Zigpac

Contact Methods
Mob: (86)18668768846
Tel: (86) 577 68668118
Wechat: zigpac123
Skype: bruce.chan1999
E-mail: bruce@zigpac.com
Whatsapp: +86-18668768846
Telegram: @Zigpacstickers

Company Info
Name: Wenzhou Zigpac Industry Limited
Address: No. 148-152, Building C, Jiangbin Commercial and Residential Building, Longgang City, Wenzhou City, Zhejiang 325802, China

YOUR CUSTOM

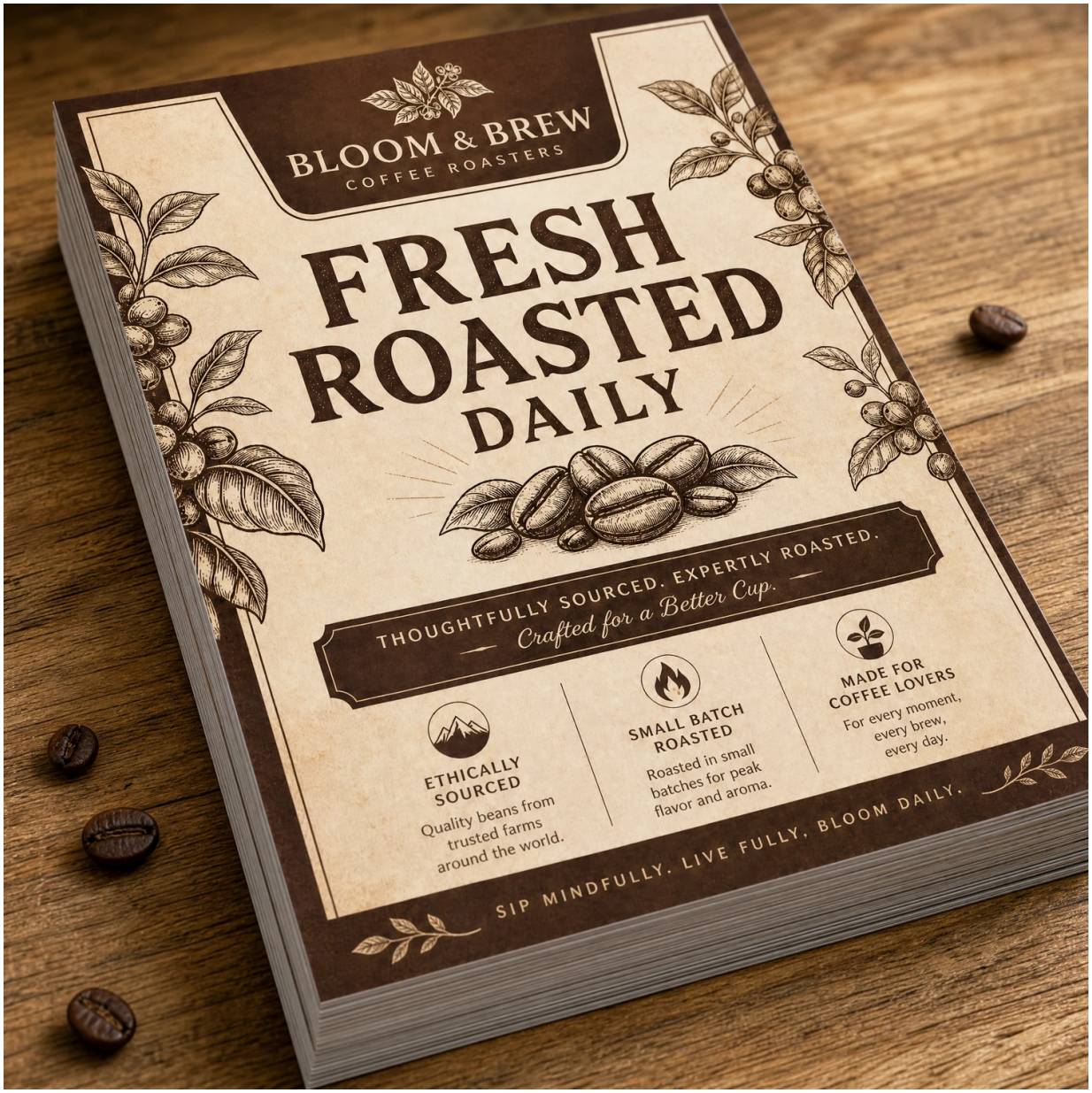
PRINTING & PACKAGING **PARTNER** FOR SMALL AND **MEDIUM BUSINESSES**



In tờ rơi tùy chỉnh cho tờ rơi quảng bá một tờ

Product Image




BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
FRESH ROASTED DAILY
THOUGHTFULLY SOURCED. EXPERTLY ROASTED.
Crafted for a Better Cup.
ETHICALLY SOURCED
Quality beans from trusted farms around the world.
SMALL BATCH ROASTED
Roasted in small batches for peak flavor and aroma.
MADE FOR COFFEE LOVERS
For every moment, every brew, every day.
SIP MINDFULLY. LIVE FULLY. BLOOM DAILY.


BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
FRESH ROASTED DAILY
THOUGHTFULLY SOURCED. EXPERTLY ROASTED.
Crafted for a Better Cup.
ETHICALLY SOURCED
Quality beans from trusted farms around the world.
SMALL BATCH ROASTED
Roasted in small batches for peak flavor and aroma.
MADE FOR COFFEE LOVERS
For every moment, every brew, every day.
SIP MINDFULLY. LIVE FULLY. BLOOM DAILY.
BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
ROOTED IN QUALITY. FUELED BY PASSION.
At Bloom & Brew, we believe great coffee starts at the source. We partner with ethical farms, roast with care, and deliver flavor you can feel good about.
OUR PROMISE
Transparent sourcing and fair partnerships
Sustainable practices that protect our planet
Roasted to order for maximum freshness
Real people. Real coffee. Real good.
BREW BETTER. LIVE BETTER.
SCAN TO JOIN OUR COFFEE COMMUNITY
BLOOM & BREW COFFEE ROASTERS
WWW.BLOOMBREW.COM | 555.123.4567 | @BLOOMBREWCOFFEE
BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
FRESH ROASTED DAILY
THOUGHTFULLY SOURCED. EXPERTLY ROASTED.
Crafted for a Better Cup.
ETHICALLY SOURCED
Quality beans from trusted farms around the world.
SMALL BATCH ROASTED
Roasted in small batches for peak flavor and aroma.
MADE FOR COFFEE LOVERS
For every moment, every brew, every day.
SIP MINDFULLY. LIVE FULLY. BLOOM DAILY.


COFFEE
Drip Coffee 2.75
Pour Over 4.00
Cold Brew 3.95
Iced Coffee 3.75
ESPRESSO
Espresso 2.50
Americano 2.75
Latte 4.25
Cappuccino 4.25
Mocha 4.25
SPECIALS
Seasonal Latte
Vanilla Oat Latte
Caramel Macchiato
BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
FRESH ROASTED DAILY
THOUGHTFULLY SOURCED. EXPERTLY ROASTED.
Crafted for a Better Cup.
ETHICALLY SOURCED
Quality beans from trusted farms around the world.
SMALL BATCH ROASTED
Roasted in small batches for peak flavor and aroma.
MADE FOR COFFEE LOVERS
For every moment, every brew, every day.
SIP MINDFULLY. LIVE FULLY. BLOOM DAILY.
BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
HOUSE BLEND
SMOOTH • BALANCED • MELLOW


BLOOM & BREW
COFFEE ROASTERS
FRESH ROASTED DAILY
THOUGHTFULLY SOURCED. EXPERTLY ROASTED.
Crafted for a Better Cup.
ETHICALLY SOURCED
Quality beans from trusted farms around the world.
SMALL BATCH ROASTED
Roasted in small batches for peak flavor and aroma.
MADE FOR COFFEE LOVERS
For every moment, every brew, every day.
SIP MINDFULLY. LIVE FULLY. BLOOM DAILY.



Details

Tiêu đề SEO: In tờ rơi tùy chỉnh | Tờ rơi quảng bá một tờ Mô tả meta: Lập kế hoạch in tờ rơi tùy chỉnh cho chương trình khuyến mãi và sự kiện. So sánh kích thước, giấy, hoàn thiện, yêu cầu thiết kế, bản duyệt và giao hàng trước khi yêu cầu báo giá.

Tờ rơi quảng bá một tờ tùy chỉnh đưa ưu đãi, thông tin sự kiện hoặc thông điệp doanh nghiệp của bạn thành ấn phẩm phát tay. Hãy bắt đầu từ bối cảnh phân phối, chọn định dạng dễ đọc và xác nhận yêu cầu về giấy, thiết kế, duyệt mẫu và giao hàng trước khi đặt. Thông số khả dụng, số lượng tối thiểu, giá và thời gian sản xuất cần có báo giá riêng cho từng dự án.

Với quản lý nhà hàng, ưu tiên có thể là chương trình khuyến mãi rõ ràng để khách mang đi. Với môi giới bất động sản, đó có thể là ảnh tài sản cùng thông tin niêm yết dễ đọc. Người tổ chức sự kiện cần ngày, địa điểm và hướng dẫn đăng ký chính xác; nhà bán lẻ cần một ưu đãi vẫn dễ hiểu sau khi khách rời quầy.

Một tờ rơi đến sau sự kiện thì không thể hoàn thành nhiệm vụ. Tương tự, một tờ được thiết kế đẹp nhưng điều kiện không đọc được, số điện thoại bị cắt hoặc bề mặt giấy không nhận được nội dung viết tay dự định bổ sung cũng không hiệu quả. Những vấn đề đó có thể biến một đơn in rẻ thành chi phí in thay thế và bỏ lỡ thời điểm phân phối.

Giải pháp thực tế là xác định sản phẩm hoàn thiện trước khi so sánh giá. Hãy nêu rõ người nhận phải hiểu gì, tờ rơi sẽ được sử dụng như thế nào và khi nào phải sẵn sàng để phân phối. Sau đó đánh giá báo giá theo cùng một yêu cầu, thay vì coi mọi sản phẩm gọi là “tờ rơi” đều tương đương.



Ý tưởng ứng dụng minh họa, không phải ảnh đơn hàng khách hàng đã hoàn thành hoặc tùy chọn vật liệu đã được xác nhận.

Khám phá hướng dẫn mua tờ rơi

- Điều gì khiến đây là tờ rơi quảng bá một tờ?
- Làm thế nào để chuyển yêu cầu chiến dịch thành thông số in?
- Kích thước nào giúp thông điệp của bạn dễ đọc?
- Bề mặt và xử lý mặt sau nào phù hợp với công việc?
- Nên chuẩn bị thiết kế để duyệt như thế nào?
- Duyệt mẫu và sản xuất ảnh hưởng đến hạn chót của bạn như thế nào?
- Làm thế nào để so sánh báo giá công bằng?
- Nên kiểm tra gì trước khi nhận đơn hàng?
- Nên quy định bao bì và đơn đặt lại như thế nào?
- Thông số rõ ràng giúp việc mua hàng dễ hơn
- Bắt đầu bằng yêu cầu có thể báo giá chính xác

Điều gì khiến đây là tờ rơi quảng bá một tờ? ↑

Sản phẩm này là tờ rơi quảng bá một tờ tùy chỉnh thuộc In thương mại tùy chỉnh → Tờ rơi tùy chỉnh. Mục đích của nó là truyền đạt một thông điệp quảng bá tập trung trên một tờ riêng lẻ, thay vì trải trên

sách đóng gáy hoặc tờ gấp.

Thiết kế mặt sau có thể cung cấp thông tin bổ trợ mà không làm thay đổi đặc tính một tờ. Tuy nhiên, số mặt in, giấy, kích thước và hoàn thiện phải được nêu trong báo giá. Bố cục gấp, hình dạng bế, vật liệu chuyên dụng và các công đoạn bổ sung khác phải được coi là yêu cầu riêng, không được mặc định là đã bao gồm.

Xác nhận các thông số nhà máy, chứng nhận, số lượng đặt hàng tối thiểu, lịch sản xuất và trọng lượng đơn vị của sản phẩm trong báo giá. Các thông số dưới đây là hướng dẫn mua hàng và cấu hình tham khảo để thảo luận, không phải bảng thông số sản xuất đã được xác nhận.

Làm thế nào để chuyển yêu cầu chiến dịch thành thông số in? ↑

Hãy bắt đầu từ hành động bạn muốn người nhận thực hiện: đến một địa điểm, đổi ưu đãi, đăng ký sự kiện hoặc yêu cầu thông tin. Dành một vị trí rõ ràng cho hành động đó trong bố cục. Một tờ rơi chứa nhiều thông điệp không liên quan khiến việc quyết định nội dung nào cần nhiều diện tích nhất trở nên khó hơn.

1. **Mô tả bối cảnh phân phối.** Xác định ấn phẩm sẽ được phát tay, đặt trên quầy, bỏ vào túi mua sắm hay gửi kèm thư.
2. **Hoàn thiện nội dung thiết yếu.** Kiểm tra tiêu đề, điều kiện ưu đãi, thông tin liên hệ, địa điểm và mọi thông tin hết hạn trước khi chọn định dạng phù hợp nhỏ nhất.
3. **Xác định yêu cầu sử dụng.** Nêu rõ người nhận có cần viết lên tờ giấy, giữ lại để tham khảo hoặc sử dụng ở nơi có độ ẩm hay không.
4. **Xác định phạm vi mua hàng.** Tách ngân sách in khỏi thay đổi thiết kế, mẫu, hoàn thiện, bao bì và cước vận chuyển.
5. **Nêu ngày cần nhận hàng.** Bao gồm điểm đến và hạn phân phối, không chỉ ngày bạn muốn hoàn tất in.

Nếu tờ rơi có mã QR, hãy quyết định trang đích phải thực hiện chức năng gì trước khi duyệt thiết kế. Đăng ký, đổi ưu đãi và truy cập trang web thông thường là các mục tiêu khác nhau. Theo dõi có thể hỗ trợ đánh giá chiến dịch, nhưng số lượt quét không đồng nghĩa với một giao dịch hoàn tất hoặc mức tăng doanh số gia tăng.

Kích thước nào giúp thông điệp của bạn dễ đọc? ↑

Các định dạng tham khảo phổ biến tại Mỹ gồm 4 × 6 in, 5,5 × 8,5 in và 8,5 × 11 in, như thể hiện trong các tùy chọn kích thước tờ rơi đã công bố[1]. Đây là các ví dụ thị trường để yêu cầu, không phải kích thước được xác nhận là có sẵn cho sản phẩm này.

Kích thước thành phẩm tham khảo	Điểm khởi đầu hữu ích	Kiểm tra chính về khả năng đọc
4 × 6 in	Ưu đãi ngắn, lời nhắc sự kiện hoặc tờ phát tay gọn	Giữ thông điệp tập trung; không nhồi các điều kiện chi tiết vào chữ quá nhỏ.
5,5 × 8,5 in	Khuyến mãi tại quầy và tờ phát tay cần thông tin bổ trợ	Cân bằng hình ảnh chính, ưu đãi, thông tin liên hệ và hướng dẫn phản hồi.
8,5 × 11 in	Thông tin bất động sản, lịch trình hoặc tờ quảng bá chi tiết hơn	Dùng phần diện tích bổ sung để tạo thứ bậc thay vì thêm nội dung không cần thiết.

Xem lại bố cục ở đúng kích thước vật lý dự kiến. Thiết kế trông thoáng khi phóng to trên màn hình có thể trở nên chật chội khi cầm trên tay. Kích thước nhỏ hơn có thể thay đổi hiệu quả kinh tế của sản xuất, nhưng giảm diện tích tờ giấy không đồng nghĩa với mức tiết kiệm phần trăm tương đương cho đơn hàng hoàn chỉnh.



Dành chỗ cho thông tin hỗ trợ quyết định: ưu đãi là gì, áp dụng ở đâu và cần làm gì tiếp theo. Khi nội dung không vừa thoải mái, hãy rút gọn câu chữ hoặc yêu cầu định dạng lớn hơn thay vì thu nhỏ mọi yếu tố.

Bề mặt và xử lý mặt sau nào phù hợp với công việc? ↑

Nêu riêng bề mặt và định lượng giấy. Bóng, mờ và không tráng phủ mô tả các lựa chọn khác nhau về ngoại quan và cách sử dụng; chúng không phải là các mô tả có thể thay thế cho độ dày. Tương tự, tờ giấy nặng hơn không xác lập khả năng chống nước hoặc thời gian sử dụng ngoài trời cụ thể.

Tùy chọn cần trao đổi	Mục tiêu mua hàng	Kiểm tra mẫu hoặc báo giá
Bề mặt bóng	Làm nổi bật ảnh và chương trình quảng bá lấy hình ảnh làm trung tâm	Kiểm tra phản chiếu dưới điều kiện chiếu sáng dự kiến và thử khả năng viết nếu cần.
Bề mặt mờ	Diện mạo ít bóng hơn cho văn bản và hình ảnh kết hợp	Kiểm tra ngoại quan thực tế; không mặc định mọi xử lý mờ đều có thể viết lên hoặc chống dấu vân tay.
Bề mặt không tráng phủ	Phù hợp để ghi chú viết tay hoặc hoàn tất phiếu giảm giá	Thử loại bút hoặc con dấu dự kiến trên giấy được đề xuất.
Mặt sau có in	Tách khuyến mãi chính khỏi thông tin bổ trợ	Xác nhận hướng, thứ tự thiết kế và mọi lớp phủ trên từng mặt.
Mặt sau không in	Để mặt sau đơn giản về mặt thị giác	Xác nhận “không in” cũng đáp ứng mọi điều kiện bề mặt cần thiết.

Nhà cung cấp thương mại mô tả giấy bằng các hệ thống định lượng và độ dày khác nhau. Hãy giữ đầy đủ mô tả giấy trong báo giá; không so sánh một con số “lb” riêng lẻ với một con số “pt” như thể chúng đo cùng một tính chất. Khi cảm giác cầm nắm quan trọng, hãy yêu cầu mẫu vật lý thay vì dựa vào ảnh trên màn hình.



Phụ kiện gắn mặt sau không áp dụng cho sản phẩm một tờ này. Ghim, kẹp, mặt lưng nam châm và hệ thống gắn bằng keo không phải là thông số đã được xác lập. Với tờ rơi, các quyết định liên quan đến mặt sau là in, xử lý bề mặt và có cần vùng có thể viết hay không.

Nên chuẩn bị thiết kế để duyệt như thế nào? ↑

Một điểm khởi đầu tham khảo hữu ích là 300 ppi cho ảnh raster ở kích thước in cuối cùng, chuẩn bị CMYK, 0,125 in tràn lề ở mỗi cạnh và nội dung thiết yếu cách đường cắt ít nhất 0,125 in. Các thiết lập này xuất hiện trong hướng dẫn thiết kế tờ rơi thương mại[2]; mẫu được phê duyệt của nhà in được chọn có quyền ưu tiên.

Tràn lề kéo dài thiết kế nền vượt quá đường cắt dự kiến. Lề an toàn giữ nội dung quan trọng tránh xa đường cắt đó. Không cái nào thay thế cái nào. Hãy kiểm tra riêng số điện thoại, điều kiện ưu đãi nhỏ, logo và mã QR thay vì cho rằng thiết kế căn giữa về thị giác đã sẵn sàng để sản xuất.

- **Kiểm tra độ phân giải ảnh hiệu dụng.** Đánh giá ảnh sau khi đã đặt tỷ lệ trong bố cục cuối cùng, không chỉ dựa vào thuộc tính tệp gốc.
- **Xác nhận yêu cầu xuất PDF.** Hỏi định dạng PDF, cách xử lý phông chữ và cài đặt độ trong suốt nào được quy trình sản xuất chấp nhận.
- **Xác nhận chuẩn bị màu sắc.** Sử dụng hồ sơ màu và phương pháp chuyển đổi được yêu cầu thay vì chọn hồ sơ chỉ vì quen thuộc.
- **Rà soát cả hai mặt.** Làm rõ ràng mặt trước, mặt sau và hướng đọc dự kiến.
- **Kiểm tra nội dung độc lập.** Kiểm tra tệp trước in không xác lập rằng giá, địa chỉ, thông tin sự kiện hoặc điều khoản ưu đãi là chính xác.



Hiển thị trên màn hình không phải là chuẩn màu vật lý. Nếu màu thương hiệu là yếu tố quan trọng, hãy nêu trong yêu cầu và thống nhất phương pháp duyệt mẫu cùng chuẩn chấp nhận trước khi sản xuất. Sản phẩm này không có dung sai màu số học hoặc cam kết khớp màu từ màn hình sang bản in.

Duyệt mẫu và sản xuất ảnh hưởng đến hạn chót của bạn như thế nào? ↑

Tách việc chuẩn bị thiết kế, phê duyệt, sản xuất và vận chuyển khi lập tiến độ. Giải thích về thời gian xử lý của UPrinting[3] phân biệt rõ sản xuất với vận chuyển. Vì vậy, tùy chọn in nhanh tự nó không xác lập ngày nhận hàng.

Quy trình cần xác nhận là rà soát thiết kế → duyệt mẫu → sản xuất → hoàn thiện và xén → kiểm tra → đóng gói → gửi hàng. Đây là các điểm kiểm soát mà đơn hàng của bạn nên đề cập; không phải bằng chứng về thiết bị, năng lực hoặc quy trình nội bộ của một nhà máy cụ thể.



Bản duyệt kỹ thuật số hữu ích để kiểm tra bố cục và nội dung. Khi cảm giác giấy, hoàn thiện hoặc màu sắc là yếu tố quyết định, hãy yêu cầu mẫu vật lý hoặc bản duyệt phù hợp và xác nhận mẫu đó đại diện cho điều gì. Mẫu giấy chung và bản duyệt từ thiết kế thực tế của bạn trả lời các câu hỏi khác nhau; tính sẵn có, chi phí và lịch trình phải được báo giá.

Với sự kiện có ngày cố định, hãy hỏi khi nào sản xuất bắt đầu, thời hạn phê duyệt áp dụng là gì và tệp chỉnh sửa làm thay đổi tiến độ như thế nào. Đồng thời phân biệt ngày gửi hàng ước tính với ngày nhận dự kiến và mọi cam kết giao hàng đã được thỏa thuận rõ ràng. Không áp dụng lịch in gấp của nhà cung cấp khác cho sản phẩm này.

Làm thế nào để so sánh báo giá công bằng? ↑

Dùng cùng một thông số bằng văn bản cho mọi báo giá. Giá tiêu đề thấp không thể so sánh trực tiếp khi báo giá khác bao gồm kích thước tờ khác, in mặt sau, giấy nặng hơn, duyệt mẫu hoặc bao bì bổ sung. Hãy so sánh đơn hàng giao thực tế và các điều kiện đã thỏa thuận, không chỉ con số trên mỗi tờ.

Phương án mua hàng	Khi nào nên đánh giá	Đánh đổi cần xác nhận
Sản xuất kỹ thuật số số lượng ít	Phân phối giới hạn hoặc chiến dịch vẫn đang thử nghiệm	Giấy sẵn có, chi phí đơn vị, duyệt mẫu và liệu các đợt in sau có dùng cùng quy trình hay không.
Sản xuất thương mại số lượng lớn	Thiết kế đã ổn định với kế hoạch phân phối xác định	Tổng chi phí, hiệu quả kinh tế của việc thiết lập, lưu kho và rủi ro tồn kho có in ngày tháng không dùng đến.
Nhận hàng tại chỗ	Hạn chót mà thời gian vận chuyển là ràng buộc lớn	Khả năng nhận hàng thực tế, thông số được duyệt và tổng giá.
Hoàn thiện hoặc vật liệu chuyên dụng	Yêu cầu cụ thể về ngoại quan hoặc cách sử dụng	Tách đánh giá khả thi, mẫu, gia công bổ sung và điều chỉnh lịch trình.

Đây là các hướng mua hàng chứ không phải xếp hạng nhà cung cấp. Lựa chọn kinh tế phụ thuộc vào

cấu hình được phê duyệt và nhu cầu phân phối. Không có ngưỡng số lượng cố định nào xác lập khi một phương pháp sản xuất rẻ hơn cho sản phẩm này.

Yêu cầu báo giá cùng lúc cho số lượng, kích thước thành phẩm, mô tả giấy, số mặt in, hoàn thiện, phạm vi duyệt mẫu, bao bì, cước vận chuyển và các khoản phụ phí áp dụng. Hỏi liệu các phiên bản thiết kế khác nhau có được tính giá riêng không và việc sửa đơn có làm thay đổi lịch sản xuất không.

Yêu cầu môi trường cần bằng chứng riêng cho sản phẩm

Nếu nguồn cung có trách nhiệm là một phần của yêu cầu mua hàng, hãy yêu cầu tài liệu cho đơn in thực tế. Hướng dẫn của FSC về giấy và in[4] liên kết hoạt động in được chứng nhận với tuyên bố và bằng chứng phù hợp. Chứng nhận của đối thủ không xác lập chứng nhận cho sản phẩm này.

Giữ nguồn cung được chứng nhận, hàm lượng tái chế và khả năng tái chế thành các yêu cầu riêng biệt. Mọi tỷ lệ hàm lượng tái chế cần có tài liệu hỗ trợ; cấu tạo thành phẩm và hệ thống tái chế tại nơi tiếp nhận cần được xem xét trước khi đưa ra tuyên bố về thải bỏ. Các yêu cầu môi trường hoặc quy định theo điểm đến cũng phải được đánh giá riêng. Không có tuyên bố tuân thủ môi trường chung nào được cung cấp tại đây.

Nên kiểm tra gì trước khi nhận đơn hàng? ↑

Thống nhất tiêu chí chấp nhận trước khi sản xuất, đặc biệt khi màu sắc, căn chỉnh đường cắt hoặc khả năng viết tay quan trọng. Biên bản kiểm tra hữu ích sẽ so sánh các tờ đã giao với thông số và bản duyệt được chấp thuận. Biên bản nên mô tả khác biệt quan sát được thay vì dựa vào các từ chung chung như “cao cấp” hoặc “chuyên nghiệp”.

Hạng mục kiểm tra	Kiểm tra thực tế	Tài liệu cần lưu giữ
Kích thước và đường cắt	Đo tờ thành phẩm và kiểm tra viền, độ thẳng hàng cùng nội dung thiết yếu gần mép.	Kích thước được duyệt và dung sai cắt đã thống nhất.
Thiết kế và màu sắc	So sánh phiên bản thiết kế, chi tiết ảnh và màu quan trọng với tài liệu tham chiếu đã thống nhất.	Thiết kế được duyệt và bản duyệt áp dụng.
Giấy và hoàn thiện	Đối chiếu mô tả giấy, ngoại quan bề mặt và cảm giác cầm với mẫu đã chọn.	Giấy đã báo giá và mẫu vật lý được lưu giữ.
Khả năng viết và sử dụng QR	Thử bút hoặc con dấu dự kiến và quét mã đã in hoàn thiện.	Yêu cầu sử dụng đã thỏa thuận và điểm đến chính xác.
Số lượng và tình trạng	Kiểm tra các bó và xem có nếp gấp, mép ướt, trầy xước hoặc hư hỏng trong vận chuyển không.	Thông tin đóng gói và ảnh giao hàng.

Đây là các hành động kiểm tra được đề xuất, chưa phải là các bài thử đã hoàn thành. Chưa có kế hoạch lấy mẫu, tỷ lệ đạt, kết quả chống mài mòn, kết quả chống ẩm hay dung sai kích thước nào được xác minh cho sản phẩm này. Nếu kết quả nào đó quan trọng đối với việc mua hàng, hãy xác định phương pháp thử và giới hạn chấp nhận trong giai đoạn báo giá và lấy mẫu.



Xác nhận quy trình báo cáo sai lệch trước khi gửi hàng. Lưu giữ bản duyệt được chấp thuận, thông số đơn hàng, ảnh bao bì và ảnh rõ ràng của các tờ bị ảnh hưởng. Thời hạn báo cáo và biện pháp khắc phục có sẵn phải theo điều khoản đơn hàng đã thỏa thuận; không mặc định in lại miễn phí, hoàn tiền hoặc bồi thường tự động.

Nên quy định bao bì và đơn đặt lại như thế nào? ↑

Bao bì cần có một dòng riêng trong yêu cầu. Hãy hỏi tờ giấy sẽ được bó, chống xê dịch và đóng gói như thế nào để giảm hư hỏng mép và tiếp xúc độ ẩm trong vận chuyển. Yêu cầu bọc bảo vệ không phải bằng chứng về bao bì chống nước, và chưa có cấu tạo bao bì cụ thể nào được xác nhận cho sản phẩm này.



Phối hợp nhận hàng để thùng carton không bị để lộ không cần thiết. Kiểm tra bao bì bên ngoài trước khi phân phối nội dung và ghi lại hư hỏng nhìn thấy được khi cách đóng gói vẫn còn nguyên. Chưa xác lập sức chứa thùng carton, số lượng mỗi bó hoặc trọng lượng vận chuyển; các yếu tố này phụ thuộc vào kích thước tờ thực tế, cấu hình đóng gói và xác minh mẫu.

Đối với đơn đặt lại, hãy lưu phiên bản thiết kế đã duyệt, mô tả giấy, hoàn thiện và một mẫu vật lý đại diện. Xác nhận lại thông số thay vì cho rằng tên sản phẩm quen thuộc bảo đảm giấy hoặc gia công giống hệt. Cập nhật các ưu đãi và liên kết đích sắp hết hạn trước khi phát hành đợt in tiếp theo.

Thông số rõ ràng giúp việc mua hàng dễ hơn ↑

- **Chọn định dạng theo thông điệp.** Giữ thông tin thiết yếu dễ đọc ở kích thước vật lý thành phẩm.
- **Nêu riêng từng mặt.** Yêu cầu về in, phủ bề mặt và khả năng viết là các quyết định khác nhau.
- **Coi thiết lập thiết kế là đầu vào để phê duyệt.** Mẫu sản xuất được chọn quyết định yêu cầu tệp cuối cùng.
- **So sánh toàn bộ đơn hàng đã giao.** Bao gồm duyệt mẫu, hoàn thiện, bao bì và cước vận chuyển thay vì dựa vào giá đơn vị tiêu đề.
- **Tách bằng chứng khỏi kỳ vọng.** Số lượng đặt hàng tối thiểu, thời gian sản xuất, trọng lượng đơn vị, chứng nhận và hiệu năng vẫn chưa được xác minh cho sản phẩm này.
- **Làm cho việc nghiệm thu có thể kiểm tra được.** Lưu giữ thông số được duyệt và xác định mọi thử nghiệm vật lý cần thiết trước khi sản xuất.

Bắt đầu bằng yêu cầu có thể báo giá chính xác ↑

Một đơn tờ rơi được quy định tốt liên kết thông điệp chiến dịch với tờ giấy vật lý, quy trình phê duyệt và hạn phân phối. Điều đó tạo cơ sở thực tế để so sánh các lựa chọn mà không dựa vào các hứa hẹn chưa được chứng minh về tốc độ, chất lượng hoặc môi trường.

Yêu cầu báo giá in tờ rơi tùy chỉnh với thiết kế của bạn, kích thước thành phẩm mong

muốn, số lượng, số mặt in, lựa chọn giấy và hoàn thiện, điểm đến giao hàng và ngày cần nhận hàng.

---

[1]Tham khảo về khổ tờ rơi: Trang sản phẩm của NextDayFlyers cung cấp ví dụ về kích thước tờ rơi thương mại và các lựa chọn cấu hình. Trang này không xác nhận tính sẵn có của sản phẩm này. ↩

[2]Chuẩn bị thiết kế: Hướng dẫn của 4OVER4 cung cấp tham khảo về độ phân giải ảnh ở kích thước cuối cùng, chuẩn bị CMYK, tràn lề và lề an toàn. Mẫu riêng cho đơn hàng có quyền ưu tiên. ↩

[3]Sản xuất và vận chuyển: UPrinting giải thích rằng thời gian xử lý in và thời gian vận chuyển là riêng biệt. Điều khoản dịch vụ của họ không phải cam kết giao hàng cho sản phẩm này. ↩

[4]Ấn phẩm in đã được chứng nhận: FSC cung cấp hướng dẫn về giấy được chứng nhận, ghi nhãn sản phẩm in và các tuyên bố hỗ trợ. Không có chứng nhận FSC nào được khẳng định cho sản phẩm này. ↩

Product Option