

LinkFlow
SISTEMAS

Criação de layout, aprovação de artes, impressão e logística

Saiba como as grandes gráficas e convertedoras fazem para **gerenciar todo o processo gráfico de forma organizada**, do layout até a impressão final

Sumário

Apresentação.....3

1 Atendimento ao cliente.....4

2 Orçamento.....5

3 Montagem e Envio do Briefing.....7

4 Criação.....8

5 Envio do material para o cliente e sua visualização.....10

6 Aprovação e possíveis alterações.....11

7 Conferência final do cliente.....12

8 Finalização do arquivo.....13

9 Conferência (pré-impressão) e prova.....15

10 Produção.....16

11 Despacho e entrega.....17

Conheça a LinkFlow.....18

Apresentação

Todas as empresas, independente do ramo de atuação, seguem diretrizes e metodologias para a **construção de um produto** ou serviço de qualidade. Com o ramo gráfico não é diferente.

No diagrama das **competências gráficas**, o processo gráfico é comparado ao que seria o coração da empresa onde, normalmente, o atendimento ao cliente dá o pontapé inicial a todo o contexto.

Esse processo, além de dar o **fluxo de trabalho** necessário para denominar as funções de cada setor, também cria um ambiente seguro, mensurável e logístico de produção. Ou seja, isso **diminui drasticamente erros** que podem resultar em um prejuízo caso não estejam bem construídos e em perfeita harmonia.

Mas afinal, quais seriam as **etapas ideais** para chegarmos até a tão esperada impressão e veiculação final de uma peça gráfica? Bom, o processo habitual em um contexto geral é composto da sequência que veremos nesse e-book. **Fique com a gente e boa leitura.**

1 Atendimento ao cliente

Em alguns casos, julgado desnecessário, o **processo de atendimento** é subestimado e não levado a sério, resultando em dores de cabeça para a empresa e o cliente.

Uma das etapas mais importantes deste processo, é realizada pelo **profissional de atendimento**. É ele que recolhe, por exemplo, as necessidades, frustrações, objetivos e anseios. Ou seja, ele capta toda a **essência do que o cliente necessita** ou espera do material em questão. Também é onde são coletadas informações para a próxima etapa, dando início à criação.

O bom atendimento é a forma mais efetiva de **conquistar o cliente**. Independente do ramo, ao ser bem atendido, o cliente dificilmente irá procurar outro lugar. Com isso em mente, é sempre importante **ter em mãos um roteiro** com os questionamentos ideais.

Ele serve para captar de maneira eficiente todas as informações necessárias, não deixando nenhuma ponta solta para que cause algum transtorno futuro, tanto para o cliente quanto para os demais envolvidos no **processo de criação**.

Outro fator importante para um bom atendimento, e pouco explorado, é a questão do **domínio no assunto**. *"Nem sempre o que o cliente quer, é o que ele precisa"*. Você já deve ter ouvido essa frase em algum momento. Pois bem, isso se aplica perfeitamente no **atendimento gráfico**.

O cliente tem sempre a ideia final em mente. Ou seja, em muitos casos ele não entende como funciona o processo por trás do resultado final e isso pode causar grandes dificuldades. Dessa forma, **o profissional de atendimento deve ter duas coisas em mente**, que seriam:

- 👉 **Auxiliar o cliente** a chegar no melhor resultado possível, explicando sobre os detalhes que envolvem a entrega e dando sugestões do que seria o ideal para ele. Ou...

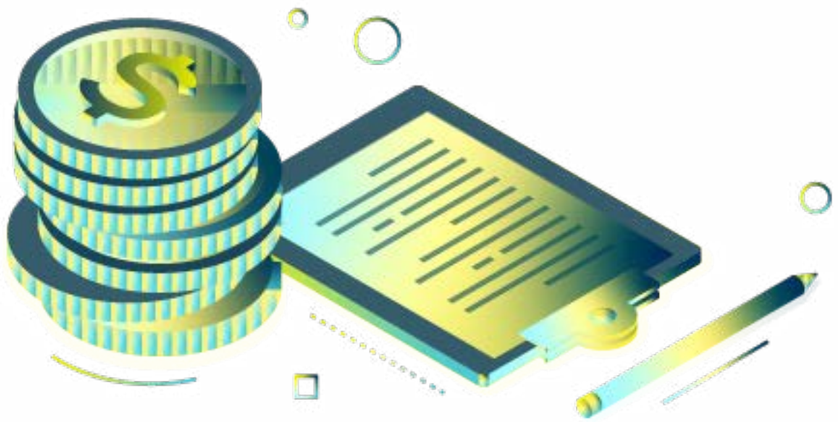
- 👉 **Entregar tudo o que ele quer**. Olhando por esse lado, pode-se entender que é preferível fazer o que o cliente quer, podendo se transformar em um cliente regular e satisfeito. Mas, muito cuidado ao lidar com clientes com esse perfil, pois da mesma forma que ele pede pra você, poderá pedir para outros. Geralmente este perfil fica mais focado no preço e não no que será entregue. Lembre-se que "quem vem por preço, vai por preço".

2 Orçamento

Antes de seguirmos para uma possível **OP (ordem de produção)**, o profissional de atendimento precisa passar todas as informações captadas pelo cliente ao setor responsável pelos orçamentos.

É muito importante que este profissional, como mencionado antes, tenha amplo conhecimento do que compõe o pedido do cliente. Isso porque ao **mensurar custos** com o orçamentista, é necessário que o **desejo do cliente esteja bem alinhado** com o que é necessário para a produção.

Por mais estranho que possa parecer, existem casos em que o orçamento é deixado para o fim, colocando algumas etapas na frente para tentar “ganhar” o cliente. E isso pode resultar em divergências abruptas de valores e custar caro no **relacionamento futuro com o cliente**.



Isso sem mencionar que muitas vezes o custo está relacionado ao desejo. Ou seja, caso o custo supere o que o cliente deseja, a **solicitação de serviço** cai por terra. Tentar entender qual o **orçamento limite do cliente** nos permite fazer uma cotação mais realista.

Dito isso, algumas coisas têm influência mais expressiva no **custo final do material**, como o tipo de impressão, por exemplo. Uma **impressora offset**, que produz em alta escala, com a criação de matrizes da arte para **composição das cores**, tem seu custo unitário muito reduzido em grandes quantidades, quando comparados a uma **impressora digital** que, por sua vez, em **pequenas quantidades** acaba por ter um custo inferior.

Outro fator importante que influencia no custo, além da impressão, é a questão do **detalhamento do material**.

Exemplo disso é a **faca de corte**, que nada mais é do que uma lâmina criada para um corte especial. Ou seja, em casos em que o cliente exige aquele material recortado em um **formato único**.

Para que isso seja possível, é necessária a produção desta faca para que todas as folhas ou materiais que irão passar por esse **processo de corte**, tenham o mesmo acabamento. Em contrapartida, esse tipo de material possui o **custo agregado**, que pode encarecer - e muito - o orçamento.

Em alguns casos, para a **apresentação de um material ao cliente,** é importante que o profissional que for prestar o serviço de atendimento, na **entrega do orçamento**, possua provas visuais. Ou seja, que ele tenha em mãos, **materiais e protótipos** já feitos pela gráfica, que sirvam de exemplo. Assim, o cliente poderá visualizar e compreender **como ficaria a peça final** e como funciona o acabamento.



3 Montagem e Envio do Briefing

Se o atendimento já era importante, o briefing é uma etapa polêmica e precisa ser tratada com atenção. Em muitos casos, chamado de **Ordem de Serviço ou Produção** (OPS, mais utilizado em gráficas e birôs), **o briefing contém a alma do projeto, literalmente**. É com ele que o setor de criação irá dar início à **construção da peça gráfica**. Mas antes de nos aprofundarmos nisso, é importante pontuar que ele está diretamente ligado ao atendimento, pois sem ele, não chegaríamos até aqui.

Com os dados captados no atendimento, o profissional responsável pela organização dessas informações irá começar a construção, **guiando o setor de criação** até o resultado que o cliente precisa.

Um bom briefing deve conter tudo **o que vai na produção gráfica**, por exemplo: as medidas, *letterings*, sugestão de cores, estilo, propósito, objetivo de alcance e prazo. Além disso, o documento também deve descrever o que não agrada o cliente e alguns aspectos de **análise da concorrência** que, em muitos casos, foi essa referência que levou o cliente a fazer o job. Isso auxilia muito na criação.

Vale ressaltar que o briefing não apenas serve para o setor de criação criar, mas também para que o cliente **veja se condiz com a realidade** do que ele pediu. Em alguns casos, a criação é feita, mas o briefing não se adequa com o que foi pedido.

4 Criação

A criação é **onde a parte visual** acontece! Como o nome já diz, traz a **parte criativa**, que dá vida ao que o cliente imagina.

Um bom setor de criação deve contar com profissionais capacitados para **produzir a peça gráfica de acordo com o pedido**. E isso envolve muitos outros fatores necessários na produção de uma arte.

A criação da peça começa com a concepção do que é lido e absorvido, para ser posta em prática. Dessa forma o profissional precisa analisar, de maneira neutra, o que está no briefing. Ou seja, **não deve ser levado em conta gostos pessoais**, pois o foco aqui é criar o que é necessário para aquele objetivo.



Vamos a um exemplo: se precisamos de uma embalagem, uma **caixa para um e-commerce**, é necessário avaliar questões como, captar a **atenção do cliente** com um visual bem desenvolvido, como também conciliar as possibilidades do material.

Dito isso, o profissional que irá criar a caixa deve entender que em muitos casos opta-se pela **caixa monocromática**. Isso facilita o processo de serigrafia e define um padrão dominante de cor que é utilizado pela marca na sua **identidade visual**.

Dessa forma conseguimos criar uma **harmonia no padrão visual**, em que, desde as caixas, até a própria **construção do branding** da empresa, se comunicam.

Além disso, o espaçamento para finalização, dependendo da peça (um livro, por exemplo, que necessita normalmente de uma margem nas laterais para o corte, grampo e cola), e muitos outros fatores devem ser analisados para um bom **processo de finalização de arquivo**.

Dito isso, nem todos os setores de criação possuem a expertise que detalhamos. Em muitos locais a criação é dividida entre: **processo criativo** e fechamento de arquivo. Este profissional é chamado de **arte finalista**, que irá definir, diagramar e estruturar o que for necessário para a perfeita veiculação da peça.

5 Envio do material para o cliente e sua visualização

O envio do material para **conferência do cliente**, também é de excepcional importância, pois pode causar pequenos problemas no futuro.

Todo o material criado (sem exceção) possui um “peso” maior do que o **material final**, por exemplo, ao criar um arquivo AI, Indd, CDR ou PSD (**formatos abertos** como são usualmente chamados), temos inúmeras imagens, elementos, camadas e demais informações sendo processadas. Sendo assim, dificilmente o cliente irá conseguir **visualizar o material** (pois, na maioria das vezes, ele não terá o programa necessário para abertura da peça).

Com essa informação em mente, o profissional de criação precisa **criar uma prévia**. Ou seja, um elemento visual que **cative o cliente** e, ao mesmo tempo, seja de fácil acesso. Dito isso, as sugestões para essa comunicação seriam a **criação de arquivos** em formatos de imagem como PNG e JPEG, ou um que agregue tanto imagem como vetores. Nesse sentido, o **arquivo em PDF é a melhor opção**.

Além do **formato para visualização**, é importante levar em consideração a produção do material. A **criação de *mockups*** (imagens que exemplificam como ficaria o material) facilitam a **visualização das peças finalizadas**. Isso ajuda na hora de **defender o criativo** e comparar com as necessidades do pedido.

6 Aprovação e possíveis alterações

Essa é a hora em que o **atendimento entra em ação** novamente. Aqui, o cliente dá o seu *feedback*. Nesse momento é necessário entender quais são as críticas com relação ao material.

Se forem negativas, é importante levar em consideração tanto o lado em que o cliente expressa sua forma de pensar, como também aquela questão do “necessário” para ele. Mas no fim das contas **o importante é proporcionar o que ele precisa**, de acordo com o briefing estruturado.

Caso ocorram alterações, existe um retrocesso, em que voltamos para a etapa de “reconfiguração” do briefing, pontuando o que foi captado do cliente e enviando novamente para a criação, seguindo novamente todos os trâmites até a **conferência e aprovação**.

Esse **processo pode acontecer mais vezes**, então é aqui que percebemos a importância de um bom briefing.



7 Conferência final do cliente

Depois de aprovado o material, é importante que o cliente assuma um pouco de responsabilidade. Pois depois de comprovado e aprovado, o material **seguirá para os trâmites de pré-impressão e impressão**.

Nesta etapa é natural **solicitar ao cliente um visto final**, em que ele confirma que o que foi aprovado pode **seguir para produção**. Isso garante que, em caso de possíveis erros relacionados ao que foi aceito, a **gráfica se isenta de questionamentos**.

Claro que tudo será avaliado, mas é muito importante para a **segurança de ambos os lados** a necessidade desse processo.

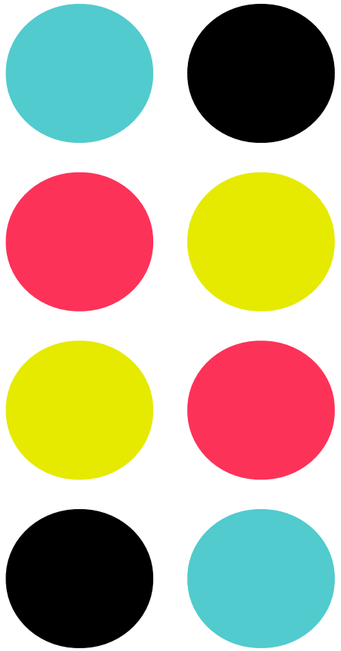
8 Finalização do arquivo

Como mencionado anteriormente, o processo de finalização não necessariamente precisa ser realizado pelo profissional que produziu o layout da peça. Existem profissionais especializados no **fechamento e finalização de arquivos para impressão**, mas nada impede que o próprio criativo tenha essa responsabilidade.

A finalização do arquivo é basicamente a **parte em que reunimos as necessidades de produção**. Aqui criamos, por exemplo, as chamadas “sangrias” que nada mais são que uma pequena continuação da arte após a linha de **corte do material impresso**. Elas servem para **eliminar rebarbas** e evitam que informações importantes sejam cortadas dentro da margem de impressão.

Também nessa etapa são analisados os **DPI’s que compõem uma imagem** que irá ser impressa. Novamente no exemplo das caixas, como é uma **mídia impressa**, é necessária uma quantidade muito maior de **pixels por cada polegada de imagem**, trazendo uma nitidez maior, diferente da necessidade de um **arquivo digital**.

Além disso, o meio de impressão possui uma **tabela de cores** para interpretação do criativo, que, por padrão, é indicada a escala **CMYK** (Ciano, Magenta, Yellow e Black), que é a escala mais utilizada para impressão.





Em paralelo a escala CMYK, **existe a escala RGB** (Red, Green e Blue), que é o **sistema de cores utilizado nos monitores**. Ele tem por natureza uma saturação e brilho maiores.



Além destes 2 padrões de cores citados, existe a **escala Pantone**, em que cada cor possui um código. A escala Pantone é mais utilizada quando se **precisa de um resultado fiel onde não ocorra variação de cor** em hipótese alguma, saindo totalmente do conceito da mistura de cores para formação de outras, apresentados nos padrões CMYK e RGB.

Existem muitos pontos nesse processo que contemplam as **capacidades do maquinário a ser utilizado**. Então, é bem importante que a comunicação funcione e que se tenha **conhecimento sobre a parte física do processo**. Ambas precisam estar muito bem alinhadas e explicadas para os envolvidos.

9 Conferência (pré-impressão) e prova



Neste momento o **profissional** que assume é o **impressor**. Este irá **analisar o que foi enviado pelo arte finalista** e definir se está dentro das diretrizes para produção do pedido.

Caso alguma das partes citadas anteriormente esteja divergente do necessário, como o exemplo dos sistemas de cor, o impressor deve entrar em contato com o responsável para que seja feita a **correção do criativo**.

Essa parte é extremamente importante pois o profissional deve ter um grande **senso crítico** e, juntamente com o arte finalista, avaliar todas as variáveis para que **nenhum erro ocorra na produção**.

Se, por ventura, a **prova de impressão possuir algum erro e for aprovada** dessa forma, todas as demais irão apresentar a mesma falha. Ou seja, dependendo do volume do pedido, **o prejuízo pode ser enorme**.

Aqui acontece outra **etapa de prova**, em que além do visto dado anteriormente pelo cliente, é necessária a **aprovação do protótipo** ou a chamada **peça final**, para que seja dada a sequência da produção.

Caso o cliente não **aprove o protótipo**, é necessário a recaptação dos pontos que levaram ao declínio da aprovação. Após a correção, pode-se **dar sequência a produção**, seguindo novamente todas as necessidades para que a peça final tenha êxito.

10 Produção

A **produção do material é um processo repetitivo**, mas de extrema cautela, em que o envolvimento de uma sequência de necessidades **permite que se crie um fluxo de trabalho** contínuo e dinâmico.

Em uma sequência simples de impressão, por exemplo, a continuidade é dada iniciando pela **impressão do material conferido**.

Ele é encaminhado para o acabamento onde recebe, se for pedido, a laminação (camada plástica transparente de proteção do papel), verniz (camada transparente que cria uma película garantindo brilho e proteção extra). Após isso, **recebe o corte** onde o material recebe o ajuste de tamanho final.

Ainda existe o **acabamento de vinco**, que por sua vez proporciona a dobra da paginação.

Pontuamos também como um extra, que materiais que possuem vinco, quebram a fibra do papel devido à dobra e para que isso não ocorra e estrague o material, **a laminação serve também como proteção extra**, aumentando a durabilidade deste material que recebeu o vinco.

No processo de produção, cada parte tem sua função respectiva e faz parte de uma **sequência sistêmica**. Ela segue uma **logística simples**, em que cada ponto possui a necessidade de completar um todo.



11 Despacho e entrega

Ao **finalizar o processo de produção**, a gráfica define como será enviado o material, seguindo rigorosamente um cauteloso **embrulho dos materiais**, cuidando para que **não ocorra nenhum tipo de erro na entrega**.

Depois de todas essas informações **podemos concluir que existem inúmeros fatores que envolvem a elaboração de um produto**, desde a sua criação até a impressão final, não é mesmo?

Cada empresa segue seus padrões e diretrizes, mas o pressuposto é sempre o mesmo. Com uma estrutura comum, teremos **bons resultados seguindo a sequência dessas etapas**.

Conheça a LinkFlow

Para fazer a gestão de todo esse processo, é importante escolher **uma ferramenta que ajude na gestão** e, ao mesmo tempo, **aumente sua produtividade**. O módulo **Gestão de Aprovações** é uma plataforma que ajuda a otimizar com segurança as **aprovações de artes** com mais agilidade.

O módulo **Gestão de Fluxos** é uma ferramenta que permite maior **eficiência no fluxo de trabalho** de suas empresas. Consulte seus pedidos quando quiser e onde estiver, permitindo maior **facilidade de gestão** do seu negócio.

Mapeie, crie e **gerencie o seu fluxo de trabalho** com as soluções da **LinkFlow** para a indústria gráfica, **convertedoras de embalagens**, agência ou estúdio de design. **Conte com a gente para otimizar todos esses processos** e ganhar tempo para você e seu cliente.

Criação de layout, aprovação de artes, impressão e logística

LinkFlow
SISTEMAS