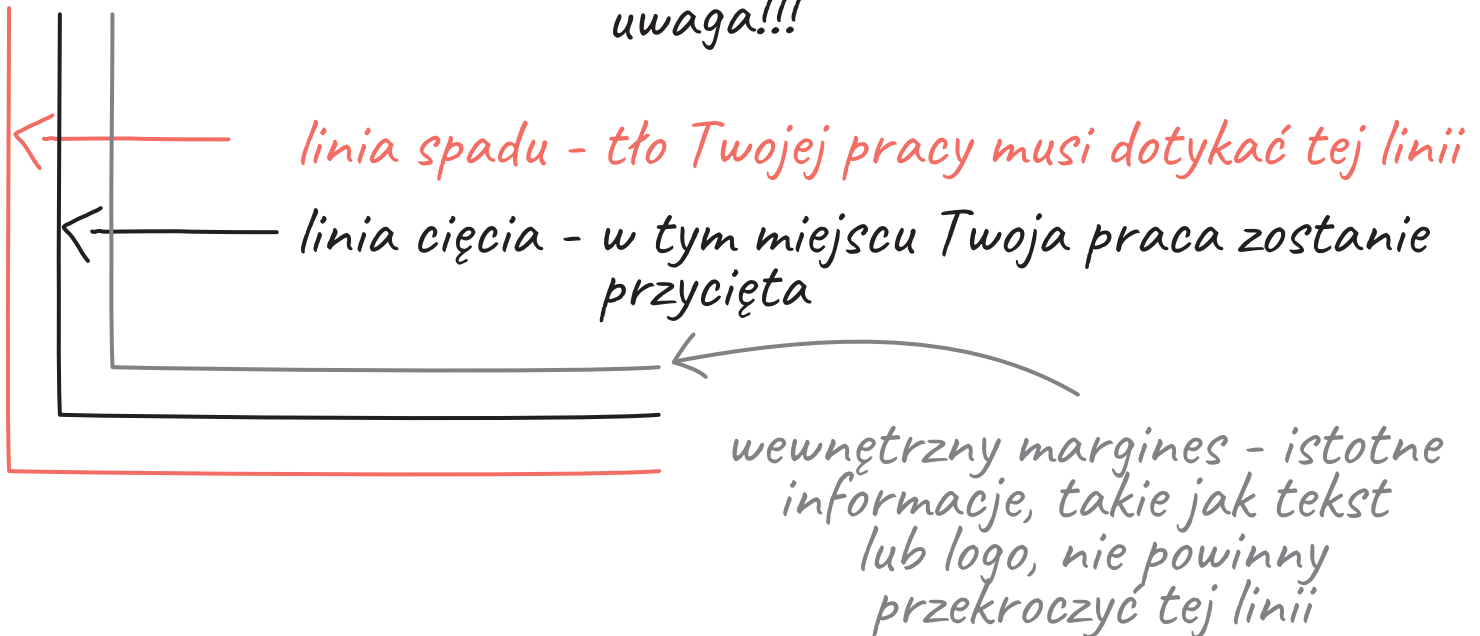
### Czym jest obszar netto i brutto?

Format netto to format ostateczny wydruku (po ucięciu obszarów roboczych). Z kolei format brutto to po prostu format netto, powiększony o spadki drukarskie.

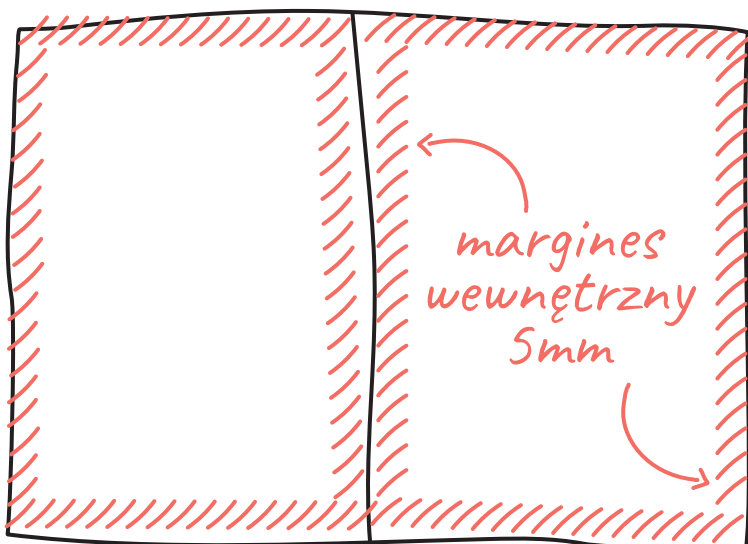


### Czym są spadki?

To obszary robocze, które będą usunięte podczas docinania projektu. Zwykle wynoszą 3 mm, ale ich dokładne rozmiary są opisane w instrukcjach przygotowania projektów dla wybranych produktów. Dzięki dociągnięciu projektu aż do linii spadku, zmniejszasz ryzyko pozostawienia niezadrukowanych pasków.



### ☑ katalog klejony

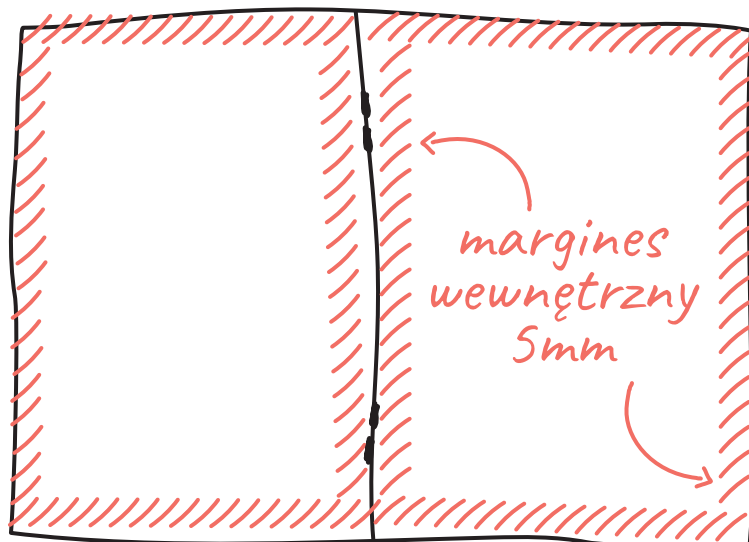


### Czym jest margines wewnętrzny?

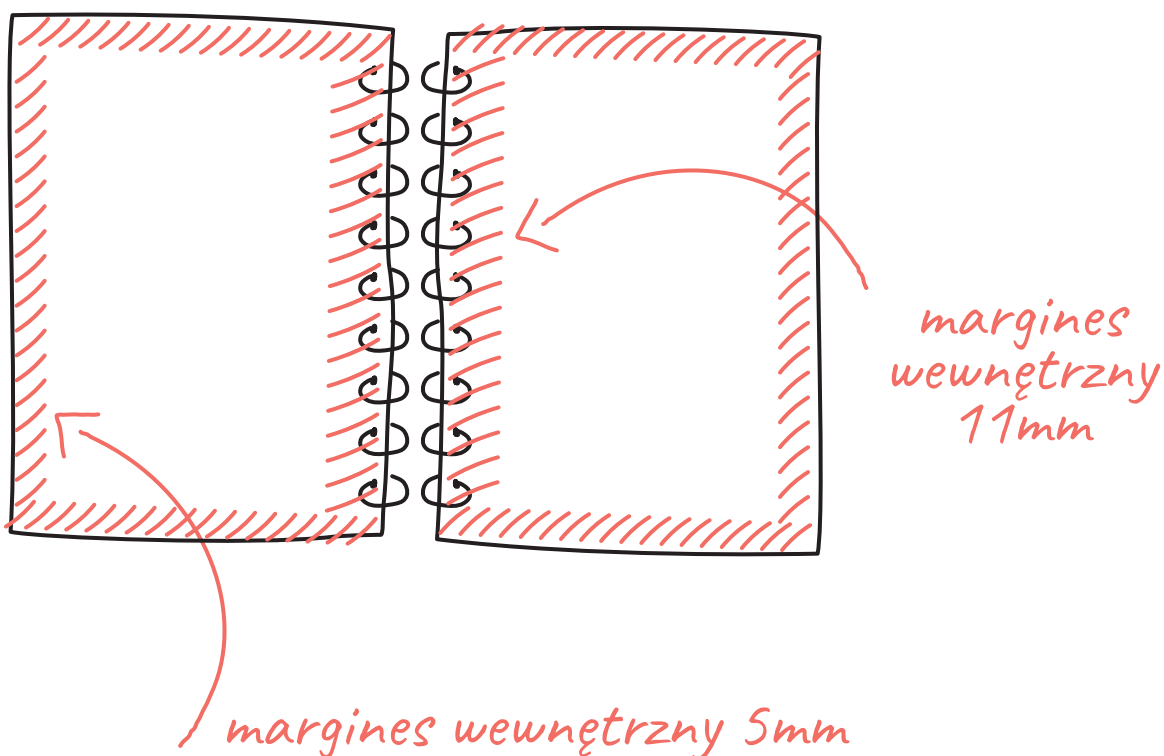
Poza spadkami pamiętaj też o marginesach wewnętrznych. To obszar, który pozwala zachować bezpieczną odległość od linii cięcia. Należy go uwzględnić wewnątrz formatu docelowego (netto). Zwykle wystarczy margines 3 - 5 mm od linii cięcia. Wartość tę zawsze warto sprawdzić w instrukcji przygotowania danego pliku do druku (np.

w katalogach - ze względu na sposób łączenia stron, często jest on większy). Poza marginesem wewnętrznym nie należy umieszczać żadnych istotnych informacji - tekstu, zdjęć lub logo. W przypadku katalogów zalecane spady i marginesy zależne są od sposobu łączenia stron. Inne wartości stosowane są w katalogu szytym, klejonym i spiralowanym.

## ✓ katalog szyty



## ✓ katalog spiralowany



Nawet najlepszym zdarza się o tym zapominać, dlatego powyżej mamy dla Ciebie graficzną ściągę.

## 2. Na podglądzie wyglądało inaczej, czyli teksty niezamienione na krzywe

Dla wielu projektantów zamiana fontów na krzywe przed zapisaniem pliku do druku to oczywista oczywistość. Prawdziwy DTP-owiec wyjadacz, który zjadł sobie zęby na przygotowywaniu plików do druku robi to automatycznie i bezwarunkowo. Niemniej jednak, na pewno warto to sobie dopisać do checklisty. Czasem można mieć gorszy dzień, a wyłapanie takiego niedopatrzenia uratuje cały nakład!

### A na co to komu potrzebne?

Niestety, kiedy pracujesz na swoim komputerze, masz dostęp do zasobów, które niekoniecznie znajdą się na innym urządzeniu. W przypadku fontów jest to duży problem, ponieważ nie tylko drukarnia może nie mieć użytych przez Ciebie fontów, ale również może posiadać ich inną wersję (lub wersję innego producenta). W praktyce efekt może wyglądać tak:

*Czy tekst jest zamieniony na krzywe można podejrzeć w widoku. Widok > Kontur lub skrót Ctrl+Y*

FONT

*font nieskrzywiony*

FONT

*font zamieniony na krzywe*

TREŚĆ ORYGINALNA

Treść oryginalna

*Aby uniknąć tego typu błędu w Adobe InDesign, zastosuj prostą komendę po zaznaczeniu tekstu: Tekst > Zamień na krzywe lub skrót Ctrl+Shift+O*

### Czym są krzywe?

Są to fonty (czcionki/kroje pisma) zamienione na wektor. Zapobiega to zamianie przez program fontu na inny - po otwarciu pliku przez osoby nieposiadające danego kroju (np. w celu edycji lub przygotowania do druku). Obecnie można załączyć dany krój (jeśli autor pozwala) do pliku wynikowego PDF. Jeśli jednak nie ma takiej potrzeby, zalecamy ich wcześniejsze skrzywienie.

### Czym jest spłaszczanie pliku?

Spłaszczenie pliku pozwala osadzić wszystkie elementy w pliku (spłaszcz obraz/rasteryzacja obrazu w bitmapę). Spłaszczenie stosuje się, gdy w pliku może brakować np. łączy lub fontów albo zastosowano przezroczystości, które mogą być źle odczytane. Oznacza to także, że wszystkie elementy wektorowe zamienią się w rastrowe, tracąc niezauważalnie na jakości.

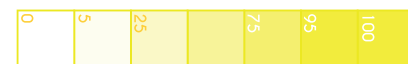


# 3. Zła wielkość pracy i znaczniki drukarskie



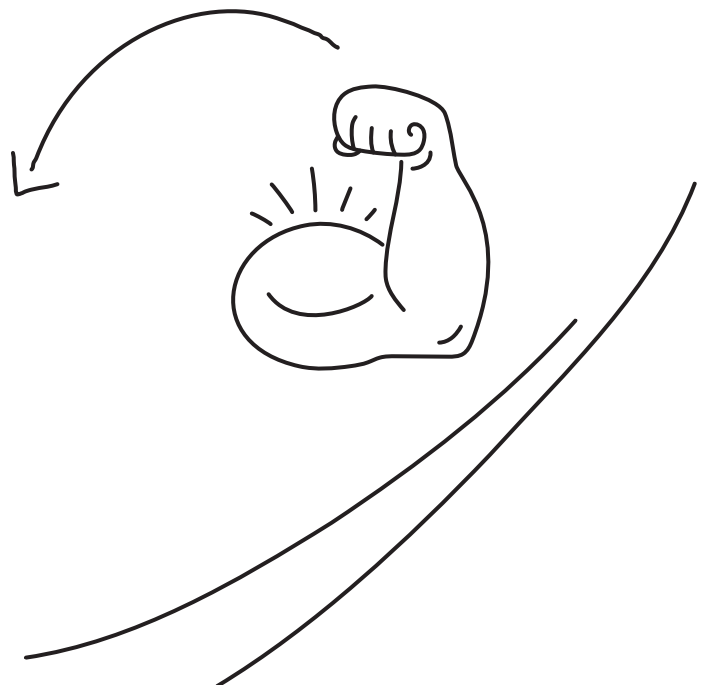
Kwestia wydaje się prozaiczna, warto ją jednak w tym miejscu mimo wszystko jeszcze raz zaakcentować, podkreślić i pogrubić. Każdy wie, jakie wymiary ma format A4, A5, A6. A jeśli nie, bardzo łatwo może sprawdzić. Mimo to, przesyłane są czasem pliki, w których np. na makietę katalogu A4, wlane są katalogi A5 (lub na odwrót). Oczywiście można drukować różne wymiary (także niestandardowe), pod warunkiem, że będą złożone w zaznaczonym formacie (lub zamówione jako tzw. niestandard).

Aby tego uniknąć, warto korzystać z gotowych makiet, dostępnych przy konkretnych produktach i wlewać w nie dedykowane formaty. Ale tutaj także trzeba uważać. Zawsze, zanim wyślesz plik do drukarni, upewnij się, że nie ma na nim znaczników drukarskich (np. paserów, linii cięcia, pasków kolorów - jak na poniższym obrazku). No, chyba że chcesz, aby znalazły się na wydruku - wtedy nie było tematu.



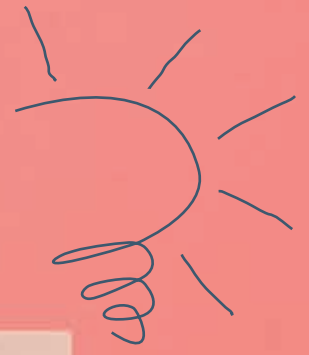
## Ściągą

- prawidłowy plik do druku zawsze musi być przygotowywany w skali 1:1
- najpierw pobierz odpowiednie makiety i dopiero na nich twórz swój projekt, jest to dużo bezpieczniejsze niż dopasowywanie projektu do makiety
- makiety znajdziesz i pobierzesz u nas na stronie po wybraniu produktu
- zanim wyślesz pliki do druku upewnij się, że makieta została wyłączona
- jeśli projektujesz katalog klejony, uwzględnij szerokość grzbietu





# formaty papieru A i B



## formaty A

- A1 594x841 mm
- A2 420x594 mm
- A3 297x420 mm
- A4 210x297 mm
- A5 148x210 mm
- A6 105x148 mm

## formaty B

- B1 707x1000 mm
- B2 500x707 mm
- B3 353x500 mm
- B4 250x353 mm
- B5 176x250 mm
- B6 125x176 mm

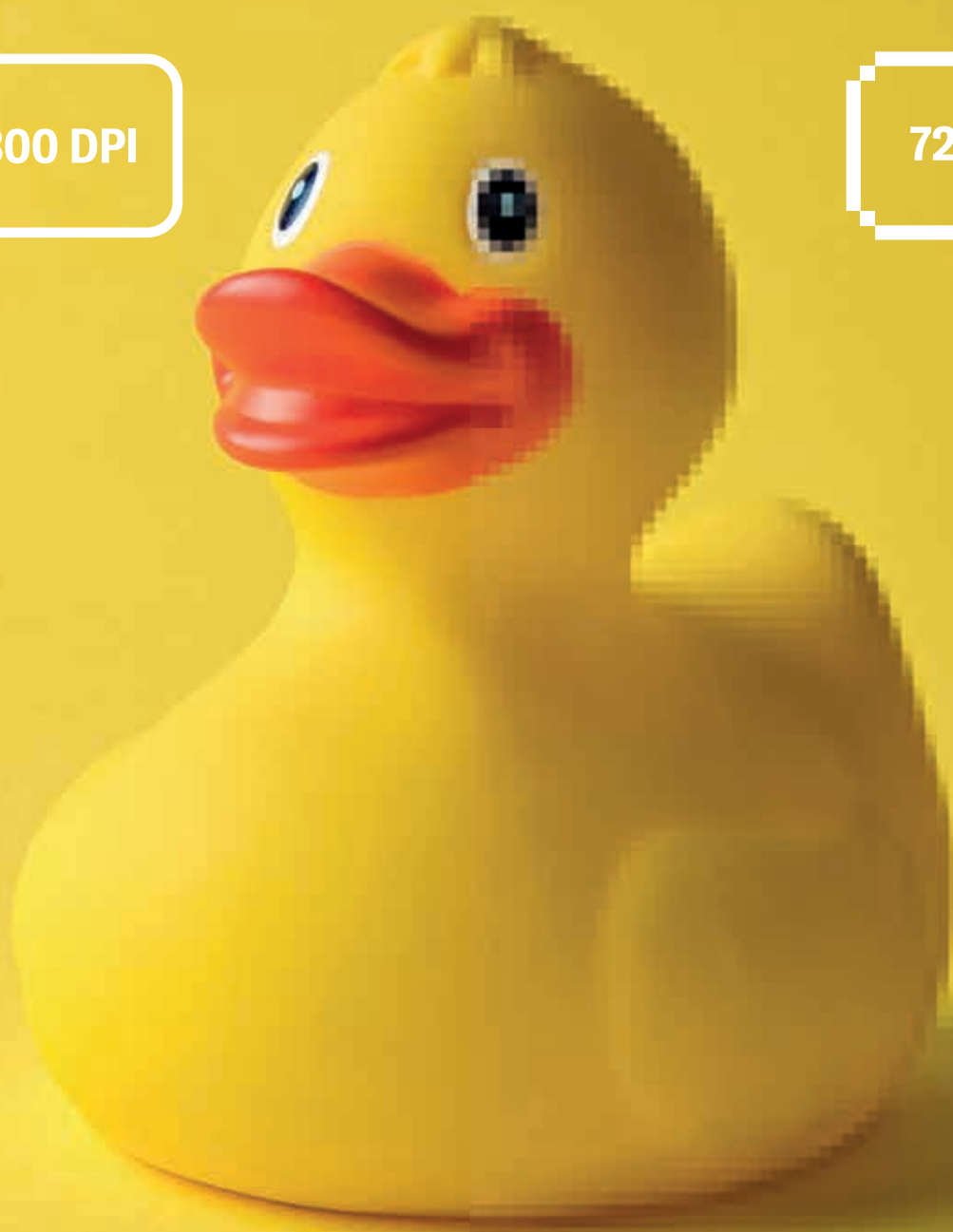
# 4. A co to takie rozmyte?

---

PIXELOZA

300 DPI

72 DPI







Niska rozdzielczość, słaba jakość, niewyraźne zdjęcia, "pikseloza" – w ten sposób klient najczęściej daje do zrozumienia, że coś w druku poszło bardzo nie tak. Z tymi terminami spotkał się niemal każdy podczas projektowania jakichkolwiek materiałów. Z czego one wynikają, skoro na komputerze wszystko wyglądało w porządku?

Często zdarza się, że przesłane pliki mają za małą lub za dużą rozdzielczość. Poprawnie przygotowany projekt powinien mieć rozdzielczość 300 ppi. Projekty ze zbyt małą rozdzielczością przełożą się na niską jakość wydruku. Z kolei plik o zbyt dużej rozdzielczości zostanie zredukowany do wymaganej (lub odrzucony przez system). Przy webowej pracy graficznej, projektując materiały wrzucane do sieci, rozdzielczość 72 piksele na cal zdecydowanie wystarczy.

#### **Wartość ppi czy dpi?**

Bardzo często w nomenklaturze projektantów przelicznik ppi, jest zastępowany przez

# RASTER VECTOR

dpi. Tymczasem jest to błędne, gdyż dpi (czyli dot per inch) jest miarą rozdzielczości maszyn drukarskich i ploterów, a nie pliku. Oczywiście, żeby obraz był w dobrej jakości, trzeba pamiętać również o jego wielkości. Szerokość i wysokość docelowa nigdy nie może być większa niż oryginalna (źródłowa).

✓ *Pamiętaj:  
Ma być jakość, a nie jakoś!*

To dobry moment, by przypomnieć, czym jest grafika rastrowa, a czym wektorowa.

#### **Czym jest grafika rastrowa?**

To format składający się z pojedynczych pikseli, z których każdy zawiera informację o kolorze. Grafika rastrowa ma stałą liczbę pikseli, zdefiniowaną w procesie twórczym. Podczas deformacji obrazu zachodzi zjawisko pikselizacji, czyli powiększenia pikseli i zatracenia przez nie informacji. Wielokrot-

ne powiększanie i zmniejszanie zdjęcia doprowadzi do utraty danych oraz pikseli, co negatywnie wpłynie na jego jakość.

### **Czym jest grafika wektorowa?**

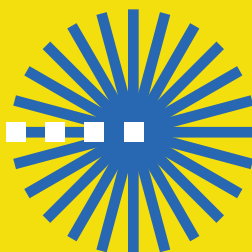
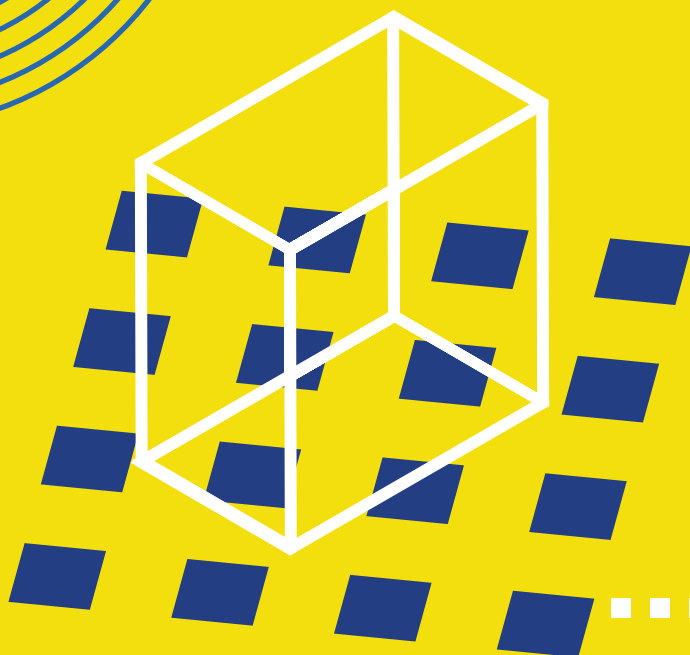
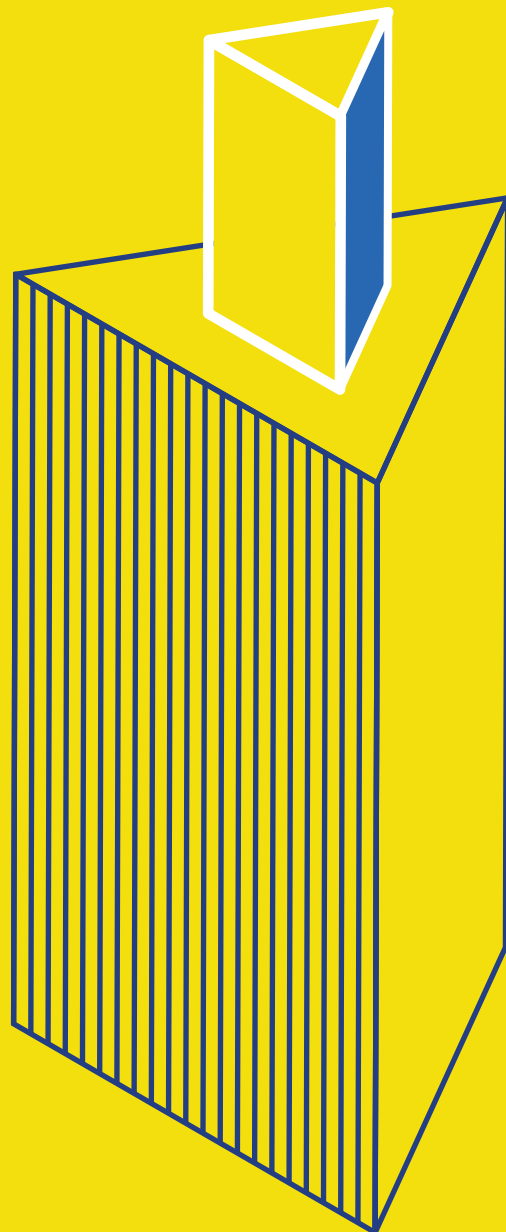
To format grafiki, która jest obliczana matematycznie. W teorii pozwala to na jej wielokrotne skalowanie bez utraty jakości. Niestety, ze względu na wymaganą moc obliczeń, nie pozwala ona uzyskać takiego detalu jak grafika rastrowa.



### Ciekawostka

Bywa jednak tak, że kreatywność wymyka się sztywnym regułom. Czasem celowo wydojwa się piksele, aby uzyskać wyjątkowy efekt.

*Eksperymentuj!*



# 5. Ty CMYK'u! Kilka słów o złej przestrzeni kolorystycznej

Już sama kalibracja obrazu i kolorystyki na matrycy naszego ekranu potrafi być problematyczna i odbiegać od rzeczywistości. Do tego dochodzi fakt, że często na różnych urządzeniach kolory mogą się różnić głębią, kontrastem, czy nawet odcieniem.

W idealnym świecie każdy miałby monitor z matrycą IPS lub VA z odpowiednią powłoką nie odbijającą światła (anti-glare) w rozdzielczości QHD lub 4k, możliwością odpowiedniej kalibracji softowej i sprzętowej oraz zgodnością

z AdobeRGB, dodatkowo korzystający z palety 10-bitowej (1,1 miliarda barw). Dlatego należy pamiętać, że aby uzyskać odpowiedni kolor, urządzenie musi być właściwie rozgrzane, a w otoczeniu powinna dominować szarość.

Sporo wymagań do spełnienia, prawda?

Niestety nie żyjemy w idealnym świecie i trzeba mieć świadomość tego przy projektowaniu, stąd też istotne jest, w jaki sposób te kolory zdefiniujemy.



# RGB

Przy projektowaniu pliku do druku korzystamy zawsze z palety barw CMYK. Przygotowanie i przesłanie materiału w przestrzeni RGB sprawi, że wszystkie kolory będą odbiegać od pożądaných. Najczęściej stają się bardziej szare i wyblakłe. Odradzamy również konwertowanie z palety kolorów RGB. Optymalny efekt całej pracy uzyskasz, od początku pozostając w przestrzeni kolorystycznej CMYK.

Kluczowa różnica między tymi modelami barwnymi jest taka, że w przestrzeni kolorystycznej RGB możemy uzyskać przeszło 16 mln kolorów, a w CMYK mamy ich zaledwie ok. 1 mln.

RGB



- Red
- Green
- Blue
- White

CMYK



- Cyan
- Magenta
- Yellow

Założmy, że składamy projekt w RGB i drukujemy go w CMYK. W tym przypadku wszystkie kolory nie mieszczące się w przestrzeni barwnej CMYK zostaną zastąpione przez najbliższe, odpowiadające im odcienie (nie zawsze zgodne z oczekiwaniami). Warto także pamiętać, że w CMYK-u nie jesteśmy w stanie uzyskać kolorów rażących/neonowych.

Czyli, mówiąc najprościej, to co widzimy na monitorze, będzie wyglądać inaczej po wydrukowaniu.

# CMYK

😊 Pamiętaj!

Maska UV to wyłącznie jeden kolor – czarny o nasyceniu 100% w przestrzeni CMYK. Przepominamy także, że nie stosuje się gradientowych masek na lakier UV wybiórczy.

### Co oznacza RGB?

To paleta barw, generowana na potrzeby urządzeń cyfrowych. Każde urządzenie posiada własny zakres barwny. Przestrzeń kolorystyczna RGB powstaje ze zmieszania 3 barw podstawowych – czerwonego (RED), zielonego (GREEN) oraz z niebieskiego (BLUE).

### Czym jest CMYK?

To przestrzeń barwna przygotowana z myślą o druku. Składa się z Cyjanu (odcień niebieskiego), Magenty (zbliżony do karmazynowego), Yellow (zbliżony do żółtego) oraz z Black (oznaczanego jako K - Key colour, czyli kolor kluczowy, by odróżnić od Blue). Z tych czterech kolorów niemożliwe jest uzyskanie wszystkich barw (w tym białej), stąd zastosowanie kolorów dodatkowych, takich jak Pantone.

### Co to jest Pantone (kolor spotowy/dodatkowy)?

Są to gotowe farby powstałe z wymieszania 18 pigmentów (w tym czarnego i białego). Nie powstają w wyniku mieszania farb drukarskich podczas ich nakładania na podłoże, jak CMYK. Ich zdecydowanym wyróżnikiem jest możliwość uzyskania odcieni metalicznych i fluorescencyjnych. Pantone określany jest też mianem koloru idealnego, przez wzgląd na jego niezmienność – niezależnie od techniki druku, podłoża czy maszyn drukarskich, kolor zawsze będzie taki sam.

Color of the Year 2021

&

PANTONE

Ultimate Gray  
17-5104

illuminating  
13-0647



# 6. Nieczytelne fonty

Można powiedzieć, że z katalogiem jest tak jak z książką - możesz próbować ocenić jej atrakcyjność po okładce, ale to treść ostatecznie zdecyduje o tym czy faktycznie jest warta uwagi. Aby jednak tak się stało - musisz zadbać o czytelność, której nie ma bez odpowiednio dobranych fontów. Jak się w takim razie za to zabrać?



  
zapamiętaj!!!

- nie stosuj zbyt wielu krojów pisma naraz
- dopasuj rozmiar fontów do formatu katalogu
- zadbaj o dobry kontrast między tłem, a fontem
- unikaj zbitych bloków tekstu - stosuj akapity, ramki i wyróżnienia
- zadbaj o odpowiednią interlinię i kerning (odstęp między znakami)

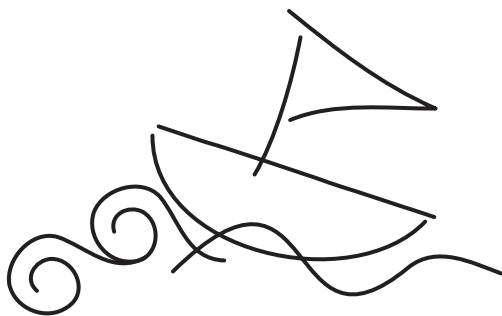
Blokowiska zostawmy hiphopowcom. W przypadku tekstu - lepiej zamienić zbity blok na mniejsze elementy. Poniższy przykład pokazuje „jak nie robić” - nawet, jeśli w zestawie była lupa.

## Jaka jest optymalna wielkość fontów?

Uogólniając, można przyjąć, że w przypadku druku jednokolorowego minimalny rozmiar, zapewniający czytelność tekstu, wynosi 6 pkt. W przypadku druku wielokolorowego oraz białego (tekst w kontrze), wskazany jest rozmiar co najmniej 8 pkt. Faktyczne wielkości fontów mogą się różnić, zależnie od kroju, dlatego, aby mieć pewność, że treść jest czytelna, rekomendujemy zachować zwięźszy rozmiar fontu.



# poza



*To, co jedni nazwą błędem, dla innych może być kreatywną wariacją i celowym zabiegiem.*

wielkością fontów, zadbaj też o ich klarowność, dobierając właściwy krój i kontrast. Lubimy odważne projekty i kolory, jednak uważaj, żeby w ferworze walki o styl, treść nadal była czytelna.

Trzymaj się prostych zasad hierarchii wizualnej, żeby uniknąć syndromu przerozstu formy nad treścią.





# 7. Nie igraj z ogniem!

Umieszczanie zbyt blisko linii cięcia istotnych elementów projektu

## „Skontaktuj się z nami!

Zadzwoń: 67 34 90 77” - czegoś tu brakuje, prawda? Niestety numer telefonu został umieszczony zbyt blisko linii cięcia i w rezultacie ostatnia cyfra pozostanie już na zawsze tajemnicą. Oczywiście, możemy liczyć, że ktoś zdeterminowany wykona 10 prób połączenia i w końcu trafi na właściwą kombinację, ale jaka jest na to szansa?

Teoretycznie, minimalnie wewnętrzny margines powinien wynosić 3 mm. Zalecamy jednak większe wartości ze względu na aspekty estetyczne. Bywa jednak, że projekt zakłada inaczej, bo kreatywność często wymyka się ogólnym zasadom. Niektóre realizacje nie tylko balansują na krawędzi (cięcia), ale z premedytacją ją łamią.

Jeśli masz jakieś dodatkowe wątpliwości, których do tej pory nie rozwialiśmy, skontaktuj się z nami - chętnie odpowiemy na Twoje pytania. Właściwe przygotowanie pliku do druku, szczególnie w projekcie bardziej złożonym, jakim bez wątpienia jest katalog - potrafi być niezłym wyzwaniem. Zastosuj nasze porady, wystrzegaj się powyższych błędów i nigdy nie używaj Comic Sans'a (chyba że z przekąsem), a wszystko będzie dobrze!



*A co, jeśli utnie nam dwie cyfry?*

## drukomat.

1. Zanim wyślesz projekt do druku upewnij się, że wymiary katalogu są poprawne. Uwzględnij rozmiar brutto i netto. Wgrywaj pliki w dokładnym formacie brutto, sugerowanym w instrukcji.

2. Sprawdź, czy orientacja stron w pliku jest prawidłowa.

3. Projektując korzystaj zawsze z przestrzeni kolorystycznej CMYK. Dzięki temu unikniesz ryzyka, że to, co widzisz na monitorze będzie wyglądać zupełnie inaczej po wydrukowaniu.

4. Stwórz projekt w 300 ppi (jeśli to wydruk wielkoformatowy, upewnij się, co do zalecanej wartości).

5. Sprawdź, czy został dodany margines wewnętrzny (bezpieczeństwa).

6. Zadbaj o wysoką jakość umieszczanych w projekcie zdjęć i grafik. Niska rozdzielczość grozi „pikselozą”. Pamiętaj, jakość stoi w graficznej hierarchii wyżej niż „jakoś”!

7. Dopilnuj, żeby fonty zostały zamienione na krzywe lub osadzone w dokumencie.

8. Spłaszcz gradienty i przezroczystości.

9. Usuń znaczki drukarskie (linie cięcia, pasery, elementy z pobranych makiet).

10. Pamiętaj o poprawnym wyeksportowaniu pliku i wyślij go w formacie zamkniętym – najlepiej PDF lub TIFF.

podsumowanie

03

# PRZYGOTOWANIE KATALOGU DO DRUKU

drukomat.

# 04

# Wstęp

Katalogi od kuchni  
Jak zacząć



Przepis na perfekcyjnie wydrukowane katalogi to odpowiednie przygotowanie do druku. Jeśli do tej pory śniły Ci się po nocach rozkładówki, spady, marginesy wewnętrzne i inne grzbiety - teraz możesz się z nimi zmierzyć na jawie. Uspokajamy, nie będzie tak strasznie jak się wydaje!

Z tego rozdziału dowiesz się jak wygląda ścieżka przygotowania do druku 3 typów katalogów - szytych, klejonych i spiralowanych. Przygotowując katalog szyty i spiralowany stworzysz jeden wielostronicowy plik, zachowując odpowiednią kolejność stron (dwie pierwsze i dwie ostatnie to okładka, wszystko co znajdzie się pomiędzy nimi, to strony wnętrza katalogu). W przypadku katalogu klejonego należy przygotować 2 pliki - jeden z okładką, drugi ze stronami wewnętrznymi. Omówimy to krok po kroku.

katalog  
spiralowany

katalog  
szyty

katalog  
klejony



Możesz liczyć na konkretne wskazówki - prosto od praktyków. Sposób przygotowania pliku (zwłaszcza okładki) różni się, zależnie od typu katalogu. Opiszemy, jak poprawnie przygotować do druku każdy z nich. Zaczniemy od przygotowania okładki, następnie przejdziemy do wnętrza, by na koniec wyeksportować plik. Proste? Nie inaczej! No to zaczynamy!



# Przygotowanie obszaru roboczego w InDesign

Dobry pomysł to połowa sukcesu.  
Resztę zrobisz w InDesign!

## Format netto i spad

W polach szerokości i wysokości zalecamy ustawianie formatu netto. A spad? Ich wartość najwygodniej ustawić w specjalnie do tego przeznaczonym bloku. To bardzo wygodne i ułatwia dalszą pracę i Tobie i drukarni.

## Dlaczego warto ustawić wartość spadów w osobnym bloku?

Dzięki temu plik stanie się bardziej przejrzysty, a osoba weryfikująca go z łatwością sprawdzi, czy zastosowano odpowiednie wartości (nawet w przypadku nietypowego formatu docelowego).

Ustawiając format netto i spad w dedykowanych polach nie musisz ich ręcznie zliczać i każdorazowo zastanawiać się, jak i do którego boku je dodać.

## Przykład

Założmy, że mamy dwa pliki:

- jeden, w którym spad zostały wpisane w format netto, z pominięciem pola spad (zostały wyliczone wcześniej),
- drugi, w którym spad dodano, ale w specjalnie do tego stworzonych polach.

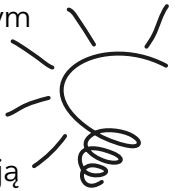
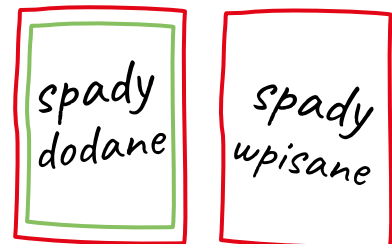
Pliki trafiają do drukarni i DTP-owicz bierze je na warsztat. Jak sobie z nimi poradzi?

- Przy pierwszym, jeśli ten ma standardowy format, z łatwością wyliczy wartość spadów i upewni się, że są prawidłowe. Natomiast jeśli format okaże się nietypowy, nie będzie w stanie sprawdzić jaki jest spad (a tym samym, czy plik będzie dobrze wydrukowany).

- Jeśli DTP-owicz otrzyma plik ze spadami ujętymi w specjalnych polach – sprawa jest prosta. W tym przypadku możesz nieco poszaleć z formatem, a każdy, kto będzie weryfikował Twój plik, bez problemu sprawdzi poprawność zastosowanych spadów.

SPADY DODANE to wartości wpisane w odpowiednie pola, wynikiem czego są trimboxy, które w znacznym stopniu ułatwiają pracę z plikiem.

SPADY WPISANE powstają w wyniku równania matematycznego.



## Liczba stron w katalogach

Pamiętaj, że dla zachowania poprawnego składkowania stron w katalogu, liczba stron wnętrza jest mnożnikiem liczby 4. Katalog musi się składać (pomijając okładkę) np. z 4, 8, 12, 16... stron.

Zawsze dopasuj liczbę stron do rodzaju katalogu. Mając kilka stron wnętrza, nie zrobimy katalogu klejonego. Przy kilkusetstronicowych publikacjach nie sprawdzi się z kolei katalog szyty. Minimalne liczby stron wnętrza, odpowiadające konkretnemu typowi katalogu zobaczysz na stronie drukomat.pl.

# Katalog klejony - przygotowanie okładki

Przy ustawieniu obszaru roboczego okładki w katalogu klejonym, oprócz zsumowania dwóch szerokości formatu docelowego trzeba uwzględnić również szerokość grzbietu. Na wewnętrznej stronie okładki grzbiet należy pozostawić jako białe, niezadrukowane pole. Introligatornia będzie miała do czego kleić strony wnętrza.



Tutaj plik powinien być przygotowany w formie dwustronicowej rozkładówki o wymiarach:

format netto + grzbiet  
+ format netto x wysokość

Plik z okładką katalogu klejonego powinien być przygotowany w formie dwustronicowej rozkładówki i zawierać:

- na pierwszej stronie - okładkę IV, grzbiet, okładkę I,

- na drugiej stronie - okładkę II, grzbiet (niezadrukowany), okładkę III.

*Zapamiętaj: Format należy powiększyć o wielkość spadów.*

## **Czym jest format zamknięty (netto)?**

To format docelowy - tzn. taki, który trzymasz w ręku w postaci złożonej. Przy katalogach klejonych ma on postać 2 złożonych stron, które po rozłożeniu będą rozkładówką. Format brutto to format otwarty - produkcyjny, czyli taki, do którego doliczone są spady (w późniejszym etapie produkcji zostają odcięte).

## **Niezadrukowany grzbiet okładki wewnętrznej**

Podczas projektowania katalogów klejonych trzeba pamiętać o niezadrukowanym grzbiecie dla okładki wewnętrznej. Dzięki temu klejenie w tym miejscu będzie trwałe. Pozostawienie grafiki na grzbiecie może skutkować odklejeniem się wnętrza od okładki.

*Jeśli okładka zewnętrzna ma duże pokrycie farby, warto rozważyć dodatkowe uszlachetnienie folią, co zmniejszy ryzyko pęknięć na grzbiecie.*



## Pamiętaj o klejeniu bocznym

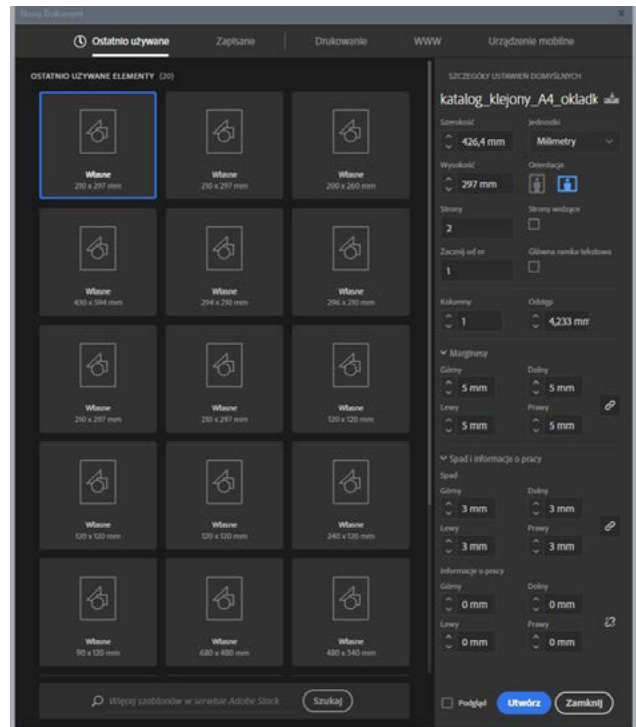
Podczas przygotowania okładki katalogów klejonych trzeba uwzględnić klejenie boczne - pomiędzy okładką wewnętrzną, a pierwszą i ostatnią stroną wnętrza.

## Gdzie sprawdzić szerokość grzbietu?

W dolnej części każdej instrukcji znajdziesz link do zestawienia szerokości grzbietu dla wybranej liczby stron i gramatury papieru. Pamiętaj, że trzeba to sprawdzać przy każdej konfiguracji (są zmienne).

## Przykład

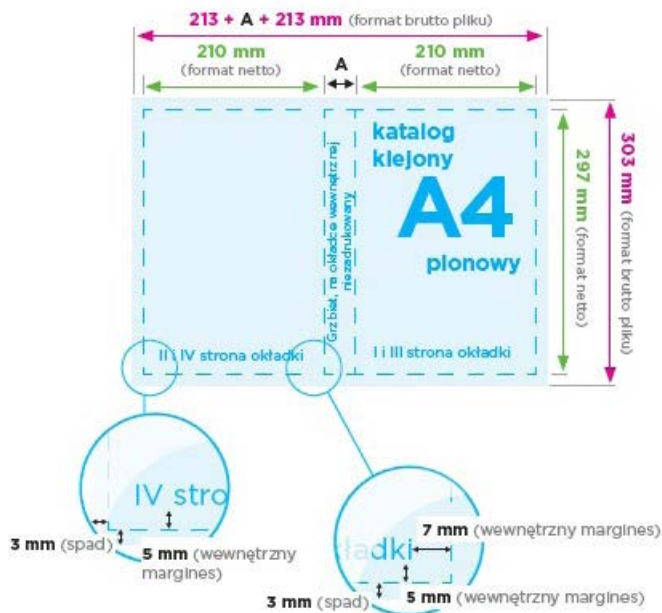
Założmy, że przygotowujemy okładkę w formacie netto A4 - jak poprawnie przygotować plik?



## Szerokość grzbietu

Aby dobrze ustawić szerokość grzbietu, najpierw wybierz gramaturę papieru i liczbę stron. Każda gramatura zestawiona z liczbą stron ma gotową tabelę, wskazującą na poprawną grubość grzbietu.

Dedykowaną tabelę zobaczysz w instrukcji przygotowania pliku (zmienia się przy konkretnym zestawieniu i zmianie parametrów). Podana szerokość grzbietu jest skalkulowana dla wcześniej wybranej liczby stron i gramatury papieru stron wnętrza.



## Ścięcia

Dla powyższego przykładu ustawienia obszarów roboczych powinny wyglądać następująco:

- Format - 426,4 mm (2 x 210 + grzbiet 6,4\*) x 297 mm
- Liczba stron - 2
- Marginesy - 5 mm (górny, dolny, lewy i prawy) i 7 mm (od łamów przylegających do grzbietu)
- Spady - 3 mm (górny, dolny, lewy i prawy)

*Po każdej zmianie koncepcji musisz przekalkulować szerokość grzbietu, czyli przeszkładać okładkę. Zawsze lepiej to sprawdzić, nawet jeśli klient dołoży Ci zaledwie 8 stron lub zmieni gramaturę papieru, no bo przecież: „Panie Wiciu, to nie uptynie na więcej pracy, co to dla Pana, kto jak nie Pan, Pan nie da rady?”*

## Skąd grzbiet 6,4 mm?



### Przykład

Do wyliczenia szerokości grzbietu przyjęliśmy katalog według poniższej specyfikacji.

Papier: kreda połysk okładka - 250 g  
wnętrze - 170 g

Liczba stron z okładką (4+100):  
okładka - 4 wnętrze - 100

Po wybraniu konkretnych parametrów, w przypisanej do nich instrukcji znajdziesz link do tabelki. Po pobraniu i zestawieniu tych szczegółów otrzymasz zalecaną szerokość grzbietu, czyli 6,4 mm.

### Uzlachetnienie okładki

Skoro jesteśmy przy okładkach, wspomnimy o możliwości uzlachetnienia zewnętrznych stron okładki katalogów klejonych lakierem wybiórczym UV. Jak to wygląda od strony przygotowania środowiska pracy?

### Lakier UV wybiórczy na okładce katalogu klejonego

Plik wynikowy pdf w przypadku katalogu klejonego powinien mieć nie dwie, a trzy strony. Trzecia będzie lakierem, a raczej wskazaniem przez nas miejsca, w jakim lakier ma się znaleźć.

Nawet jeśli chcesz wyszczególnić jakiś element tylko na pierwszej stronie okładki, maskę na lakier UV wybiórczy musisz przygotować w formie rozkładówki zawierającej strony IV i I. Maskę na lakier UV wybiórczy powinna być przygotowana w postaci wektorowej i mieć wypełnienie stu procentowym kolorem czarnym bez jakiegokolwiek domieszki (C0 | M0 | Y0 | K100). Unikaj stosowania linii o grubości mniejszej niż 1 pkt, wskazane jest również, aby teksty podlegające lakierowaniu były kroju prostego o wielkości min. 14 pkt.

## 1. Wybierz parametry produktu

Produkt

katalogi klejone

Zadruk

dwustronny 4/4 okładka, 4/4  
wnętrze

Format

A4 pion (210 x 297 mm)

Rodzaj papieru

kreda połysk: 250 g (okładka), 170 g  
(wnętrze)

Ilość stron z okładką

4 + 100

Lakierowanie, foliowanie okładki

standard

Sprawdzanie plików

sprawdzanie automatyczne



ilość stron z okładką	szer. grzbietu A (w mm)
...	...
4 + 96	6,1
<b>4 + 100</b>	<b>6,4</b>
4 + 100	6,6
...	...



## Projektowanie stron wnętrza

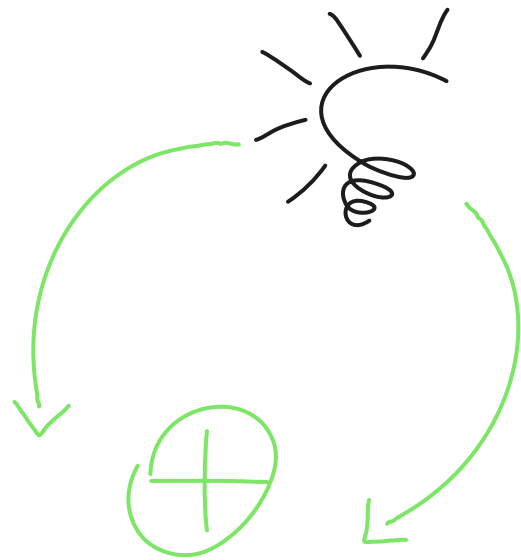
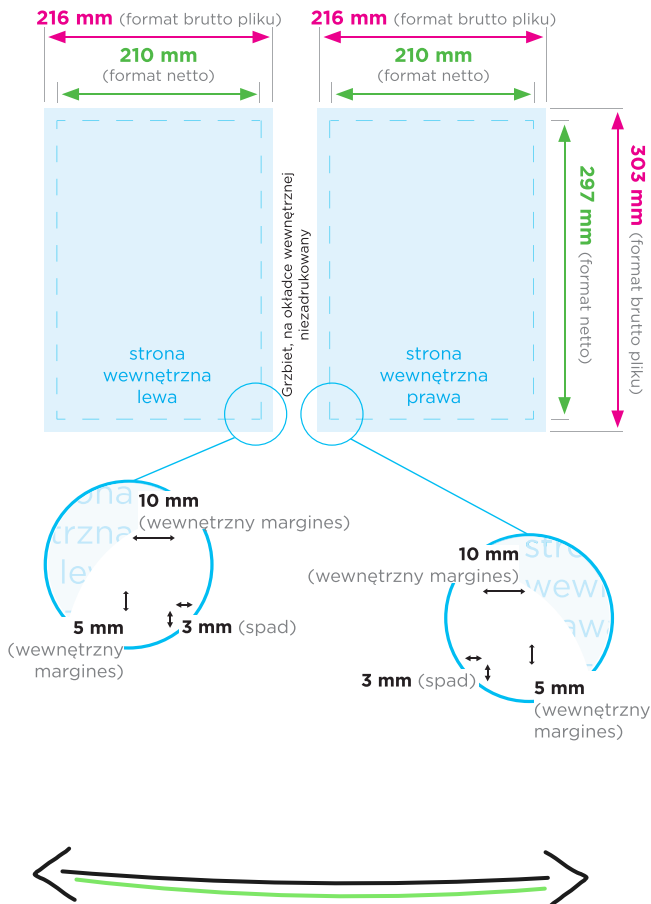
Dla katalogu klejonego obszar roboczy powinien być przygotowany jako pojedyncze strony w wybranym formacie netto. Projekt powinien zawierać docelową liczbę pojedynczych stron z zaznaczonym atrybutem „strony widzące”.



### Przykład

Jak poprawnie zaprojektować wewnętrzne strony katalogu klejonego.

Zobacz na przykładzie formatu A4



### Ściąga

Dla opisanego przykładu ustawienia obszarów roboczych powinny wyglądać następująco:

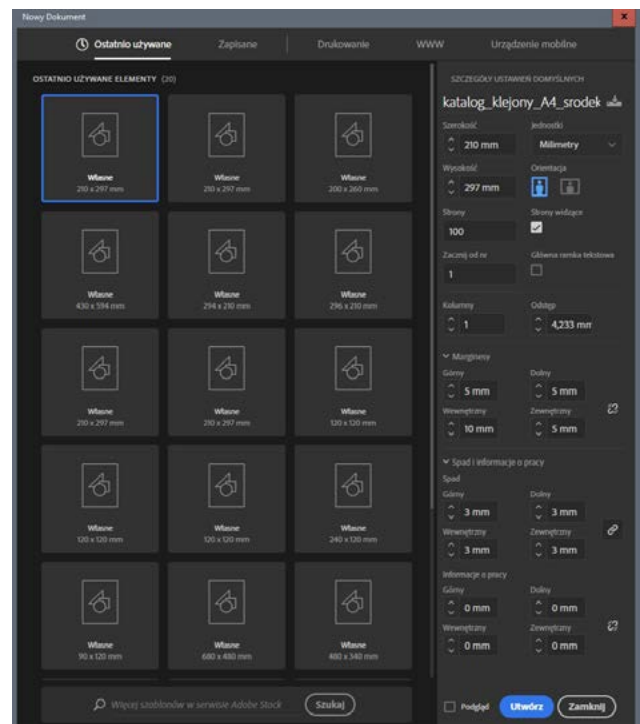
Format - 210 x 297 mm

Liczba stron - np. 100 (wzięliśmy przykładową, Ty przyjmij zgodną z zamówieniem)

Strony widzące: TAK

Margines - 5 mm (górny, dolny, zewnętrzny), 10 mm (wewnętrzny)

Spady - 3 mm (górny, dolny, wewnętrzny i zewnętrzny)



# Katalog szyty



## Przygotowanie okładki i stron wnętrza



Przy projektowaniu katalogu szytego zarówno okładkę, jak i wnętrze wysyłamy w jednym pliku, zachowując odpowiednią kolejność stron (2 pierwsze i 2 ostatnie to strony okładki). Kluczowe jest jednak to, aby **zachować odpowiednią kolejność stron, czyli:**

- na pierwszej stronie - okładka I
- na drugiej stronie - okładka II
- na trzeciej, czwartej, itd. - strony wnętrza
- na przedostatniej stronie - okładka III
- na ostatniej stronie - okładka IV

Do czterech stron okładki dodajemy wybraną przez nas liczbę stron wnętrza. Sumę wpisujemy w pole „Strony” i zaznaczamy atrybut „strony widzące”.

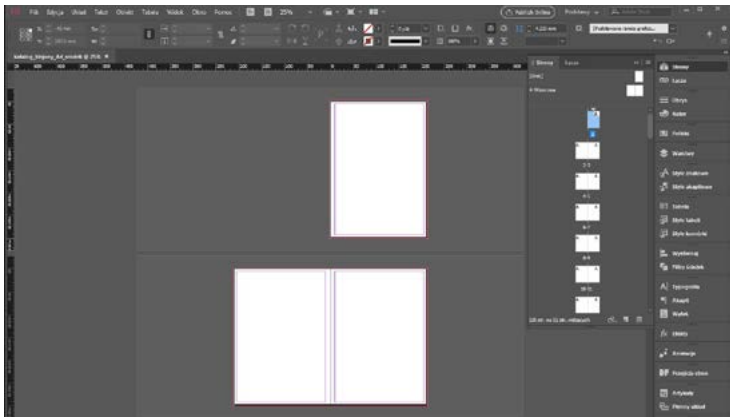
Do niedawna wymagane było przygotowanie okładki jako rozkładówki (czyli np. dla katalogu w formacie A4, okładka była rozkładówką w formacie A3). Obecnie jednak zarówno wnętrze, jak i okładka powinny być wysłane w 1 pliku - każda strona w docelowym formacie (czyli dla katalogu A4, każda strona okładki ma być przygotowana także w formie A4).



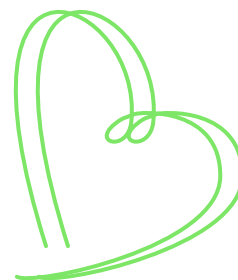
**Zapamiętaj:**  
*Dla katalogu szytego obszar roboczy przygotowujesz jako pojedyncze strony w wybranym formacie netto. Format netto należy powiększyć o wielkość spadów.*

## Strony widzące

Strony widzące to tak zwana „para drukarska”, znacznie ułatwiająca pracę. Dzięki nim jak na dłoni widzisz zadruk na obu sąsiadujących stronach.



*Twój katalog  
ma zachwycać?  
Skorzystaj z tych  
wskazówek!*



### Strony widzące. A komu to potrzebne?

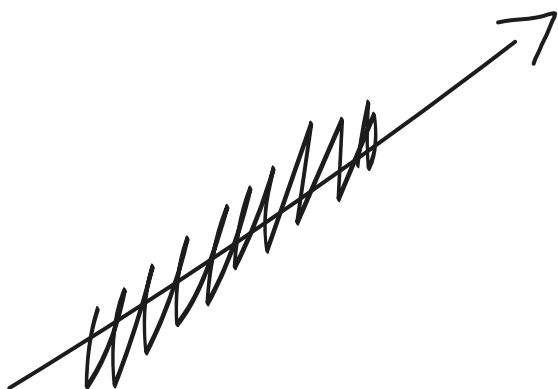
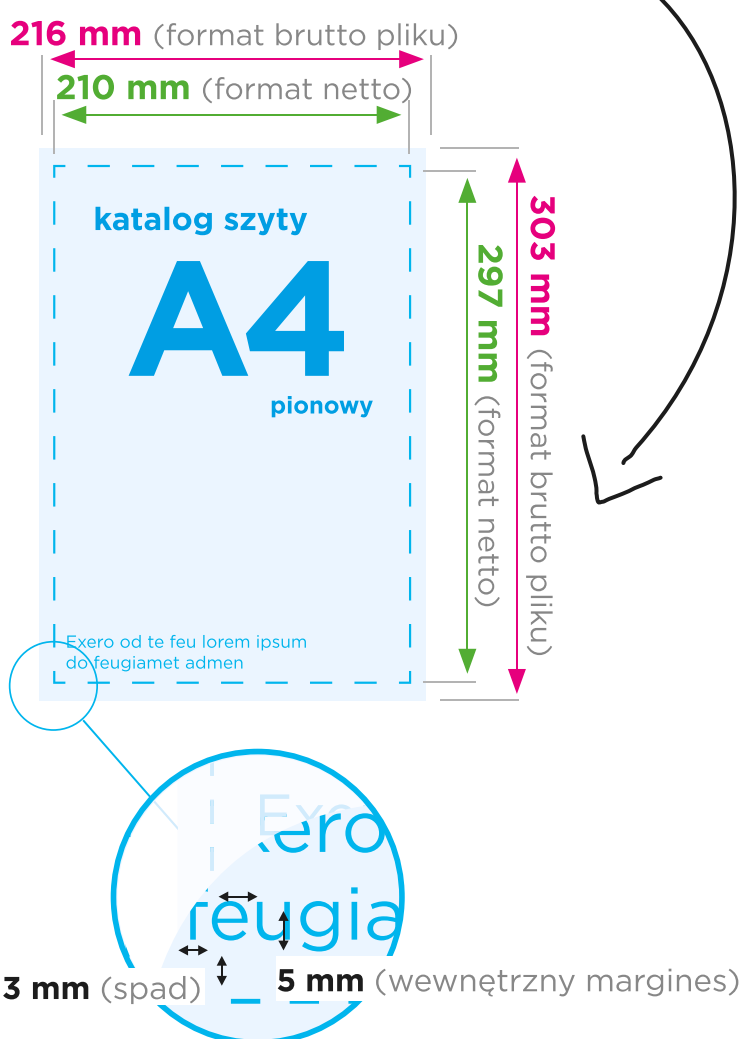
Załóżmy, że do projektu chcesz włączyć zdjęcie, którego fragment będzie na jednej i drugiej stronie, elegancko schodząc się pośrodku. Dzięki opcji stron widzących po prostu wrzucasz zdjęcie i widzisz efekt. Nie musisz się głowić i bawić w ręczne przesuwanie (przez które zwykle finalnie zdjęcie i tak się nie schodzi).

### Makiety i zamówienia

Makiety dostępne w drukomat.pl zawierają jedną stronę. Jest to jedynie strona przykładowa, dlatego oczywiście nie ograniczaj się i do projektu dodaj liczbę stron zgodnych z zamówieniem. Pamiętaj jednak, że liczba stron musi być podzielna przez 4.

### Przykład

Wytyczne dla pojedynczej strony katalogu szytego zobacz na przykładzie formatu A4.



## Ściaga

Dla opisanego przykładu ustawienia obszarów roboczych powinny wyglądać następująco:

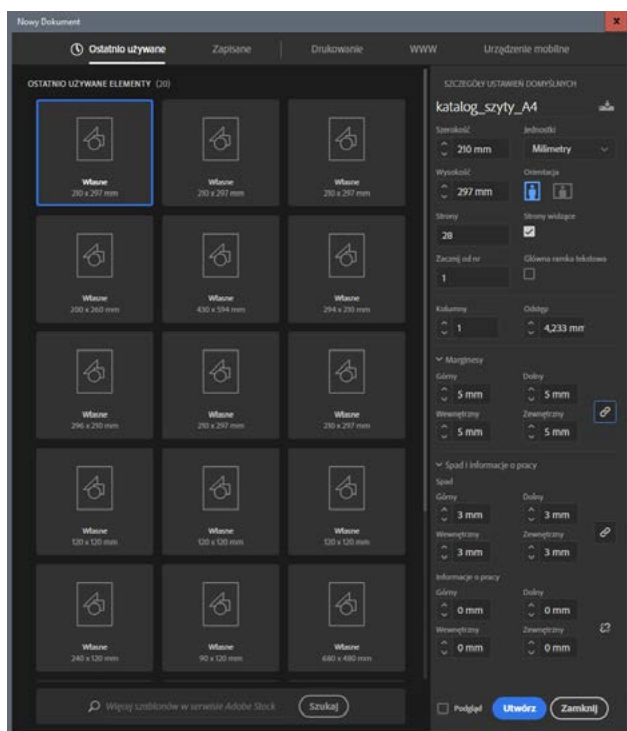
Format - 210 x 297 mm

Liczba stron - np. 28 (4 strony okładki + 24 strony wnętrza)

Strony widzące: TAK

Margines - 5 mm (górny, dolny, wewnętrzny i zewnętrzny)

Spady - 3 mm (górny, dolny, wewnętrzny i zewnętrzny)



*W przypadku prac w gramaturze wnętrza 130g, 170g i objętości powyżej 32 stron wymagany jest margines 8 mm.*

## Uszlachetnienie okładki - katalog szyty

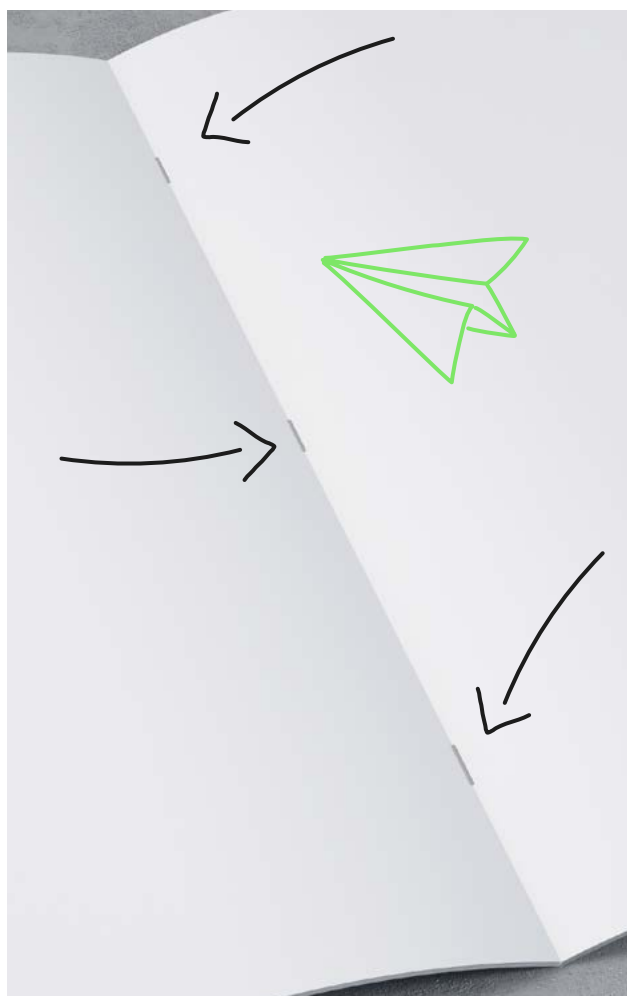
Jeśli zamierzasz uszlachetnić okładkę, maskę na lakier UV wybiórczy musisz wysłać jako osobny plik. Tutaj zakładamy, że:

- pierwsza strona w pliku to maska na lakier UV wybiórczy dla okładki przedniej,

- druga strona to maska na lakier UV dla tylnej okładki katalogu.

## Ściaga

Jeśli chcesz wydrukować katalog bez lakieru UV wybiórczego, przesyłasz jeden wielostronicowy plik. Jeśli chcesz wykonać katalog z lakierem UV wybiórczym na okładce to przesyłasz dwa pliki - jeden dwustronicowy plik z maską UV i kolejny ze wszystkimi stronami katalogu.



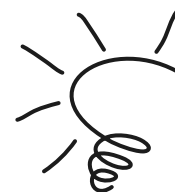
# Katalog spiralowany

## Przygotowanie okładki i stron wnętrza



Dla katalogu spiralowanego obszar roboczy powinien być przygotowany w formie jednostronicowej, w wybranym formacie netto, jak również mieć dodaną docelową liczbę pojedynczych stron z zaznaczonym atrybutem „strony widzące”.

*Zapamiętaj: Format należy powiększyć o wielkość spadów.*

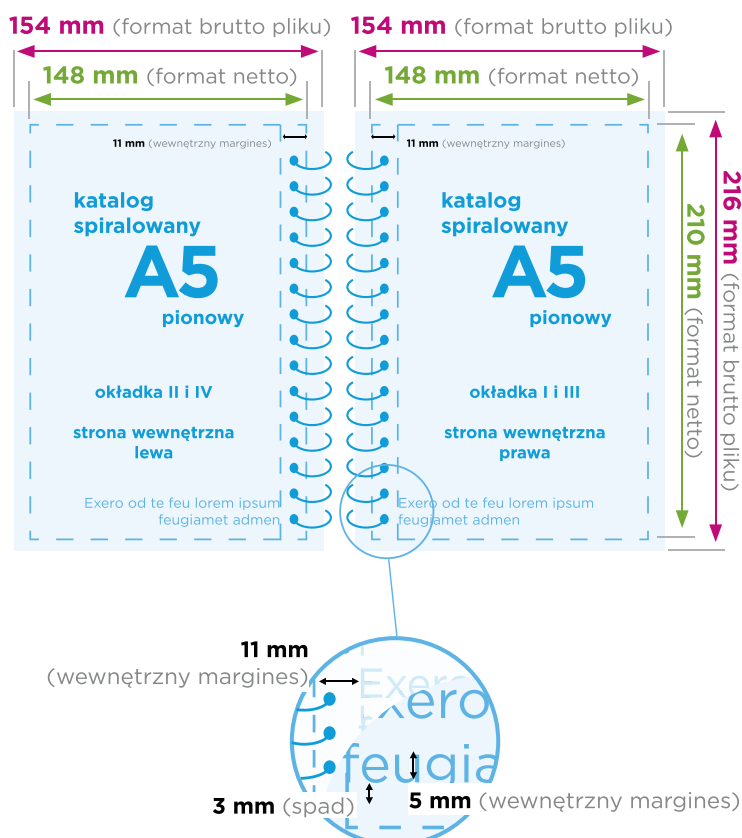


Plik powinien mieć następujące po sobie strony w wybranym formacie, według poniższego schematu:

- na pierwszej stronie - okładka I
- na drugiej stronie - okładka II
- na trzeciej, czwartej, itd. - strony wnętrza
- na przedostatniej stronie - okładka III
- na ostatniej stronie - okładka IV

### Przykład

Na przykładzie formatu A4 pokażemy, jak poprawnie zaprojektować strony wewnętrzne.



## Ściągą

Dla opisanego przykładu ustawienia obszarów roboczych powinny wyglądać następująco:

Format - 210 x 297 mm

Liczba stron - np. 56 (4 strony okładki + 52 strony wnętrza)

Strony widzące: TAK

Margines - 5 mm (górny, dolny, zewnętrzny) 11 mm (wewnętrzny)

Spady - 3 mm (górny, dolny, wewnętrzny i zewnętrzny)

## Do druku, gotowi...

Zabierając się za przygotowania do druku, dobrze mieć poczucie że publikacja została złożona zgodnie ze sztuką. Jeśli masz wątpliwości, zajrzyj do wcześniejszych rozdziałów, gdzie odświeżysz podstawowe zasady, trendy i najczęstsze błędy, których łatwo można uniknąć.

### Start!

Czujesz, że katalog jest w punkt? Świetnie, zatem po dopieszczeniu okładki i wnętrza oraz po uzyskaniu akceptów od klienta, idziemy dalej! Teraz możemy skupić się na poprawnym zapisie plików wynikowych. Jeszcze kawałek pracy przed nami, ale pooowoooli możesz już witać się z gąską.



**OSTATNIO UŻYWANE ELEMENTY (20)**

Własne 210 x 297 mm	Własne 210 x 297 mm	Własne 210 x 297 mm
Własne 200 x 260 mm	Własne 430 x 594 mm	Własne 294 x 210 mm
Własne 296 x 210 mm	Własne 210 x 297 mm	Własne 210 x 297 mm
Własne 120 x 120 mm	Własne 120 x 120 mm	Własne 120 x 120 mm
Własne 240 x 120 mm	Własne 90 x 120 mm	Własne 680 x 480 mm

**SZCZEGÓŁY USTAWIENIŃ DOMYŚLNYCH**

katalog\_spiralowany\_A4

Szerokość: 210 mm | Jednostki: Milimetry

Wysokość: 297 mm | Orientacja: [Portrait]

Strony: 56 | Strony widzące:

Zaczynij od nr: 1 | Główna ramka tekstowa:

Kolumny: 1 | Odstęp: 4,233 mm

**Marginesy**

Górny: 5 mm | Dolny: 5 mm

Wewnętrzny: 11 mm | Zewnętrzny: 5 mm

**Spad i informacje o pracy**

Spad

Górny: 3 mm | Dolny: 3 mm

Wewnętrzny: 3 mm | Zewnętrzny: 3 mm

**Informacje o pracy**

Górny: 0 mm | Dolny: 0 mm

Wewnętrzny: 0 mm | Zewnętrzny: 0 mm

# Przygotowanie plików do druku



## Wysyłanie plików pdf

Plik wynikowy powinien być w formacie pdf.

- W przypadku katalogów klejonych będą to 2 pliki - okładka i wnętrze.
- Katalogi szyte i klejone przygotowujemy jako jeden plik (przy zachowaniu odpowiedniej kolejności stron).
- Jeśli okładka (w katalogu klejonym lub szytym) będzie uszlachetniana, musisz przygotować i dodać do zamówienia dodatkowy plik z maską na lakier wybiórczy UV.

Pliki PDF zawierają kilka obszarów, które dzielą się na: pole strony (Media Box), pole spadu (Bleed Box), pole przycięcia (Trim Box), pole kadrowania (Crop Box) i pole grafiki (Art Box). Nie są widoczne dla użytkownika i nie zostaną wydrukowane.

### Zapisywanie okładki i wnętrza

- Okładkę katalogów klejonych zapisujesz jako 2-stronicowy dokument (w przypadku lakieru UV, jako trzystronicowy). Strony wnętrza zapisz jako

pojedyncze strony.

- W przypadku katalogów szytych i spiralowanych całość zapisujesz jako pojedyncze strony (pamiętając o zachowaniu dobrej kolejności).

### Zapis do pliku wynikowego

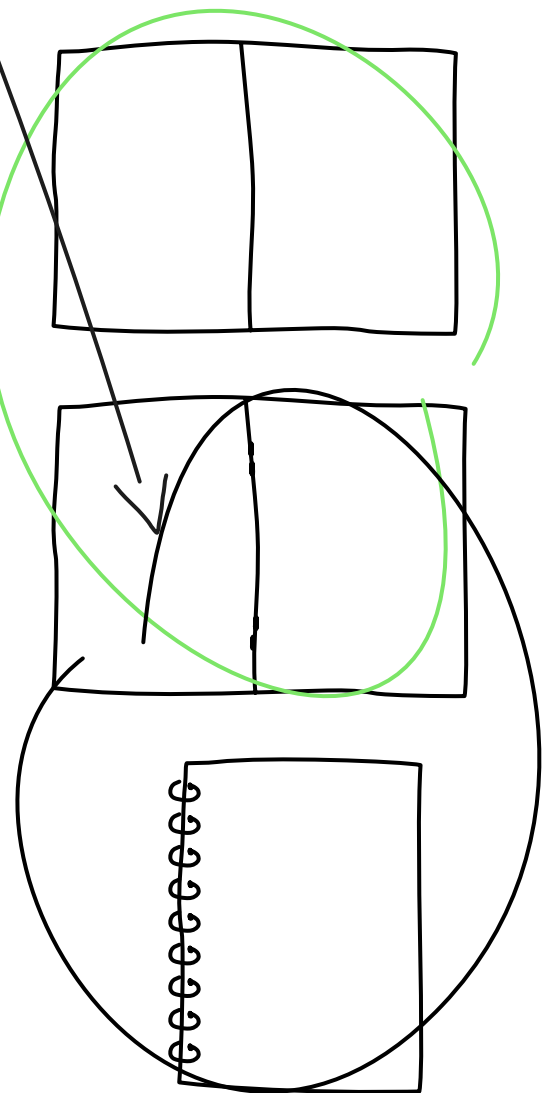
Eksportowanie pliku powinno odbyć się z predefiniowanym presetem [jakość drukarska].

1. Poszukaj w menu rozwijanym „Plik”.
2. Wybierz „Predefiniowane ustawienia Adobe PDF”.
3. Znajdź opcję „Jakość drukarska”.
4. Kliknij.

Teraz otworzy się okno „Eksport”, gdzie po wybraniu lokalizacji i nazwy pliku zapiszesz swoje katalogi.

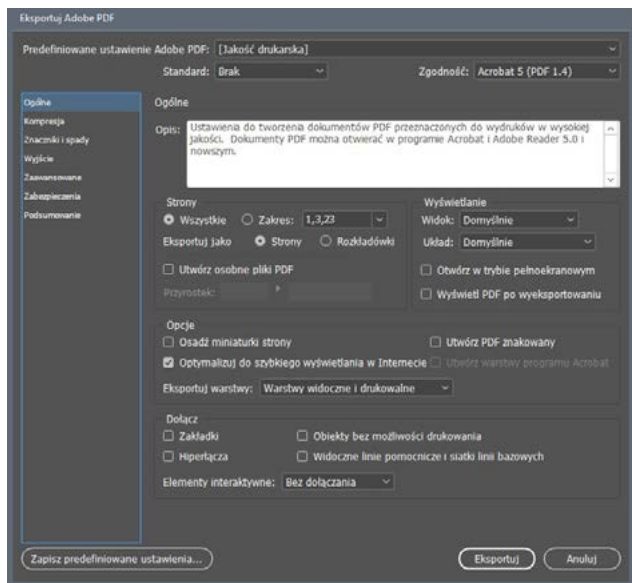
Ale ale... żeby nie było tak łatwo! Zamiast pliku na dysku, pokaże się okno ustawień, które należy nieco podkreślić. Na szczęście nie ma w tym żadnej magii i mając podstawową wiedzę

z zakresu poligrafii, dasz radę to zrobić. Poniżej przeprowadzimy Cię krok po kroku po konkretnych zakładkach.



## Ogólne

Eksportujemy [Wszystkie strony]  
z zaznaczeniem jako [Strony]



liczbie stron ozdobionych pięknymi zdjęciami, alternatywą jest kompresja stratna JPEG, której wynikiem będzie dużo mniejszy plik.

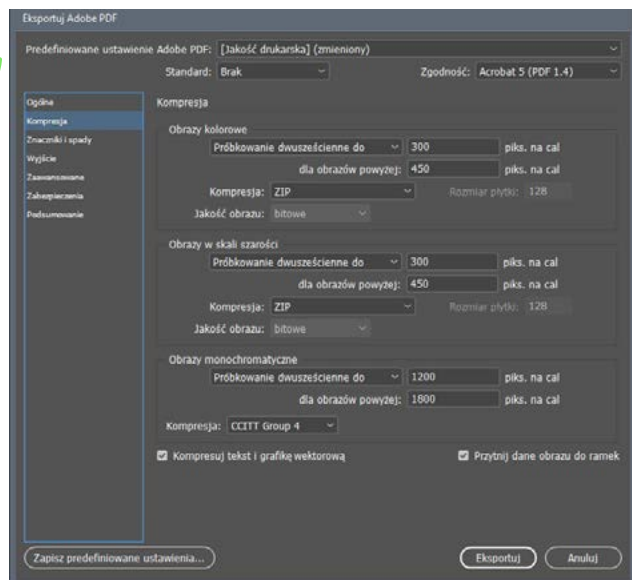
## Kompresja stratna JPEG

Jak to mówią, coś za coś. Przy tego typu kompresji strata powstanie w plikach bitmapowych publikacji. Jeśli nie były one poza progiem akceptowalności już na etapie ich przygotowania to nie ma czym się martwić. Warunkiem jest oczywiście to, żeby zdjęcia były ostre jak przysłowiowa żyłeta.

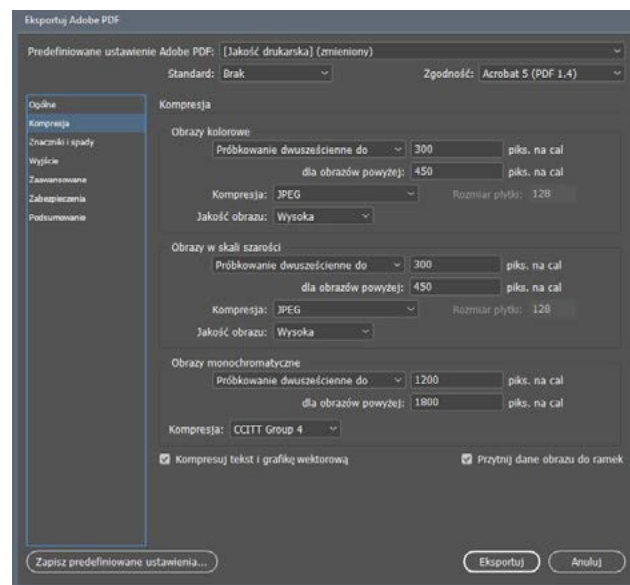
Dla zmniejszenia rozmiaru pliku wynikowego w polach „Obrazy kolorowe” i „Obrazy w skali szarości” należy zmienić w polach kompresja [JPEG] i ustawić „Jakość obrazu” na [Wysoka].

## Kompresja

Pewnie już wiesz, że rozdzielczość do druku wynosi 300 ppi i jest parametrem, którego nie zmieniamy. W przypadku kompresji najczęściej zalecana jest kompresja bezstratna ZIP.



## Kompresja (wariant ekonomiczny - PrtScn)



## Kompresja (wariant ekonomiczny)

Czasami bywa tak, że walczysz o to, by plik wynikowy nie ważył tyle, co połowa dysku twardego - w takiej sytuacji możesz pobrać się kompresją. Przy większej

## Znaczniki i spady

## Znaczniki drukarskie

To nic osobistego, ale powiedzmy to sobie wprost. Nie wymagamy, a nawet nie chcemy żadnych znaczników drukarskich. Zatem eksportując plik, po prostu ich nie zaznaczaj.



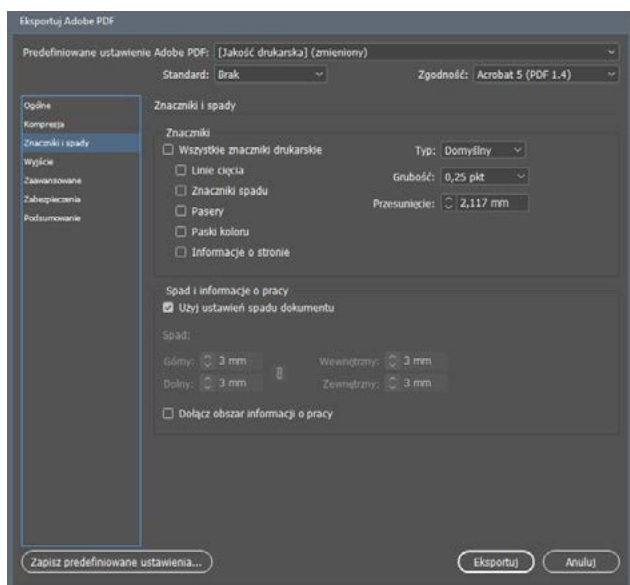
## Spady

Była już o tym mowa, ale przypomniemy. Tworząc nowy dokument, spady zaznaczasz w specjalnie do tego przeznaczonych polach.

Udało się? Gratulacje! Prawdopodobnie wszystko odbędzie się bezboleśnie (za co pewnie i my dziękujemy, robiąc impozycję stron Twojego katalogu).

Jedynym, co musisz zaznaczyć w tej zakładce jest opcja „Użyj ustawień spadu dokumentu”. Zaznaczenie tego przy odpowiednim wprowadzeniu parametrów na początku budowania obszaru roboczego, utworzy w dokumencie tzw. „trimboxy”.

## Znaczniki i spady (PrtScn)



## Wyjście

### Konwersja kolorów

Jeśli w publikacji zostały użyte kolory spotowe, czyli dodatkowe (np. Pantone), a zlecenie jest w trybie standardowym, takie kolory należy przekonwertować na kolory podstawowe (zwane triadowymi lub procesowymi).

## Zamiana kolorów na CMYK

Jeśli nie zostało to zrobione podczas składu, w polu „Konwersja kolorów” wybierz [Konwertuj na miejsce docelowe (zachowaj wartości)]. Dzięki temu wszystkie kolory dodatkowe, zostaną rozbite na składowe CMYK.

## Kolory specjalne - na specjalne życzenie

Elastyczność to nasza specjalność, więc jeśli życzysz sobie, aby publikacja opierała się na kolorach spotowych, jesteśmy jak najbardziej na tak! Z chęcią przygotowujemy dla Ciebie personalizowaną wycenę.

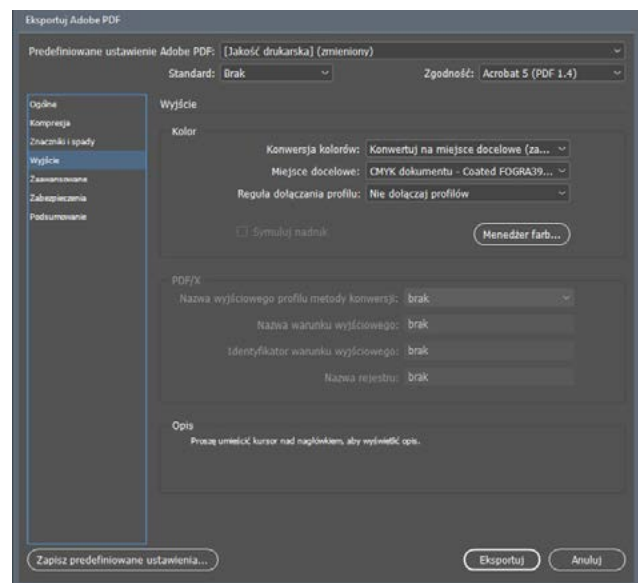
## Miejsce docelowe

Wszystko, co drukujesz (i nie jest kolorem spotowym), powinno być składane/ zapisywane w przestrzeni barwnej CMYK. Koniec, kropka. Wykrzyknik.

## Profil barwny

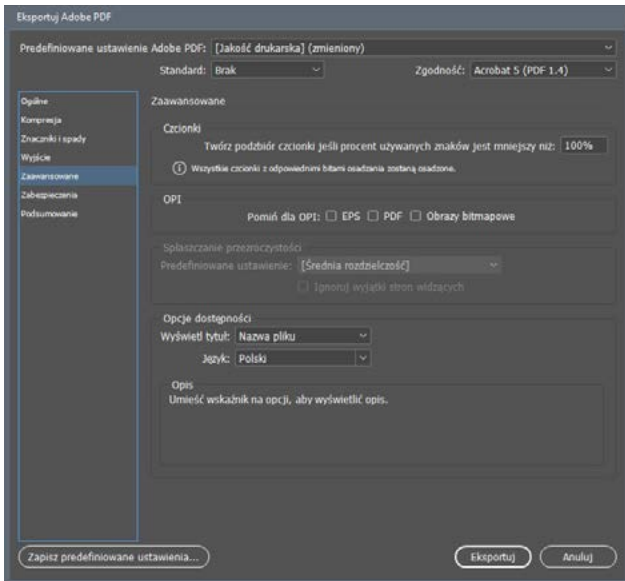
Nie dołączaj profil barwnych.

## Wyjście (PrtScn)



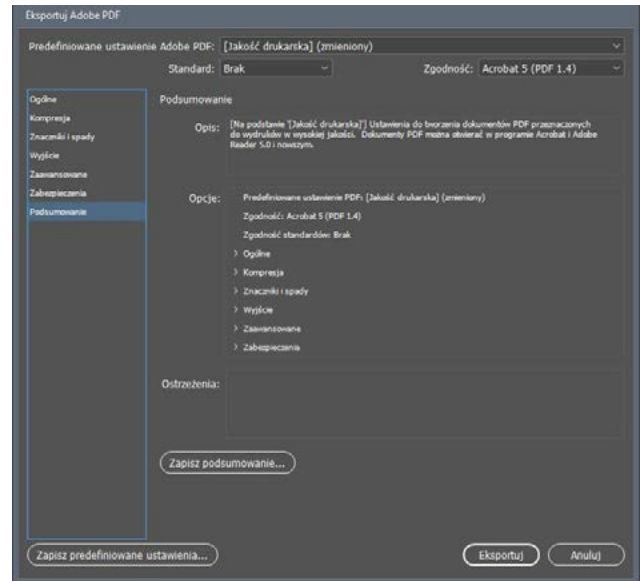
## Zaawansowane

Tak jak na Zachodzie, tak i w tej zakładce – bez zmian.



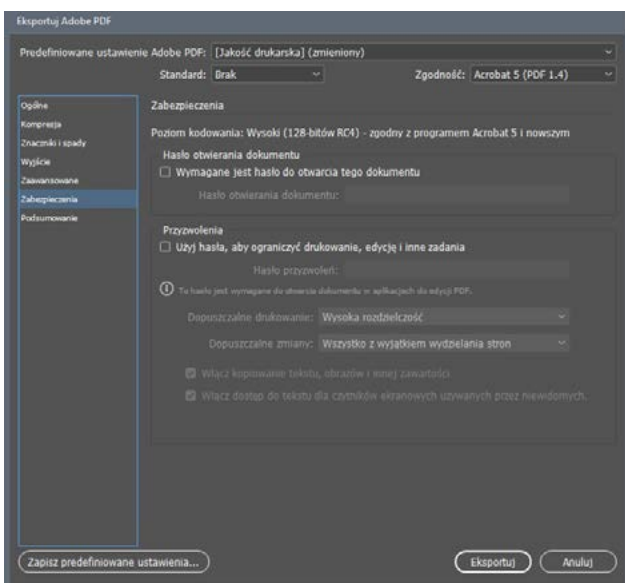
## Podsumowanie

Ta zakładka służy do sprawdzenia, czy w projekcie nie ma żadnych alertów.



## Zabezpieczenia

Jeżeli przekazujesz plik do drukarni, nie zabezpieczaj go. Nie martw się, nie rozpowszechnimy go i nie udostępnimy osobom trzecim, a Twoja własność intelektualna jest w bezpiecznych rękach.



*Jeśli jesteś w tym miejscu i udało Ci się zapoznać z całym materiałem to znaczy, że Twoja wiedza z zakresu projektowania i przygotowania katalogów do druku jest już na poziomie eksperckim. Gratulacje! Kolejny poziom do zdobycia to uznanie klientów. Z dopracowanym katalogiem będzie to łatwiejsze niż myślisz!*

*[Signature]*

## drukomat.

1. Jeśli projektujesz w inDesign, wartość spadów ustaw w specjalnie do tego przeznaczonym bloku.

2. Pamiętaj o parzystej liczbie stron w katalogu (powinna być podzielna przez 4).

3. Uwzględnij w projekcie szerokość grzbietu okładki.

4. Jeśli na okładce ma pojawić się lakier UV wybiórczy, Twój plik wynikowy powinien mieć nie 2, a 3 strony (trzecia będzie wskazaniem miejsca, w którym ma zostać naniesiony lakier).

5. Przed wysłaniem pliku format netto powiększ o wartość spadów.

6. Pamiętaj, aby tworząc projekt zaznaczyć atrybut „strony widzące”.

7. Plik wynikowy wysyłaj zawsze w formacie pdf (w przypadku katalogów klejonych będą to 2 pliki - jeden z wnętrzem, a drugi z okładką).

8. Po wyeksportowaniu wszystkich stron projektu pamiętaj o kompresji.

9. Usuń znaczniki, uwzględnij spady.

10. Kolory dodatkowe przekonwertuj na kolory podstawowe.

11. Wysyłaj zawsze niezabezpieczone pliki.

podsumowanie

04

ZAMAWIANIE  
I DRUK  
KATALOGU.  
KROK  
PO KROKU

drukomat.

05

# Wstęp

---

Udało Ci się dobrać do ostatniego rozdziału, brawo! Z tej okazji mamy dla Ciebie prawdziwą wisienkę na torcie, którą jest prosta instrukcja składania zamówienia na drukomat.pl. Zobacz jakie to łatwe!

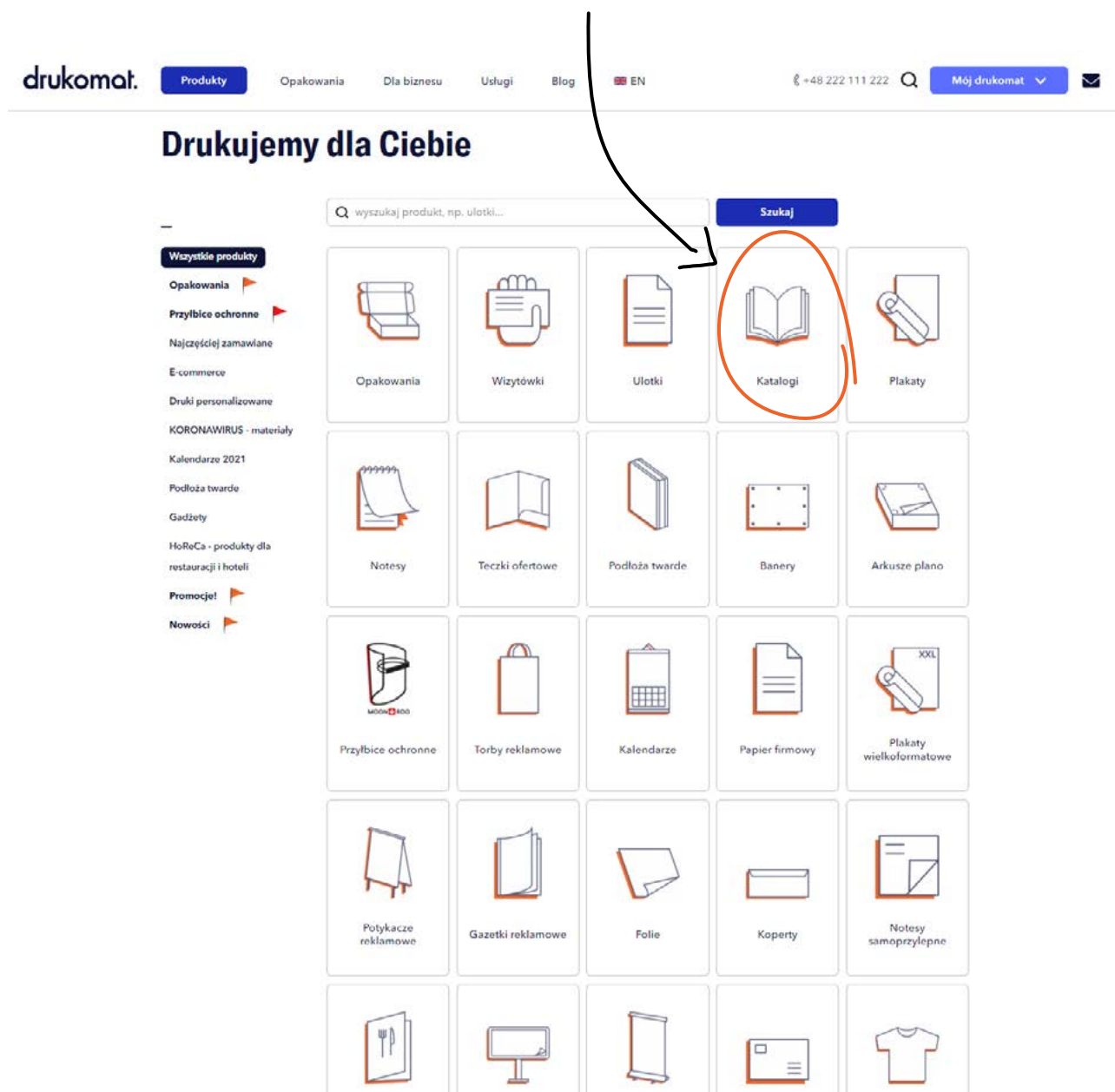
W tym rozdziale znajdziesz krótką instrukcję, która oprowadzi Cię po najważniejszych zakamarkach naszej platformy - wycieczkę zaczniemy od procesu rejestracji, a stacją końcową będzie finalizacja zamówienia. Pokażemy Ci, jak poprawnie zlecać druk na naszym portalu, jakie masz opcje i jak możesz z nich korzystać.

A teraz weź głęboki oddech, usiądź wygodnie i daj się poprowadzić przez ścieżkę zakupową. Zapraszamy do lektury i już nie możemy się doczekać efektów Twojej pracy!



# Logowanie / zakładanie konta

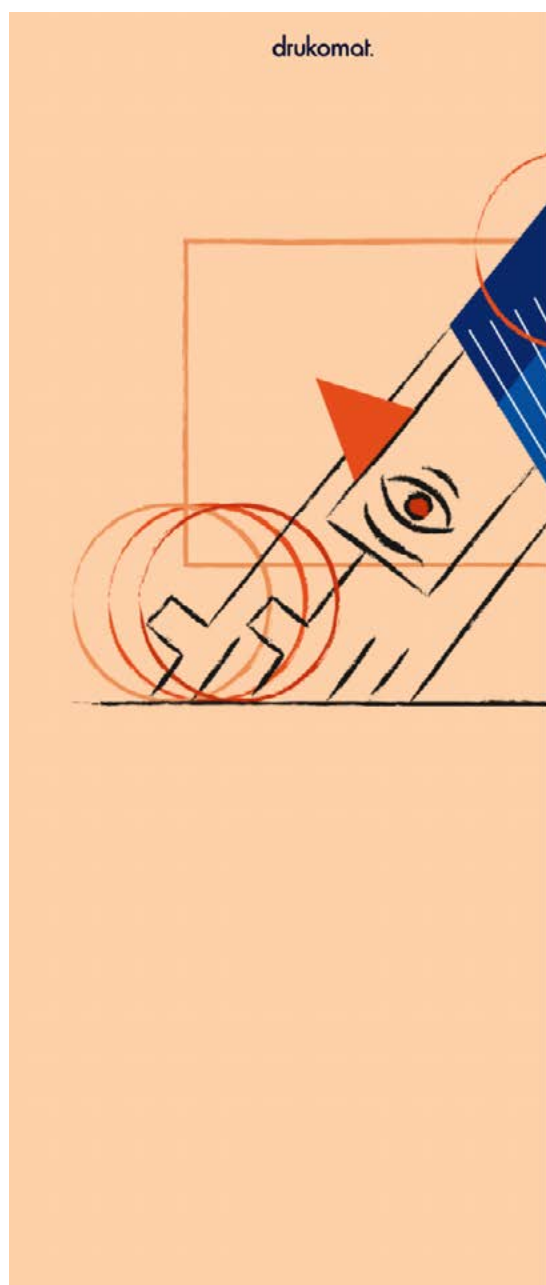
Oto i on – serwis, w którym możesz zamawiać druk online. Dziś opowiadamy o katalogach, ale – jak pewnie wiesz, z nami możesz wydrukować dużo więcej. Wróćmy jednak do katalogów – od czego należy zacząć przed złożeniem zamówienia?



# Wejdź na [www.drukomat.pl](http://www.drukomat.pl)

- jeśli masz już konto - wystarczy, że się zalogujesz
- jeśli nie masz konta, przed Tobą krótki proces rejestracji

Spokojnie, nie zajmie Ci to wiele czasu, a potem pozwoli na jego znaczną oszczędność!



Masz już konto?

Zaloguj

## Załóż nowe konto

E-mail:

Adres e-mail

Podany przez Ciebie adres e-mail będzie Twoim loginem

Hasło:

Hasło

Hasło musi posiadać min. 6 znaków (min. 1 dużą literę, 1 małą literę oraz 1 cyfrę)

Powtórz hasło:

Powtórz hasło

Profil działalności:

Wybierz profil działalności

Skąd o nas wiesz:

Wybierz skąd o nas wiesz?

Zniamy tylko te dane, które są potrzebne do procesu realizacji zamówienia. Podanie ich jest dobrowolne, ale konieczne, aby korzystać z naszych usług.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych przekazanych przeze mnie w trakcie procesu rejestracji oraz podczas składania zamówień przez administratora danych tj. spółkę Drukomat.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Plie (64-920) przy ulicy Wypoczynkowej 13, KRS: 0000288587, NIP: 7642657656, w celu realizacji składanych przeze mnie zamówień. W tym samym celu podane dane osobowe mogą być przekazywane podwykonawcom - drukarniom lub podmiotom świadczącym usługi pocztowe i kurierskie.

Jeśli interesują Cię nasze promocje cenowe oraz nowe produkty - zachęcamy do zaznaczenia poniższych klauzul.

Wyrażam zgodę na przetwarzanie danych osobowych podanych przeze mnie w trakcie procesu rejestracji przez administratora danych tj. spółkę Drukomat.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Plie (64-920) przy ulicy Wypoczynkowej 13, KRS: 0000388587, NIP: 7642657656, w celach marketingowych, w tym przekazywania mi Newslettera i informacji o aktualnych promocjach, rabatach i konkursach organizowanych przez administratora.

Wyrażam zgodę na przesyłanie na mój adres e-mail poświadczony w toku rejestracji informacji handlowych środkami komunikacji elektronicznej; takich jak newsletter, informacje o aktualnych promocjach, rabatach i konkursach przez spółkę Drukomat.pl Sp. z o.o. z siedzibą w Plie (64-920) przy ulicy Wypoczynkowej 13, KRS: 0000288587, NIP: 7642657656.

Założenie konta na portalu oznacza akceptację regulaminu oraz polityki prywatności.



Załóż konto

# Uzupełnienie danych potrzebnych do zamówienia

Podaj swoje dane - login, hasło, profil działalności.  
W kolejnym kroku poprosimy o dane do faktury oraz dane kontaktowe.

**drukomat.** Produkty Opakowania Dla biznesu Usługi Blog EN +48 222 111 222 Q Mój drukomat

### Ustawienia konta

#### Dane kontaktowe

Nazwa użytkownika

Obecne hasło [Ustaw nowe hasło](#)

[Zmień hasło](#)

NIP

Podaj NIP - wyszukamy dla Ciebie pozostałe dane

[Wypełnij](#)

Pełna nazwa firmy

Imię Nazwisko

Ulica i numer

Miasto Kod pocztowy

Telefon

+48 7000000000

Inne dane do faktury

Inny adres do wysyłki

[Zapisz zmiany](#)

#### Dodanie logotypu firmy

Jśli chcesz spersonalizować wydruwy dla Klienta - dodaj swój logotyp (obraz o wymiarach 190 x 49 px w formacie jpg lub png i wielkości nie przekraczającej 1MB).

[Dodaj logo](#)

#### Likwidacja konta

Jśli chcesz zlikwidować konto na naszym portalu, kliknij "usuń konto". Na Twój adres e-mail wyślemy wiadomość zawierającą link. Po jego kliknięciu konto zostanie usunięte.

[Usuń konto](#)



**Dane uzupełnione? Brawo! Fajnie, że jesteś z nami.**

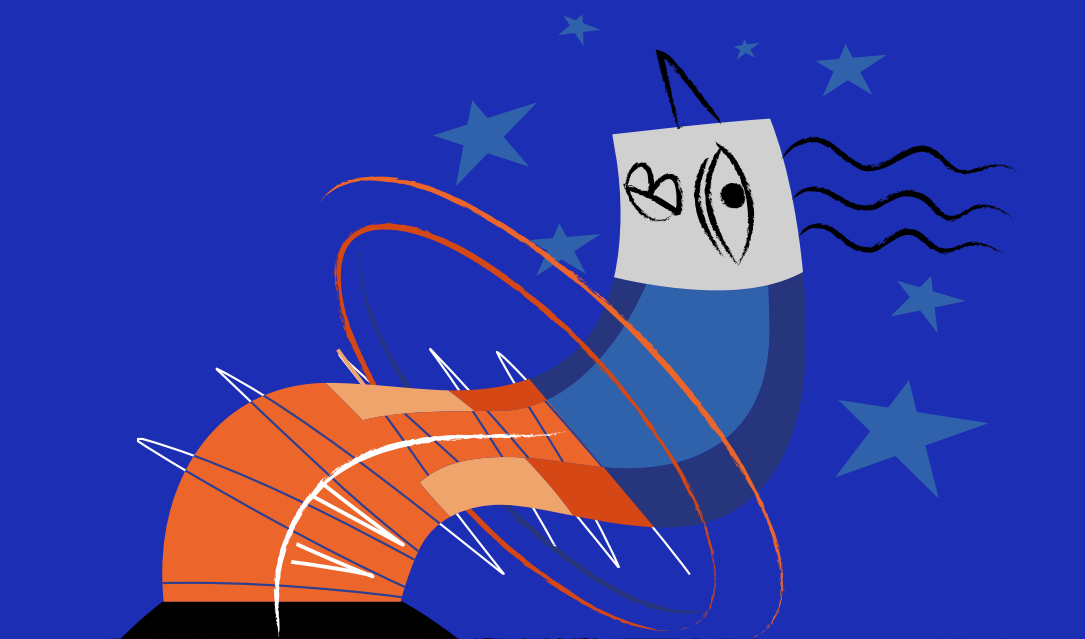
Teraz możesz korzystać z wielu ułatwień oraz zamawiać wydruki z domu, biura lub wanny - online, 24/7.



# Co zyskujesz?

---

- Masz okazję przystąpić do programu partnerskiego i dzięki temu korzystać ze stałego rabatu dla firm oraz aktualnych promocji.
- Masz dostęp do unikalnej usługi przeniesienia płatności nawet o 45 dni (PAYlater)!  
Bo czasem każdy potrzebuje wakacji... również od faktur.
- Możesz korzystać z konta bonusowego (składając zamówienia gromadzisz punkty bonusowe, którymi opłacasz kolejne zamówienia).
- Otrzymujesz spersonalizowaną wycenę, uzupełnioną swoimi danymi i logotypem – gotową do przedstawienia klientowi.
- Masz wgląd do historii zamówień, gdzie możesz śledzić ich status.
- Możesz stworzyć własną książkę adresową z danymi klientów. Dzięki temu szybko wyślesz zamówienia na różne adresy (bez konieczności każdorazowego wpisywania).
- Udostępniamy Ci usługę wysyłek „no name” z Twoimi danymi, prosto do Twoich klientów.
- Możesz drukować różne materiały dla swoich klientów, a następnie je zebrać i połączyć w jedną przesyłkę.
- Masz jedną drukarnię, w której możesz zlecić zarówno druk w wielu technologiach (np. offsetowej, cyfrowej, UV, solwentowej, lateksowej), jak i uszlachetnienie produktów, a także procesy introligatorskie (m.in. szycie, klejenie, spiralowanie, wiercenie otworów, falcowanie, podklejanie).
- Możesz wybrać pakowanie według zapotrzebowania, łącznie z konfekcjonowaniem zleceń i wysyłką na jeden lub wiele adresów w kraju i za granicą.
- Masz kilka milionów wariantów produktowych na wyciągnięcie ręki.



# Wybór parametrów zamówienia

Konto założone, a Ty już czujesz się u nas jak u siebie? Czas na zamówienie! Najpierw wybierz rodzaj katalogu – jako przykład wzięliśmy katalog szyty. Następnie skonfiguruj pozostałe parametry.

## Parametry produktu

### (Poli)graficzne kody

Pewnie dobrze je znasz, ale i tak przypomnimy. Korzystając z usług drukarni, prawdopodobnie spotkasz się z oznaczeniami typu:

- 4/4
- 4/0
- 1/1
- 1/0
- 5/5 (4 + biały/4 + biały)

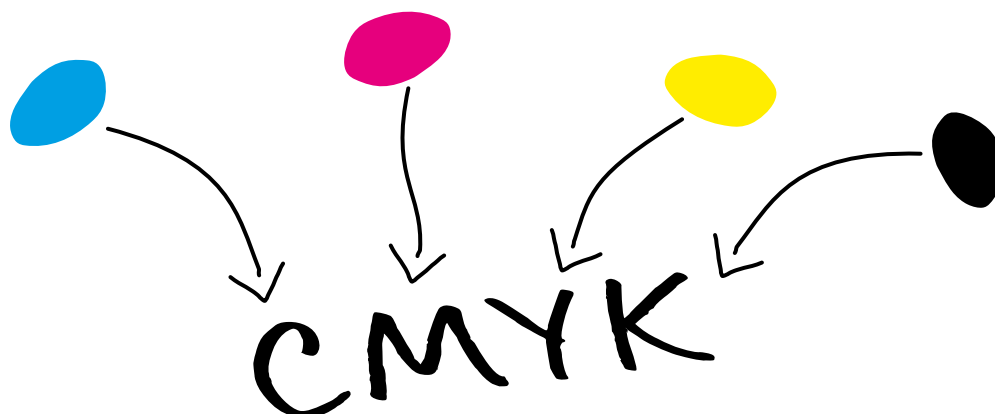
Z tego ciągu znaków nie odczytasz może numerów lotto, stanu liczników ani tego, która niedziela jest handlowa, natomiast dowiesz się, czy będzie to druk jedno- czy dwustronny. Określają one także druk kolorowy lub monochromatyczny.

W tym ciągu zawarty jest również przepis na biały poddruk i zadruk.

**Ukośnik** oddziela strony, mając np. oznaczenie 4/0 – na pierwszej stronie będziemy mieć kolorowy druk, a druga zostanie pusta.

**Cyfry** mówią nam o tym, ile kolorów zostanie użytych w druku. Na przykład cyfra 4 oznacza całą czwórkę z drużyny CMYK, a 1 – wybranego zawodnika (głównie Czarneckiego lub Białka). Zero to po prostu brak zadruku na danej stronie.

**Cyfra 5** oznacza CMYK z białym poddrukiem (stosowane na kolorowych podłożach, aby zachować intensywność kolorów).




# O boże, a jakie podłoże?

Papier ma wpływ na jakość, objętość oraz cenę katalogu.

**Offsety** to papiery niepowlekane. Najbardziej ekonomiczną wersją jest papier offsetowy 90 g. Te o wyższej gramaturze wyglądają naprawdę imponująco, a przy tym dodają wydrukowi nieco surowości. Co ważne, można po nich pisać, a tusz się nie rozmaże. U nas możesz drukować na offsecie od 90 do 240 g.

**Papiery EKO** produkowane są z zachowaniem ścisłych norm środowiskowych i są łatwe do przetworzenia. W naszej ofercie znajdziesz np. Woodstock Betulla 285 g lub Kraftliner 250 g, które świetnie sprawdzą się jako okładki katalogów. Tego typu podłoża będą doskonałe do prezentacji drukowanego portfolio lub designerskiego katalogu produktowego.

**Kredy** to papiery powlekane, dostępne w wersji matowej lub z lekkim połyskiem. Tego typu podłoża, dzięki specjalnej powłoce, nie chłoną farby tak jak te niepowlekane. W efekcie wydrukowane kolory są bardziej intensywne. U nas możesz drukować na papierze kredowym o gramaturze od 90 do 350 g.

 Jeśli interesuje Cię druk na innych gramaturach, prześlij zapytanie o wycenę produktu spoza oferty.



### Liczba stron z okładką

To nic innego jak objętość katalogu.

Cyfry te wskazują na liczbę stron, gdzie pierwsza to okładka, czyli 4 strony, a kolejna to liczba stron wnętrza.

### Uszlachetnienie okładki

Twój katalog powinien zachwycać od pierwszego wejrzenia. Jeśli już masz wyjątkowy projekt na okładkę, może warto podkreślić go jeszcze bardziej uszlachetnieniem?

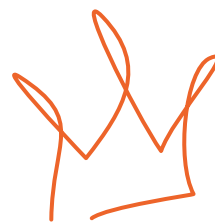
### Kolory

Możesz podkreślić błyszczącą folią, a nieco stonować, wybierając folię matową.

Aby okładka była aksamitna w dotyku, pokryj ją folią soft touch. Detale wydobędziesz za pomocą wybiórczego lakieru UV, który muśnie blaskiem nawet niewielkie napisy lub wzory.

### Inne

W przypadku katalogu szytego możesz wybrać zszywki płaskie (zeszytowe) lub zszywki z oczkiem, które umożliwiają wpięcie katalogu do segregatora. W przypadku katalogu spiralowanego masz możliwość wyboru koloru spirali.



Opanuj technikę,  
a osiągniesz  
mistrzostwo.  
Z każdym kolejnym  
zamówieniem  
katalogów powinno  
być coraz łatwiej!



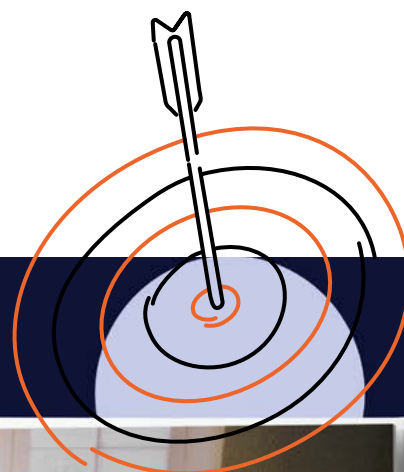
# Sprawdzanie plików

---

**Automatyczne** - Twoje pliki zostaną automatycznie zweryfikowane. Nasz system Preflight wykrywa ponad 100 błędów, między innymi: brak czcionki, niewłaściwą kolorystykę czy też nieodpowiednią rozdzielczość grafiki.

**Sprawdzenie przez konsultanta** - jeśli chcesz mieć pewność co do poprawności przygotowania plików, możesz zamówić odpłatną, ręczną weryfikację. Wówczas, zanim plik trafi do automatycznej weryfikacji, najpierw ręcznie sprawdzi go grafik. Nawet jeśli na kolejnych etapach pojawią się automatyczne ostrzeżenia, możesz spokojnie drukować (nasi konsultanci graficzni mają tyle doświadczenia, by wiedzieć, co przejdzie, a co można pominąć).

*Błędy są po to,  
aby je popełniać.  
Ale zdecydowanie  
lepiej (i taniej!) zrobić  
je przed wydrukiem.*



# Nakład i tryb realizacji

Po wybraniu parametrów produktu, przechodzisz krok dalej do nakładu, który Cię interesuje. Przy każdej konfiguracji automatycznie zmienia się cena. W tej kolumnie zobaczysz także, na kiedy zaplanowana zostanie wysyłka Twojego zamówienia.

*Czas złożenia zamówienia ma wpływ na termin realizacji. Podany termin wysyłki dotyczy tych zamówień, do których prześlesz i zaakceptujesz pliki, a także tych które zdążysz opłacić przed określoną godziną.*



drukomat. **Produkty** Opakowania Dla biznesu Usługi Blog EN +48 222 111 222 **Mój drukomat**

Strona główna Produkty Katalogi szyte

## Katalogi szyte

Cena pomniejszona o 5%. Dodatkowo 30% widoczne po zalogowaniu.  
Więcej informacji o tym produkcie

1. WYBIERZ PARAMETRY PRODUKTU 2. WYBIERZ NAKŁAD I TRYB REALIZACJI 3. ZAMÓW

**PRODUKT**

Katalogi szyte

**ZADRUK**

Dwustronny 4/4 okładka, 4/4 wnętrze

**FORMAT**

A4 pion (210 x 297 mm)

**RODZAJ PAPIERU**

Kreda połysk 130 g

**LIŚCIE STRON Z OKŁADKI**

4 + 4

**LAKIEROWANIE, FOLIOWANIE OKŁADKI**

Standard

**RODZAJ ZSZYWEK**

Plaskie

**ODBIJOWANIE**

Nie

**SPRAWDZANIE PŁIKÓW**

Sprawdzanie automatyczne

JAK PRZYGOTOWAĆ PLIK?

Instrukcja do druku

**+ Centrum Pomocy**

+48 222 111 222

Wejdź na czat

kontakt@drukomat.pl

**PODAJ NAKŁAD WŁASNY**

Maksymalny nakład to 50000 **Dodaj**

**EKONOMICZNY** **STANDARDOWY** **EKSPRESOWY**

Wysyłka

produkt NIEJAKTYWNY w trybie ekonomicznym **JUTRO** produkt NIEJAKTYWNY w trybie ekspresowym

ZAMÓW ODBIJĄ DO 14:00

Nakład	Cena netto	Cena netto	Cena netto
5	-	85,12 zł	-
10	-	95,76 zł	-
20	-	113,71 zł	-
25	-	122,36 zł	-
30	-	133,00 zł	-
40	-	150,95 zł	-
50	-	170,24 zł	-
60	-	185,54 zł	-
70	-	205,49 zł	-
75	-	214,80 zł	-
80	-	222,70 zł	-
90	-	242,06 zł	-
100	-	259,35 zł	-
125	-	323,19 zł	-
150	-	336,49 zł	-
500	-	359,10 zł	-

**DARMOWA DOSTAWA**

Wysyłka

**JUTRO**

Zamów dzisiaj do 16:00

Oferta wysyłek zagranicznych

Warunkiem wysyłki jest:

Dodanie plików do 15:30  
Zaakceptowanie podglądów do 16:00  
Opłacenie zamówienia do 16:00  
(nie dotyczy pobrania)

Nakład: 1 x 5 szt.  
Cena netto za szt.: 17,024 zł  
Wartość produktu netto: 85,12 zł  
Koszt dostawy netto: 0,00 zł  
VAT: 19,58 zł

Do zapłaty łącznie:  
**85,12 zł netto**  
104,70 zł brutto

**ZAMÓW**

personalizuj wycenę pobierz wycenę do PDF

**Parametry produktu**

Produkt: Katalogi szyte  
Nakład: 1 x 5 szt.  
Zadruk: dwustronny 4/4 okładka, 4/4 wnętrze  
Format: A4 pion (210 x 297 mm)  
Rodzaj papieru: kreda połysk 130 g  
Ilość stron z okładką: 4 + 4

# Zamów

W trzecim oknie zobaczysz podsumowanie swojego zamówienia. Na tym etapie możesz pobrać wycenę produktu w formacie pdf, z konkretnymi parametrami, wagą zlecenia, liczbą kartonów i warunkami wysyłki w danym terminie.

Sprawdź wszystko jeszcze raz i jeśli zlecenie jest kompletne, kliknij „ZAMÓW”.

Jeśli zmienisz konfigurację, dane w tej kolumnie **automatycznie** się zaktualizują.

Interfejs użytkownika strony drukomat.pl, etap 3: Zamówienie.

Strona główna > Produkty > Katalogi szyte

## Katalogi szyte

Cena pomniejszona o 5%. Dodatkowe 30% widoczne po zalogowaniu.  
W więcej informacji o tym produkcie

1. WYBIERZ PARAMETRY PRODUKTU | 2. WYBIERZ NAKŁAD I TYPE WYSYŁKI | 3. ZAMÓW

PRODUKT: Katalogi szyte >

ZADRUK: Dwustronny 4/4 okładka, 4/4 wewnętrzne >

FORMAT: A4 pion (210 x 297 mm) >

RODZAJ PAPIERU: Kreda polysk 130 g >

KIŁCZ STRON Z OKŁADKĄ: 4 + 4 >

UKŁADOWANIE, FOLIOWANIE OKŁADKI: Standard >

RODZAJ WYSYŁKI: Płaskie >

ODBIOROWANIE: Nie >

SPRAWDZANIE PLIKÓW: Sprawdzanie automatyczne >

JAK PRZYGOTOWAĆ PLIKI: Instrukcja do druku >

+ Centrum Pomocy

+48 222 111 222  
Wejdź na czat  
kontakt@drukomat.pl

PODAJ NAKŁAD WŁASNY  
Maksymalny nakład to 50000 **Dodaj**

Nakład	Wysyłka: <b>JUTRO</b> ZAMÓW DZISIAJ DO 16:00		
	EKONOMICZNY <small>produkt NIEDOSTĘPNY w trybie ekonomicznym</small>	STANDARDOWY <small>produkt NIEDOSTĘPNY w trybie ekonomicznym</small>	EKSPRESOWY <small>produkt NIEDOSTĘPNY w trybie ekspresowym</small>
	Cena netto	Cena netto	Cena netto
5	-	<b>85,12 zł</b> 99,80 zł	-
10	-	<b>95,76 zł</b> 109,50 zł	-
20	-	<b>113,71 zł</b> 130,50 zł	-
25	-	<b>122,36 zł</b> 144,00 zł	-
30	-	<b>133,00 zł</b> 149,00 zł	-
40	-	<b>159,95 zł</b> 185,90 zł	-
50	-	<b>170,24 zł</b> 197,50 zł	-
60	-	<b>185,54 zł</b> 210,50 zł	-
70	-	<b>205,49 zł</b> 234,50 zł	-
75	-	<b>214,80 zł</b> 246,50 zł	-
80	-	<b>222,78 zł</b> 254,50 zł	-
90	-	<b>242,06 zł</b> 284,50 zł	-
100	-	<b>259,35 zł</b> 303,50 zł	-
125	-	<b>323,19 zł</b> 380,50 zł	-
150	-	<b>338,49 zł</b> 396,50 zł	-
200	-	<b>359,10 zł</b> 419,50 zł	-

PODAJ NAKŁAD WŁASNY  
Maksymalny nakład to 50000 **Dodaj**

**DARMOWA DOSTAWA**  
Wysyłka **JUTRO**  
Zamów dzisiaj do 16:00  
Oferta wysyłki zagranicznych

Warunkiem wysyłki jest:

- Dodanie plików do 15:30
- Zaakceptowanie podglądów do 16:00
- Opłacenie zamówienia do 16:00 (nieobowiązkowo)

Nakład: 1 x 5 szt.  
Cena netto za szt.: 17,024 zł  
Wartość produktu netto: 85,12 zł  
Koszt dostawy netto: 0,00 zł  
VAT: 19,58 zł

Do zapłaty łącznie:  
**85,12 zł netto**  
104,70 zł brutto

**ZAMÓW**

personalizuj wycenę | pobierz wycenę do PDF

Parametry produktu

Produkt: Katalogi szyte  
Nakład: 1 x 5 szt.  
Zadruk: dwustronny 4/4 okładka, 4/4 wewnętrzne  
Format: A4 pion (210 x 297 mm)  
Rodzaj papieru: kreda polysk 130 g  
Ilość stron z okładką: 4 + 4

# Finalizacja zamówienia

Gratulujemy! Teraz jesteś już po drugiej stronie lustra. Ta sekcja jest podzielona według statusu zamówień na: oczekujące, w realizacji i wysłane. Zapraszamy, oprowadzimy Cię.

## Zamówienia oczekujące

Tutaj znajduje się garderoba, to jest miejsce, w którym przygotowujesz i ostatecznie układasz swoje pliki. Twoją rolą jest je wgrać i upewnić się, że wszystkie dane zostały dobrze uzupełnione.

*Pamiętaj, że przygotowując plik, możesz skorzystać z opcji „dodaj spód”, „skaluj do formatu” (np. A4 do A5) lub obrót strony.*

## Szczegóły zamówienia

Na tym etapie upewnij się, że wszystkie parametry zostały poprawnie wybrane, jeśli tak - przejdź do zakładki **Praca z plikami**.



# Adres i dostawa

Tutaj wpisujesz odbiorcę i nadawcę. Pamiętaj, że możesz wybrać wysyłkę bezpośrednio do klienta, a siebie wpisać jako nadawcę.

## Dodanie adresu dostawy

Uzupełnij swoją bazę adresową, dzięki temu wyślesz zamówienia kilkoma kliknięciami.

The screenshot displays the 'drukomat.pl' interface. At the top, there are navigation links for 'Produkty', 'Opakowania', 'Dla biznesu', 'Usługi', 'Blog', and 'EN'. A search bar and 'Mój drukomat' button are also visible. The main content area is titled 'Zamówienia' and includes a filter box for 'FILTRUJ ZAMÓWIENIA' with options for 'Dane za okres' and 'Status płatności'. Below this are tabs for 'Oczekujące', 'W realizacji', and 'Wysłane'. The primary focus is on the 'Adres i dostawa' tab for order 151196/000012. This tab shows a table with columns: ODBIORCA, NADAWCA, METODA DOSTAWY, WZORY, NAKLAD, KARTONY/WAGA, KOSZT DOSTAWY, and KALENDARZ NO NAME. A note states: 'Adres dostawy do innego kraju niż aktualnie wybrany, można zmienić jedynie do momentu dokonania płatności.' Below the note is a form with a dropdown menu for the sender, currently showing 'Drukarnia, Jan Kowalski'. A search box contains 'Sruka', and a '+ Dodaj nowy' button is highlighted with a red circle. The form also includes fields for 'Przesyłka...', 'Wzór 1', '5', '1/0,16 kg', and '0,00 zł'. A summary row shows: 'Podsumowanie: 1 5 1/0,16 kg 0,00 zł'. At the bottom, there is a 'Wyświetl: 10' dropdown and a 'Wybierz do zapłaty' button.

NR I NAZWA ZAMÓWIENIA	DATA ZAMÓWIENIA	PRODUKT I NAKLAD	STATUS PŁUKÓW	KWOTA BRUTTO	METODA I STATUS PŁATNOŚCI	PLANOWANA DATA WYSYŁKI	AKCJE
151196/000012 katalogi szyte 2021-02-...	23.02.2021 11:09:17	katalogi szyte 1 x 5 szt.	czeka na pliki	104,70 zł	czeka na płatność	25.02.2021	
151196/000011 katalogi klejone 2021-0...	23.02.2021 11:09:02	katalogi klejone 1 x 5 szt.	czeka na pliki	1 109,14 zł	czeka na płatność	01.03.2021	
151196/000010 katalogi klejone 2021 0...	23.02.2021 11:08:37	katalogi klejone 1 x 5 szt.	czeka na pliki	1 109,14 zł	czeka na płatność	01.03.2021	
151196/000009 katalogi szyte 2021-02-...	23.02.2021 10:28:35	katalogi szyte 1 x 5 szt.	czeka na pliki	104,70 zł	czeka na płatność	25.02.2021	
151196/000008 katalogi szyte 2021-02-...	19.02.2021 15:01:52	katalogi szyte 1 x 125 szt.	czeka na pliki	397,52 zł	czeka na płatność	25.02.2021	

## Zmiana danych nadawcy

Na tym etapie jest jeszcze czas, by zmodyfikować dane. Pamiętaj, że możesz wysłać wydruki prosto do Twoich klientów. Na kopercie umieścimy wyłącznie Twoje dane.

The screenshot shows the 'Zamówienia' (Orders) section of the drukomat.pl interface. The 'Adres i dostawa' (Address and delivery) tab is active. The order details include: NR i NAZWA ZAMÓWIENIA: 151196/000012, DATA ZAMÓWIENIA: 23.02.2021, PRODUKT I NAKŁAD: katalogi szyte 1 x 5 szt., STATUS PŁIKÓW: czeka na plik, KWOTA BRUTTO: 104,70 zł, METODA i STATUS PŁATNOŚCI: czeka na płatność, PLANOWANA DATA WYSYŁKI: 25.02.2021. The 'Adres i dostawa' section shows the sender address (NADAWCA) as 'Drukomat.pl S...' and the delivery method (METODA DOSTAWY) as 'Przesyłka...'. A dropdown menu is open, showing the '+ Dodaj nowy' button circled in red. A black arrow points from the text 'Zmiana danych nadawcy' to this button.

## Metody dostawy

Wybierz najbardziej dogodny rodzaj dostawy. Gdy to zrobisz, możesz przejść do płatności.

The screenshot shows the 'Zamówienia' (Orders) section of the drukomat.pl interface. The 'Adres i dostawa' (Address and delivery) tab is active. The order details include: NR i NAZWA ZAMÓWIENIA: 151196/000012, DATA ZAMÓWIENIA: 23.02.2021, PRODUKT I NAKŁAD: katalogi szyte 1 x 5 szt., STATUS PŁIKÓW: czeka na plik, KWOTA BRUTTO: 104,70 zł, METODA i STATUS PŁATNOŚCI: czeka na płatność, PLANOWANA DATA WYSYŁKI: 24.02.2021. The 'Adres i dostawa' section shows the sender address (NADAWCA) as 'Drukomat.pl S...' and the delivery method (METODA DOSTAWY) as 'Przesyłka...'. A dropdown menu is open, showing the 'Przesyłka...' option circled in red. A black arrow points from the text 'Metody dostawy' to this dropdown menu.

# Płatności

## Wybór formy płatności

To Ty decydujesz jak i kiedy opłacisz zamówienie. Możesz płacić tak jak Ci wygodniej - PayU by link, PayU express, sofort, przelewem lub PAYlater. Do określonej kwoty możesz wybrać także opcję za pobraniem.

*Pamiętaj, że jeśli chcesz odroczyć płatności, możesz zamówić teraz, a zapłacić później (nawet za 45 dni). Aby to zrobić, wybierz PAYlater - po weryfikacji, dowiesz się, jaki limit został Ci przyznany.*

Wybrane 1 zamówienia  
151196/000003  
(katalogi szyte 2020-02-10 14:17:42)

Produkt:	340,48 zł
Przesyłka kurierska:	0,00 zł
Kwota netto:	340,48 zł
Wartość VAT:	78,31 zł
Kwota brutto:	418,79 zł

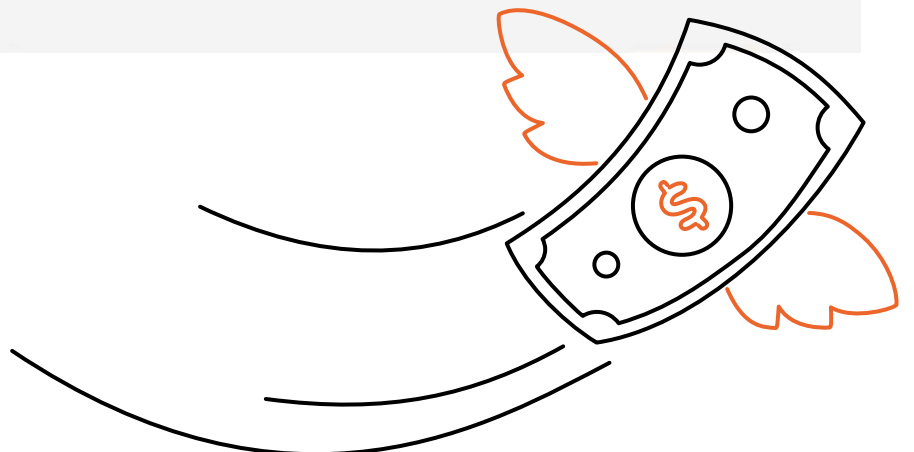
Wybierz metodę płatności

- PayU Express
- PayU by link
- sofort
- przelew
- PAYlater

Zapłać z konta bonusowego  
Stan: 0,00 zł brutto

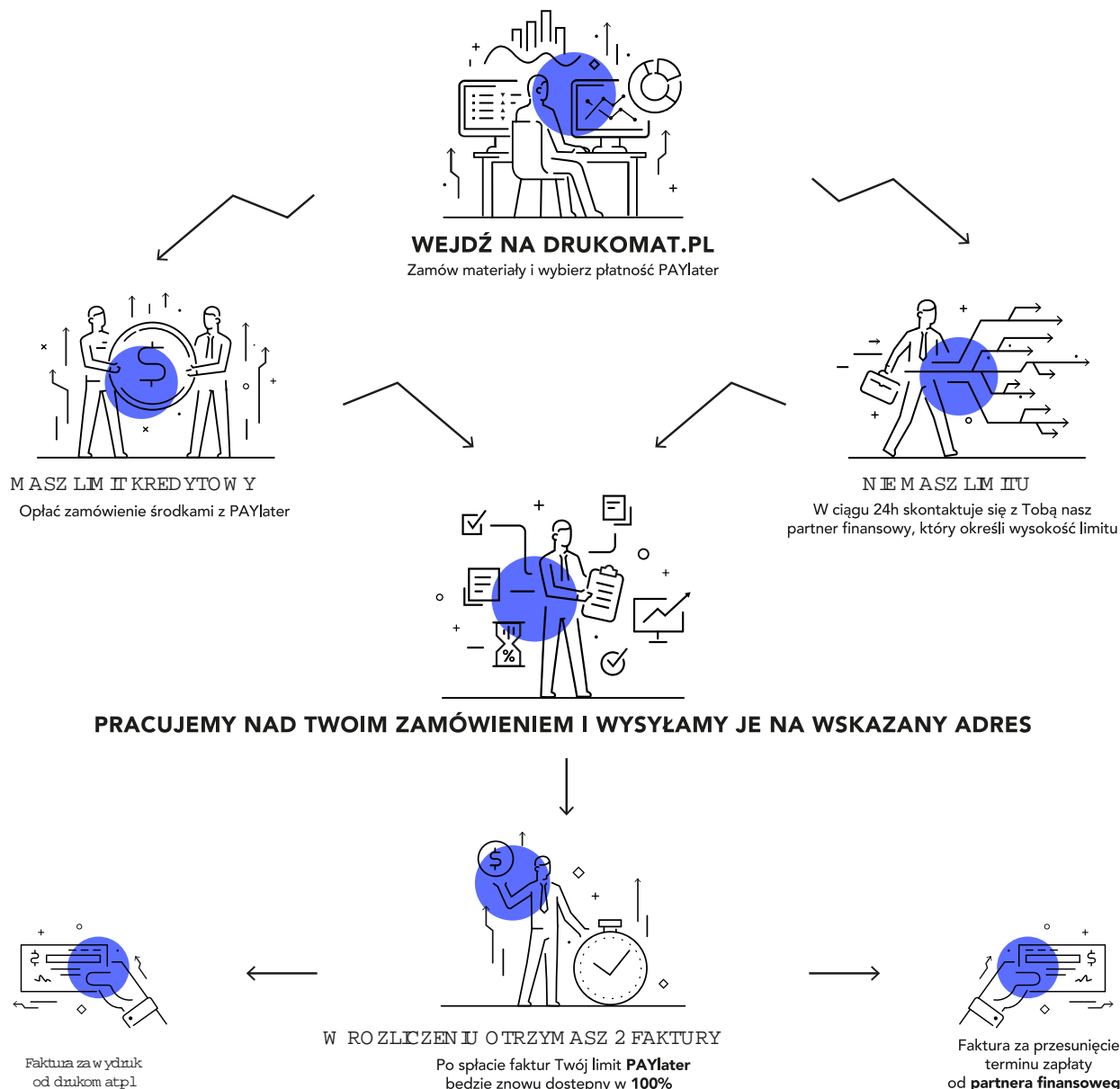
0,00 zł z konta bonusowego

Do zapłaty łącznie  
**340,48 zł netto**  
418,79 zł brutto



# JAK KORZYSTAĆ **PAY**later

DRUKUJ TERAZ – ZAPŁAĆ PÓŹNIEJ



✓ ZA NIETYKORZYSTANE ŚRODKI NIC NIE PŁACISZ. PRYZNANIE LIMITU JEST DARMOWE I DO NICZEGO NIE ZOBOWIĄDUJE

✓ USŁUGA OBEJMUJE ZAMÓWIENIA OD 250 ZŁ BRUTTO

✓ SPŁACASZ KIEDY CHCESZ – OD 1 DO 45-TEGO DNIA OD WYSTAWIENIA FAKTURY W DRUKOMAT.PL

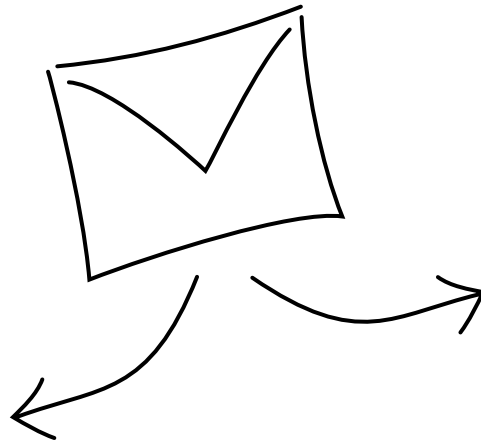
✓ LIMIT MOŻESZ WYKORZYSTAĆ W DOWOLNYM MOMENCIE – NA JEDNO LUB KILKA ZAMÓWIENI

# Wiadomości

## Wiadomości do Biura Obsługi Klienta

Wątpliwości mają to do siebie, że potrafią dopaść w każdym momencie. Jeśli te towarzyszą Ci podczas zamawiania katalogów, spokojnie - jesteśmy z Tobą. Śmiało pytaj. Możesz kontaktować się z naszymi konsultantami. Wystarczy, że wejdiesz w pole Wiadomość i klikniesz, kto ma ją dostać:

- **Biuro Obsługi Klienta**
- **Graficy**



The screenshot shows the 'drukomat.' website interface. At the top, there is a navigation bar with 'Produktury', 'Opakowania', 'Dla biznesu', 'Usługi', 'Blog', and 'EN'. A search bar and 'Mój drukomat' button are also visible. The main section is titled 'Zamówienia' and includes a filter box for 'FILTRUJ ZAMÓWIENIA' with options for 'Dane za okres' and 'Status płatności'. Below this, there are tabs for 'Oczekujące', 'W realizacji', and 'Wysłane'. A table of orders is displayed with columns: 'NR I NAZWA ZAMÓWIENIA', 'DATA ZAMÓWIENIA', 'PRODUKT I NAKŁAD', 'STATUS PLIKÓW', 'KWOTA BRUTTO', 'METODA I STATUS PŁATNOŚCI', 'PLANOWANA DATA WYSYŁKI', and 'AKCJE'. One order is highlighted with a red box, and a red circle highlights the 'Wiadomość' icon in the order details bar. An arrow points from this icon to the 'Do biura obsługi klienta' message form, which contains a text input field and a 'Wyślij' button.

## Zamówienia w realizacji

Wszystko wypełnione? Świetnie! Twoje zamówienie już rusza na produkcję. Niebawem zobaczysz je w zakładce **Zamówienia w realizacji**.

The screenshot shows the 'Zamówienia' (Orders) page on the 'drukomat.pl' website. The 'W realizacji' (In progress) tab is highlighted with a red circle and an arrow. Below the tabs, there is a table of orders:

NR I NAZWA ZAMÓWIENIA	DATA ZAMÓWIENIA	PRODUKT I NAKŁAD	KWOTA BRUTTO	METODA I STATUS PŁATNOŚCI	PLANOWANA DATA WYSYŁKI	AKCJE
> 126573/000079 wizytówki 2019-11...	15.10.2019 16:47:07	Plakaty jednostronne 1 x 5 szt.	518,32 zł	Pobranie / płatność za pobraniem	24.02.2021	
> 105412/001355 wizytówki 2019-11...	15.10.2019 16:47:07	Wizytówki dwustronne 1 x 100 szt.	90,20 zł	Przelew / zapłacone	26.10.2020	

Below the table, a detailed view of an order is shown, including a breakdown of costs:

Produkty:	246,50 zł	Rabat za połączenie w przesyłkę:	9,00 zł
Przesyłka kurierska:	11,90 zł	Kwota netto:	258,40 zł
Bezpłatna przesyłka kurierska:	---	Wartość VAT:	59,43 zł
Przesyłka kurierska z dostawą do 10:00:	---	Kwota brutto:	317,83 zł
Przesyłka kurierska z dostawą do 12:00:	---	Zapłacono z konta bonusowego:	---
Przesyłka kurierska z dostawą w sobotę:	---		
Koszt pobronki:	---		

The net total is **523,60 zł netto** (644,02 zł brutto). A green button 'Przejdź do przesyłki' is visible.

## Zamówienia wysłane

Gdy przesyłka opuści już nasz magazyn, zobaczysz ją w zakładce **Zamówienia wysłane**. Podejrzyj tam datę i wszystkie szczegóły. Możesz też śledzić przesyłkę, korzystając z numeru listu przewozowego.

The screenshot shows the 'Zamówienia' (Orders) page on the 'drukomat.pl' website. The 'Wysłane' (Shipped) tab is highlighted with a red circle and an arrow. Below the tabs, there is a table of shipped orders:

NR I NAZWA ZAMÓWIENIA	DATA ZAMÓWIENIA	PRODUKT I NAKŁAD	KWOTA BRUTTO	METODA I STATUS PŁATNOŚCI	DATA WYSYŁKI	AKCJE
> 132270/000430 banery jednostronne 2020...	04.11.2020 10:41:17	banery jednostronne 1 x 1 szt.	102,46 zł	PayU / zapłacone	05.11.2020	
> 132270/000429 banery jednostronne 2020...	04.11.2020 10:27:47	banery jednostronne 1 x 1 szt.	158,25 zł	PayU / zapłacone	05.11.2020	
> 132270/000426 banery jednostronne 2020...	25.10.2020 19:04:29	banery jednostronne 2 x 1 szt.	355,97 zł	PayU / zapłacone	26.10.2020	

At the bottom, there is a pagination control showing 'Wyświetl: 10' and a page number '1' selected among other options.

## drukomat.

1. Przed złożeniem zamówienia w serwisie drukomat.pl zaloguj się lub załóż konto.
2. Wybierz produkt i wskaż parametry zamówienia w selektorze - rodzaj zadruku, rodzaj papieru, liczba stron z okładką, uszlachetnienia.
3. Wybierz nakład oraz tryb realizacji.
4. Kliknij ZAMÓW, a następnie przejdź do sekcji Praca z plikami.
5. Wgraj plik z projektem, który zostanie automatycznie zweryfikowany przez system Preflight. Możesz również skorzystać z usługi sprawdzenia pliku przez konsultanta.
6. Po weryfikacji pliku z projektem dodaj adres wysyłki oraz sposób dostawy.
7. Wybierz formę płatności, opłać zamówienie i czekaj na swoją przesyłkę!

pod  
sum  
owa  
nie

055

# I to już na tyle!

---

Jeśli udało Ci się dotrzeć do końca to znak, że wykonaliśmy dobrą robotę, a godziny intensywnej pracy nad poradnikiem, kilka nieprzespanych nocy i hektolitry wypitej kawy przyniosły zamierzony efekt.

Teraz czekamy na Twój ruch! Daj nam znać czy materiał Ci się podobał, co warto dodać w kolejnej wersji ebooka (za rok ukaże się następny!) i jakie tematy mogłyby Cię zainteresować w przyszłości.

A jeśli nie masz jeszcze konta w naszym serwisie, zapraszamy Cię na stronę [drukomat.pl](http://drukomat.pl). Przetestuj zdobytą wiedzę w praktyce.

Wykorzystując tę niepowtarzalną okazję, zachęcamy Cię również do polubienia nas na Facebooku, Instagramie oraz udostępniania linku do naszej publikacji wszędzie tam, gdzie może się ona przydać.

