



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



Details

Kısa cevap: Kişiselleştirilmiş defter sayfaları, kendi düzeninize göre basılan iç sayfalardır. Logolu üst veya alt bilgi, çizgili, noktalı ya da kareli formatlar, toplantı veya planlayıcı şablonları ile isteğe bağlı numaralandırma ya da perforasyon bunlara örnektir. Belirttiğiniz benzersiz sayfa tasarımı, mürekkep rengi ve son işlem adımı ne kadar az olursa, baskı maliyeti ve minimum sipariş miktarı da genellikle o kadar düşük olur.

Son güncelleme: 21 Ekim 2026 · Okuma süresi: yaklaşık 11 dakika

Çoğu kurumsal defter projesi kapakla başlar ve iç kısmı sonradan akla gelen bir ayrıntı olarak görür. Bu, öncelikleri tersine çevirmek demektir. Kapak bir kez görülür. Kişiselleştirilmiş defter sayfaları ise biri her yazı yazıldığında görülür. Bu rehber, yeni çalışan karşılama setleri, konferanslar, eğitim programları ve müşteri hediyeleri için bu iç sayfaların nasıl tasarlanacağını ele alıyor ve her düzen kararının aldığınız teklifi nasıl değiştirdiğini açıklıyor.

İç sayfalar, markalı bir defterin kullanılıp kullanılmayacağını neden belirler

Sorun: bir defterin kapağı çok iyi basılmış olabilir, ancak sayfaları işe uygun değilse yine de başarısız olur. Her sayfaya basılan bir logo yazı alanını daraltır. Tarihleri önceden basılmış bir planlayıcı ızgarası güncelliğini yitirir. Kimsenin doldurmadığı alanlara sahip bir toplantı şablonu, yarı boş görünen sayfalar bırakır. Her durumda defter çekmecede kalır ve marka izlenimi de onunla birlikte kaybolur.

Zorluk: bu konu artık daha da önemli, çünkü alıcılar promosyon ürünlerinden daha fazlasını bekliyor. PPAI araştırması, distribütörlerin 65 % kadarının ve tedarikçilerin 64 % kadarının çevre dostu ürünlere yönelik tüketici ilgisinin belirgin biçimde arttığını gördüğünü bildiriyor; dernek ayrıca [çevre dostu ürünlerin ve kişiselleştirmenin](#)^[1] yeni ürün tekliflerine hâkim olacağını belirtiyor. Genç alıcılar çitayı yüksek tutuyor. Bir PPAI tüketici araştırmasında Z kuşağı katılımcılarının 68 % kadarı markalı ürünlerin bir markayı algılayışlarını olumlu etkilediğini, 89 % kadarı ise sürdürülebilirliğin önemli olduğunu söyledi ([Promosyon Z Kuşağıyla Neden Uyum Yakalıyor](#)^[2]). Kimsenin kullanmadığı bir defter bu izlenime hiçbir katkı sağlamaz.

Çözüm: iç sayfaya önce işlevsel bir yüzey, sonra marka yüzeyi olarak yaklaşın. PPAI-ASI ortak çalışması bu ilkeyi şöyle özetledi: "Bir ürün insanın günlük hayatında yer edindiğinde, reklam gibi hissettirmeyi bırakır ve daha çok bir fayda aracı gibi işlemeye başlar" ([PPAI-ASI ortak çalışması](#)^[3]). Aşağıdaki bölümler, bu şekilde işleyen sayfaların nasıl hazırlanacağını ve her tercihin maliyetini açıklıyor.

İçindekiler

- [1. Kişiselleştirilmiş defter sayfaları nedir?](#)
- [2. Özelleştirilebilir defter sayfaları altı adımda nasıl tasarlanır](#)
- [3. Çizgili, noktalı, kareli ve şablonlu sayfalar](#)
- [4. Kişiselleştirilmiş defter sayfalarındaki her tercih maliyeti ve minimum sipariş miktarını nasıl](#)

[etkiler](#)

5. [SSS](#)

6. [Önemli çıkarımlar](#)

7. [Sonuç](#)

Kişiselleştirilmiş defter sayfaları nedir?

Kişiselleştirilmiş defter sayfaları, hazır bir desen yerine alıcının belirlediği düzende basılan iç yapraklardır; bunlara sıklıkla iç blok denir. Her iç sayfayı 4 katmandan oluşan bir yapı olarak düşünmek işe yarar, çünkü her katman kendi üretim adımını ekler:

- **Sayfa zemini:** yazı deseni; çizgili, noktalı ızgara, kareli ızgara ya da boş olabilir.
- **Marka katmanı:** logolu bir üst bilgi, alt bilgi, köşe işareti, slogan veya açık bir ton.
- **Yapı katmanı:** toplantı notları, haftalık planlayıcılar, kontrol listeleri veya etkinlik gündemleri gibi şablonlar.
- **İşlev katmanı:** sayfa numaraları, koparılabılır perforasyon hatları veya alıcının adı gibi değişken veriler.

Cilt yöntemi, bu katmanların nasıl düzenlenebileceğini belirler. Sırttan telli dikişli bir defterde katlı yapraklar iç içe geçirilir ve sırt katından tellerle dikilir. Her katlı yaprak 4 sayfa oluşturur, bu yüzden sayfa sayısı 4'ün katları şeklinde artar. Bu nedenle sayfa 2 ile sondan ikinci sayfa aynı fiziksel yaprağa basılır. On çizgili yaprağın ardından bir toplantı şablonu bloğu gelmesi gibi bir bölüm değişikliği istiyorsanız, bunu tam katlı yapraklara göre planlayın. Aksi hâlde matbaa, sayfaların baskı tabakası üzerindeki yerleşimi olan baskı dizilimini yeniden düzenlemek zorunda kalır. [Sırttan telli dikişli kraft karton defterlerimiz](#) bu yapıyı izler; ürün sayfası ise ebat, kâğıt ve kapak özelliklerini kapsar. Bu makale yalnızca sayfa düzenine odaklanır.

Pazar, iç sayfa planlamasının kendi başına ele alınmayı hak edecek kadar büyük. ABD promosyon ürünü satışları yaklaşık \$26,09 milyara 2023 yılında ulaştı; sürdürülebilir ürünlerin payı ise yaklaşık \$3,09 milyar, yani 12,2 % oldu (kaynak: [PPAI 2023 Sektör Satış Raporu](#)^[4]). Bu rakamlar yalnızca defterleri değil, tüm promosyon ürünlerini kapsar.



Özelleştirilebilir defter sayfaları altı adımda nasıl tasarlanır

Adım 1: Sayfaların yerine getirmesi gereken işi tanımlayın

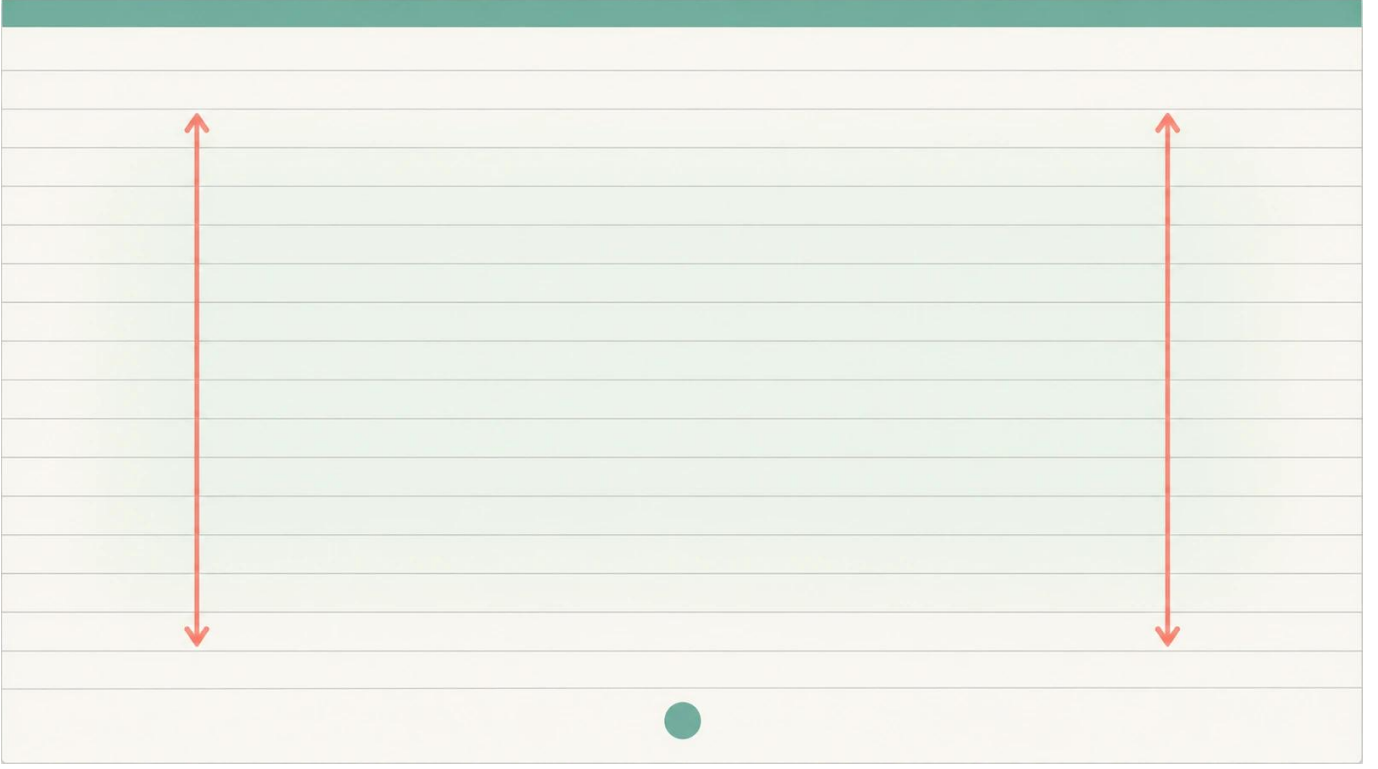
Defterde kimin yazacağıyla, nerede yazacağıyla ve onu ne kadar süre kullanacağıyla başlayın. Bir konferans katılımcısının birkaç günlük oturum notuna ihtiyacı vardır. Yeni işe başlayan biri defteri aylarca birebir görüşmeler için kullanabilir. Bir saha ekibi koparıp teslim edebileceği sayfalara ihtiyaç duyabilir. Kırtasiye ürünleri ilgi çekmek için diğer promosyon ürünleriyle de rekabet eder. PPAI'nin 3,000 U.S. tüketiciden fazlasıyla yaptığı ve yaşları 16-60 arasında olan bir ankette giyim her yaş grubunda ilk sırada yer aldı; kırtasiye ise almadı ([PPAI son alıcı derinlemesine incelemesi](#)^[5]). Bir defter yerini işe yararlığıyla hak eder; bu yüzden herhangi bir format seçmeden önce ana kullanım amacını tek cümleyle yazın.

Adım 2: Sayfa zeminini seçin

Deseni işe göre seçin. Çizgili sayfalar düz yazı, toplantı tutanakları ve eğitim notları için uygundur. Noktalı ızgaralar, listeler, eskizler ve basit şemalar gibi karma içeriklere uygundur; çünkü noktalar yazıyı çizgilere zorlamadan yönlendirir. Kareli ızgaralar mühendislik, tasarım ve veri yoğun ekipler için uygundur. Boş sayfalar yaratıcı atölyelere ve eskiz çalışmalarına uygundur. Alıcılarınızın rolleri farklıysa noktalı ızgara, tek seçenek olarak en tarafsız olanıdır.

Adım 3: Marka katmanını yazmaya engel olmayacak yere yerleştirin

Logoyu yazı alanına değil, kenar boşluğuna yerleştirin. Üstteki bir üst bilgi bandı ya da alttaki küçük bir alt bilgi işareti, yazı alanından yer almadan markayı görünür tutar. Biri ona yakın yazdığında kalem mürekkebi okunaklı kalsın diye bunu açık tek bir renkte ya da açık bir tonda basın. Her sayfada tam yoğunlukta bir logo, notları dağınık gösterir. Birçok ekip ayrıca tam logoyu yalnızca ilk ve son sayfalara basar, aradaki sayfalarda küçük bir işaret kullanır. Tasarım dosyasını onaylamadan önce marka katmanının baskı provasında nasıl görüldüğünü kontrol edin. Ürün sayfasında şu aşamalar açıklanıyor: [tasarım dosyası kontrolü ve numune aşamaları](#).



Adım 4: Şablonlara karar verin ve bunları nasıl karıştıracağınızı belirleyin

Bir şablon ancak alıcılar onu dolduracaksa işe yarar. Toplantı şablonları üç veya dört alanla en iyi sonucu verir: tarih, katılımcılar, notlar ve aksiyon maddeleri. Planlayıcı sayfaları tarihsiz kalmalı ve tarih alanları boş bırakılmalıdır; böylece defter ne zaman dağıtılsa dağıtılsın kullanışlı kalır. Etkinlik defterleri başta çift sayfa bir gündem ya da mekân haritası içerebilir, ardından düz sayfalar gelir. Her ek şablon ayrı bir tasarım olarak hazırlanmak zorundadır; bu yüzden çoğu program tek bir tekrar eden tasarım ya da yukarıdaki tanımda açıklandığı gibi tam katlı yaprak bloklarına yerleştirilmiş iki tasarım kullanır.



Adım 5: Numaralandırmayı veya perforasyonu yalnızca belirli bir iş akışı için ekleyin

Sayfa numaraları, kayıtların izlenebilir olması gereken durumlarda işe yarar; örneğin laboratuvar notlarında, uyumluluk kayıtlarında, denetim izlerinde ya da insanların atıfta bulunduğu bir toplantı kaydında. Bu, ardışık bir baskı adımı ekler. Perforasyon, sayfaların defterden ayrıldığı durumlarda, örneğin koparılabilir geri bildirim formlarında, dağıtım kâğıtlarında veya yanıt kartlarında işe yarar. Bu da bir son işlem geçişi ekler. Perforasyonlu sayfalar koparıldığında geride bir kenar parçası bırakır; sırttan telli dikişli bir defterde ise aynı katlı yaprağın karşı tarafındaki yaprak kat yerinde bağlı kalır. Tedarikçiye perforasyon hattının zımba tellerine göre nerede duracağını sorun. Her iki seçenek de maliyet ekler; bu yüzden onları yalnızca desteklediği iş akışını adlandırabildiğinizde dahil edin.

Adım 6: Teklif için bir sayfa haritası hazırlayın

Genel bir tanım yerine bir sayfa haritası gönderin. Her sayfa tasarımını, kaç sayfada kullanıldığını, sıradaki konumunu, mürekkep rengi sayısını ve varsa numaralandırma, perforasyon veya değişken veriyi listeleyin. "Sayfa 1-2 karşılama açılımı, 2 renk; sayfa 3-30 alt bilgi işaretli noktalı ızgara, 1 renk; sayfa 31-32 iletişim sayfası" gibi bir satır, tedarikçinin ilk seferde doğru teklif vermesini sağlar. Boyut, kâğıt, kapak yüzey işlemi ve paketlenme dahil brifin diğer bölümleri şu rehberde ele alınıyor: [özel karton defter şartname rehberi](#).

Çizgili, noktalı, kareli ve şablonlu sayfalar

Aşağıdaki tablo, yaygın özel defter kâğıdı formatlarını kullanım alanına ve üretimi nasıl etkilediğine göre karşılaştırıyor. "Görelî hazırlık", bir formatın tek renkli, tekrar eden bir sayfaya kıyasla ne kadar baskı öncesi hazırlık ve baskı işi eklediğini ifade eder. Bu bir fiyat değeridir.

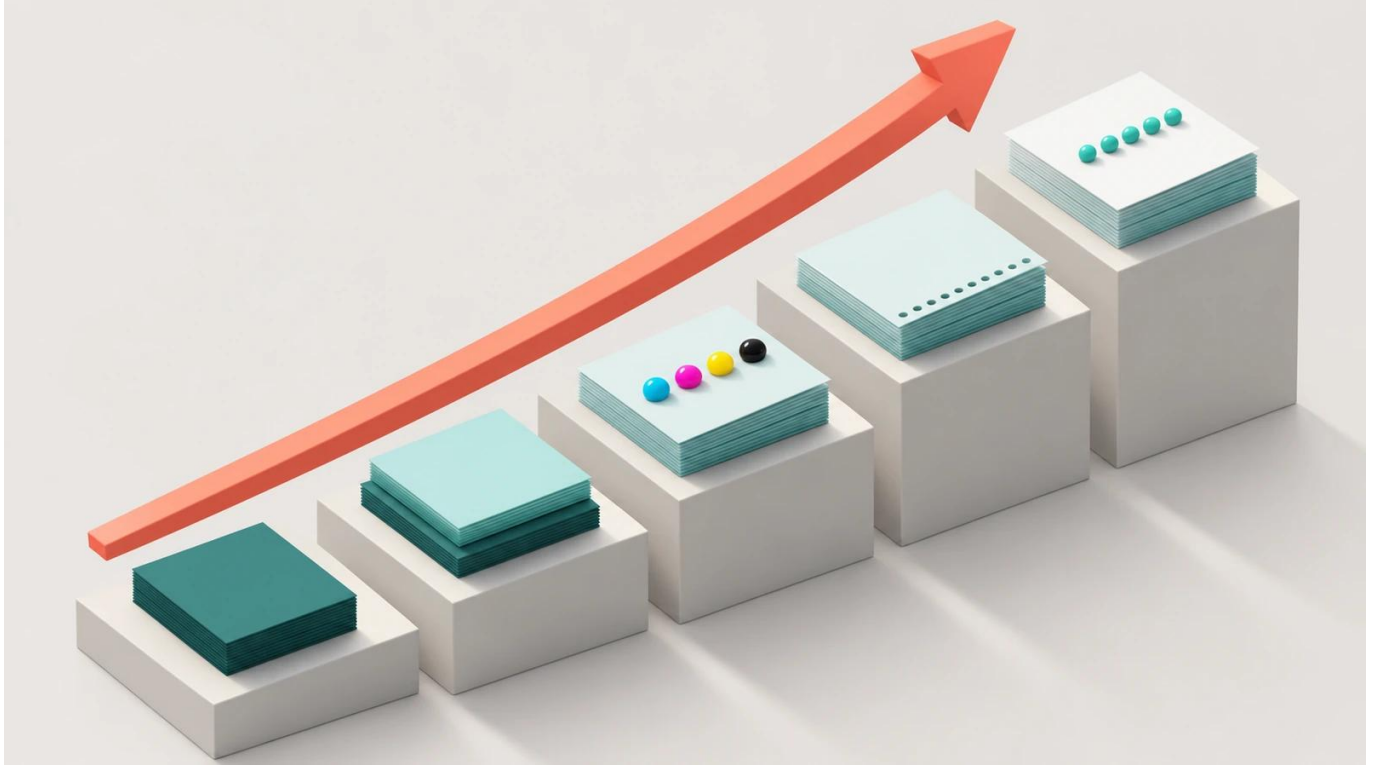
Format	En uygun kullanım	Mürekkep kaplaması	Görelî hazırlık	Dikkat edilecek nokta
Boş	Atölyeler, eskiz çalışmaları, yaratıcı markalar	Yok veya yalnızca marka işareti	En düşük	Marka katmanı olmadan sıradan hissettirebilir
Çizgili	Eğitim, tutanaklar, genel ofis notları	Hafif	Düşük	Fazla koyu çizgi kalınlığı el yazısıyla yarışır
Noktalı ızgara	Karma ekipler, listeler, şemalar	Çok hafif	Düşük	Çok soluk noktalar renk tonlu kâğıtta kaybolabilir
Kareli ızgara	Mühendislik, tasarım, veri çalışmaları	Orta	Düşük ila orta	Sık ızgaralar yazılı notların taranmasını zorlaştırır
Toplantı şablonu	Müşteri ekipleri, proje yöneticileri	Orta	Orta (bir tasarım daha)	Çok fazla alan sayfaları yarı boş bırakır
Tarihsiz planlayıcı	Yeni çalışan karşılama, uzun programlar	Orta ila yoğun	Orta ila yüksek	Tarihli sürümler dağıtımdan önce güncelliğini yitirir
Karma bölümler	Gündem ve notları birleştiren etkinlik setleri	Değişir	Yüksek (birden çok tasarım)	Bölüm geçişleri katlı yapraklarla hizalanmalıdır

Desen yoğunluğu ile kâğıt kalitesi birbirini etkiler. Bağımsız değerlendirmeciler, iyi yapılmış bir bütçe defterinin yoğun mürekkep kullanımına dayanabildiğini görmüştür. Bir dolma kalem yorumcusu, el yapımı kişiselleştirilmiş bir defterde "neredeyse hiç arkadan görünme yok ve hiç sızma yok" dedi ([UK Fountain Pens incelemesi](#)^[6]). [Notebook Stories](#)^[7] ise 97 sentlik bir günlük defterin sızmaya neredeyse

tamamen direndiğini tespit etti. Kâğıt performansı fiyata değil, kâğıt cinsine bağlıdır; bu nedenle seçtiğiniz deseni numune aşamasında gerçek kâğıt üzerinde test edin.

Kişiselleştirilmiş defter sayfalarındaki her tercih maliyeti ve minimum sipariş miktarını nasıl etkiler

İç sayfa maliyeti çoğunlukla mürekkep miktarına değil, hazırlığa bağlıdır. Her tasarım, renk ve son işlem adımı, baskı makinesinden ilk düzgün tabaka çıkmadan önce hazırlanmalıdır. Bu sabit iş siparişe yayılır; bu yüzden eklenen karmaşıklık genellikle bir işin mantıklı hâle geldiği minimum miktarı yükseltir.



Maliyet etkeni	Neden maliyet ekler	Minimum miktara etkisi	Nasıl kontrol edilir
Benzersiz sayfa tasarımı sayısı	Her tasarım kendi baskı öncesi hazırlığını ve ofset baskıda kendi plakalarını gerektirir	Her tasarımla artar	Tek bir tasarımı tekrarlayın; bölümleri ikiye sınırlayın
Sayfa başına mürekkep rengi	Tek bir özel renk tek bir baskı geçişidir; tam renk (CMYK) dört proses mürekkep kullanır	Ofsette tam renkte daha yüksektir	İç sayfayı tek bir marka renginde basın, tam rengi kapak için saklayın
Değişken veri (isimler, kimlikler)	Her defter farklıdır, bu da dijital baskı gerektirir	Kısa tirajlarda daha düşük olabilir, ancak birim maliyet daha yüksektir	İsimleri her sayfa yerine 1 sayfaya basın
Sayfa numaralandırma	Ardışık numaralar, numaralandırma yapabilen bir baskı geçişi gerektirir	Orta düzeyde artış	Yalnızca izlenebilirlik gerektiren bölümleri numaralandırın
Perforasyon	Ek son işlem adımı ve takımlama	Orta düzeyde artış	Her sayfa yerine yalnızca bir bölümü perfore edin

Maliyet etkeni	Neden maliyet ekler	Minimum miktara etkisi	Nasıl kontrol edilir
Yoğun kaplama (açık tonlar, taşırmalı tam alan baskı)	Daha fazla mürekkep, daha uzun kuruma süresi, arkadan görünme riski daha yüksek	Hafif artış	Çizgi çizimler ve açık tonlar kullanın

Bu sayfada miktar ya da fiyat verilmiyor, çünkü bunlar tüm şartnameye bağlıdır. En faydalı adım, iki sürüm için teklif istemektir: tek bir tasarımın 1 renkte basıldığı bir temel sürüm ve tercih ettiğiniz düzen. Aradaki fark, her yükseltmenin tam olarak ne kadara mal olduğunu gösterir. [Her iki senaryo için de teklif talep edebilirsiniz](#) ürün sayfasından.

Sayfa alt bilgileri için bir düzenleme hususu geçerlidir. "Geri dönüştürülmüş kâğıttan yapılmıştır" veya benzeri bir ifade basmayı planlıyorsanız, ABD Federal Ticaret Komisyonu'nun Yeşil Kılavuzları, malzeme atık akışından geri kazanılmadıkça geri dönüştürülmüş içerik iddiasında bulunmayı yanıltıcı sayar ([16 CFR 260.13^{\[8\]}](#)). Bu iddiayı yalnızca tedarikçi belgeleyebiliyorsa basın. Bu tür iddialara yönelik talep artmaya devam ediyor: PPAI, SAGE verilerine dayanarak distribütörlerin "çevre dostu" aramalarının 390 % oranında arttığını, bunun 2017 to 2024 döneminde gerçekleştiğini belirtiyor ([Promosyonun Sürdürülebilirlik Yolculuğu^{\[9\]}](#)).

SSS

SSS: Aynı siparişte defter sayfalarını farklı şekilde özelleştirebilir miyim?

Evet. Çoğu matbaa tek bir defterde birden çok sayfa tasarımını birleştirebilir; örneğin bir gündem açılımını noktalı ızgara sayfaları izleyebilir. Sırttan telli dikişli defterlerde baskı dizilimini basit tutmak için her bölümü 4 sayfalık tam katlı yapraklar hâlinde planlayın. Her ek tasarım hazırlık ekler, bu yüzden teklif isterken tam sayfa haritasını belirtin.

SSS: Logo her iç sayfada yer almalı mı?

Genellikle tam boyutta hayır. Açık tek bir renkte küçük bir alt bilgi işareti veya ince bir üst bilgi bandı, yazı alanından yer almadan markayı görünür tutar. Birçok program tam logoyu, karşılama ve veda gibi okunduğu ilk ve son sayfalara ayırır.

SSS: Alıcı adlarının yer aldığı özel basılı günlük defter sayfaları mümkün mü?

Evet, her kopyanın farklı olmasına izin veren değişken veri dijital baskıyla mümkündür. Adı, "bu defter ... kişisine aittir" gibi ayrılmış tek bir sayfaya basmak genellikle her sayfayı kişiselleştirmekten daha az maliyetlidir. Teklifinizde birim başına farkı sorun.

SSS: Karma bir kurumsal kitle için en iyi hangi sayfa formatı çalışır?

Noktalı ızgara. Yazıyı, listeleri ve eskizleri eşit derecede iyi destekler ve çok az mürekkep kullanır; bu yüzden satıştan mühendisliğe uzanan rollere uyar. Kullanıcıların çoğu uzun toplantı notları alıyorsa çizgili sayfaları seçin.

SSS: Numaralı veya perforasyonlu sayfalar minimum sipariş miktarını artırır mı?

Genellikle hazırlık ve son işlem işi ekler; bu da bir siparişin ekonomik olduğu miktarı yükseltebilir. Etki tüm şartnameye bağlıdır, bu yüzden farkı görmek için bu seçeneklerle ve bunlar olmadan teklif isteyin.

SSS: İç sayfalara sürdürülebilirlik iddiaları basabilir miyim?

Yalnızca tedarikçi belgeleyebiliyorsa. ABD'de 16 CFR 260.13, geri dönüştürülmüş içerik iddialarını gerçekten atık akışından geri kazanılan malzemelerle sınırlar. Logonuz veya kısa bir slogan gibi tarafsız bir alt bilgi, uyumluluk riski taşımaz.

Önemli çıkarımlar

- **Kişiselleştirme ve çevre dostu konumlandırma promosyon ürünlerini yönlendiriyor.** — distribütörlerin 65 % kadarı, tedarikçilerin ise 64 % kadarı çevreye yönelik ilginin arttığını bildiriyor ([Kaynak](#))
- **Kullanışlı sayfalar marka izlenimini korur.** — Z kuşağının 68 % kadarı markalı ürünlerin marka algısını olumlu etkilediğini söylüyor ([Kaynak](#))
- **Sürdürülebilir ürünler pazarın ölçülebilir bir payına sahip.** — \$3,09 milyar, yani 12,2 %; bu, 2023 U.S. promosyon satışları içindeki paydır ([Kaynak](#))
- **Kırtasiye ürünlerinin ilgiyi hak etmesi gerekir.** — giyim, 3,000+ tüketicinin katıldığı bir ankette ilk sırada yer aldı ([Kaynak](#))
- **Sızmayı fiyat değil, kâğıt kalitesi belirler.** — 97 sentlik bir günlük defter sızmaya neredeyse tamamen direndi ([Kaynak](#))
- **Basılı geri dönüştürülmüş içerik iddiaları belgeleme gerektirir.** — 16 CFR 260.13 ile düzenlenir ([Kaynak](#))
- **Alıcılar giderek daha fazla çevre dostu seçenek istiyor.** — "çevre dostu" aramaları 390 % arttı; dönem: 2017 to 2024 ([Kaynak](#))

Sonuç

İyi iç sayfalar, sırayla verilmiş birkaç karardan çıkar. İş tanımlayın, ona uygun bir sayfa zemini seçin, markayı kenar boşluklarında tutun, şablonları yalnızca insanların dolduracağı yerlerde kullanın ve numaralandırmayı veya perforasyonu yalnızca adı konmuş bir iş akışı için ekleyin. Ardından her şeyi bir sayfa haritasına dökün. Bu harita maliyeti kontrol eder, çünkü eklenen her tasarım, renk veya son işlem adımı, siparişin üstlenmesi gereken bir hazırlık ekler. Düzeniniz hazır olduğunda, bunu kapak ve kâğıt şartnamesiyle birleştirin ve [kraft karton kapaklı özel karton defterlerimiz için](#) hem temel sürüm hem de tercih ettiğiniz sürüm üzerinden teklif isteyin.

Dipnotlar

1. PPAI, "PPAI Araştırması: Çevre Dostu Ürünler ve Kişiselleştirme Promosyonun Yeni Ürün Tekliflerine 'Hâkim' Oluyor," 3 Temmuz 2024. <https://www.ppai.org/media-hub/ppai-research-eco-friendly-customization-dominate-promos-new-product-offerings/> ↵
2. PPAI, "Promosyon Z Kuşağıyla Neden Uyum Yakalıyor," 1 Mart 2024. <https://www.ppai.org/media-hub/ppai-consumer-study-why-promo-clicks-with-gen-z/> ↵
3. PPAI, "Ortak PPAI-ASI Çalışması: Promosyon, Karbon Etkisi En Düşük Reklam Kanalları Arasında," 4 Şubat 2026. <https://www.ppai.org/media-hub/joint-ppai-asi-study-finds-promo-among-the-lowest-carbon-impact-advertising-channels/> ↵
4. PPAI Magazine, Nisan 2024, 2023 Sektör Satış Raporu. <https://flipbook.ppai.org/2024-04-01> ↵
5. PPAI, "Son Alıcıları Anlamak: 2024 Sektör Derinlemesine İncelemeleri," 30 Temmuz 2024. <https://www.ppai.org/media-hub/understanding-end-buyers-2024-industry-deep-dives/> ↵

6. UK Fountain Pens, "İnceleme: Personalised Stationery Co. UK'nin El Yapımı Defterleri," 8 Nisan 2017.
<https://ukfountainpens.com/2017/04/08/review-hand-made-notebooks-by-personalised-stationery-co-uk/> ↵
7. Notebook Stories, "Defter İncelemesi: Pen Gear Not Defteri ve Günlük Defter," 24 Eylül 2024.
<https://www.notebookstories.com/2024/09/24/notebook-review-pen-gear-memo-book-and-journal/> ↵
8. Elektronik Federal Düzenlemeler Kodu, 16 CFR 260.13, "Geri dönüştürülmüş içerik iddiaları."
<https://www.ecfr.gov/current/title-16/chapter-I/subchapter-B/part-260/section-260.13> ↵
9. PPAI, "Promosyonun Sürdürülebilirlik Yolculuğu," 1 Ekim 2025.
<https://www.ppai.org/media-hub/promos-sustainability-journey/> ↵

Ekim 21, 2026