

**DIZIONARIO DI DIRECT MARKETING (A-C)****A****ABBONATO**

Individuo che ha pagato per ricevere un periodico.

**ABBONATO ATTIVO**

Chi ha sottoscritto un impegno per la consegna regolare di riviste, libri o altri beni per un periodo di tempo ancora in vigore.

**ABBONATO IN PROVA**

Una persona che ordina una pubblicazione o servizio in base a condizioni. La condizione può essere collegata a: pagamento dilazionato, diritto di cancellazione, un prezzo speciale di introduzione e/o un termine più breve del normale.

**ACCESSO, TEMPO DI**

Il tempo che occorre a un computer per indirizzare un pezzo di informazione nella memoria o deposito e per completare l'azione, c.d. tempo di 'lettura'. Anche il tempo che occorre a un computer per immagazzinare un pezzo di informazione e per completare l'azione, c.d. tempo di 'scrittura'.

**ACQUIRENTE ATTIVO**

Un compratore il cui acquisto più recente è stato effettuato entro gli ultimi dodici mesi.

**AFFRANCATURA DI RESTITUZIONE GARANTITA**

Legenda impressa sul lato dell'indirizzo di buste o altre unità postali quando il 'mailer' (v.) desidera che il servizio postale restituisca la posta non consegnabile. Un importo equivalente alla tariffa del singolo pezzo sarà conteggiato per ogni unità ritornata.

**AGGIORNAMENTO**

Transazioni recenti e informazioni correnti aggiunte alla lista principale (Master) per riflettere lo status attuale di ogni record nell'elenco.

**AGGIUNTE**

Nuovi nominativi, o di individui o di imprese, aggiunte ad una 'mailing list'.

**A.I.D.A.**

La più popolare formula per la preparazione del testo nel 'direct mail'. Le lettere stanno per 'Ottenere ATTENZIONE, Accrescere l'INTERESSE, Stimolare il DESIDERIO, Chiedere un'AZIONE'.

**ALFANUMERICO**

Una contrazione di 'alfabetico' e 'numerico'. Si riferisce ad ogni sistema di codifica che prevede lettere, numeri, e simboli speciali come il punto interrogativo.

**ANNIDARE**

Mettere un allegato dentro un altro prima di inserirli nella busta postale.

**ATTIVI**

Clienti in un elenco che hanno fatto acquisti entro un periodo di tempo prescritto, di solito non più di un anno; abbonati il cui abbonamento non è scaduto.

**AUDIENCE**

Il numero totale di individui raggiunti da una promozione o inserzione pubblicitaria.

**AUDIT**

Rapporto stampato dei conteggi relativi ad un particolare elenco per l'archivio.

**B****B&N**

Bianco e Nero, riferendosi ad una stampa a un colore o allo spazio di pubblicazione.

**BACK END**

Le attività necessarie per completare una transazione da ordine postale una volta che un ordine è stato ricevuto e/o la misurazione di performance di un acquirente dopo che ha ordinato il primo articolo in un'offerta di serie.

**BACK END (Analisi del)**

L'analisi delle risposte e la misurazione di performance riguardo ad un 'mailing'; l'informazione così ricavata è utilizzata per definire un profilo dell'acquirente per 'mailing' futuri.

**BACK END (Risultati)**

I risultati di un 'mailing' che includono le cifre conclusive di ordini pagati e non, e di merce restituita.

**BANGTAIL**

Busta promozionale contenente un secondo lembo che è perforato e disegnato per uso come spazio per l'ordine.

**BATCH, ELABORAZIONE**

Tecnica di esecuzione di un set di programmi al computer in gruppo (batch) in opposizione alla esecuzione di ogni ordine/selezione appena questo è ricevuto. 'Batch' possono essere realizzate per programmazione del computer o per raccolta manuale di dati in gruppi.

**BATCH, LAVORO**

Un lavoro che viene raggruppato con altri come input di un sistema computerizzato, in opposizione a un lavoro di inserimento che viene fatto singolarmente fino al completamento.

**BILLING SERIES**

Una serie unificata di promozioni designate per raccogliere l'ammontare desiderato: può essere interamente postale o includere una combinazione di mezzi come posta e telefono.

**BINGO CARD**

Una cartolina di risposta inserita in una pubblicazione e usata dai lettori per richiedere materiale e campioni dalle imprese i cui prodotti e servizi sono o pubblicizzati o menzionati negli articoli editoriali.

**BLUEPRINT**

Una prova di stampa per controllare stampe a due colori prima che il lavoro vada in stampa. Anche chiamata BROWNLIN o VANDYKE.

**BOUNCE BACK**

'Effetto di ritorno'. Un'offerta inclusa nei 'mailing' inviata ad

un cliente nell'evasione di un ordine.

**BOZZETTO**

'Dummy' o layout in forma abbozzata con un minimo di dettaglio.

**BRC (Business reply card)**

Una cartolina di risposta con affrancatura prepagata.

**BRE (Business reply envelope)**

Una busta pre-indirizzata con affrancatura prepagata.

**BROADSIDE**

Un singolo foglio di carta, stampato su un lato o due, piegato per il 'mailing' o la distribuzione diretta e apribile in una singola grande pubblicità.

**BROCHURE**

In senso stretto, un depliant di alta qualità, con layout, tipografia ed illustrazioni minuziosamente pianificate. Termine usato anche in senso ampio per ogni depliant o opuscolo promozionale.

**BROKER**

Uno specialista che realizza gli accordi necessari per una società per l'uso di elenchi di un'altra società. Il servizio di broker può includere tutto o gran parte dei seguenti: ricerca, selezione, raccomandazione, e conseguente valutazione.

**BUCKSLIP**

Un elemento promozionale inserito in un 'mailing' che consta di un pezzo stampato singolo e non ripiegato. Di solito nella dimensione di una banconota da un dollaro (=buck).

**BULK MAIL**

Una categoria di posta che coinvolge una grande quantità di pezzi identici ma indirizzati a differenti nominativi che sono elaborati proprio per il 'mailing' prima della consegna all'ufficio postale.

**BUSINESS LIST**

Ogni compilazione o lista di individui o ditte basate su un interesse, una richiesta, un'adesione, un'iscrizione o un acquisto associato all'impresa.

**BUSTA CON FINESTRA**

Busta con una porzione ritagliata sul fronte che permette di vedere l'indirizzo stampato in un foglio interno. La finestra ritagliata può essere o meno coperta di materiale trasparente.

**BUSTA D'ORDINE IN BIANCO**

Un modulo d'ordine stampato sul lato di una pagina, con l'indirizzo postale sul retro. Il ricevente semplicemente compila l'ordine, piega e affranca come una busta.

**BUSTA DI RITORNO**

Busta di risposta indirizzata, affrancata o non - e distinta dalle buste di risposta commerciali che recano una garanzia di pagamento postale - inclusa dentro ad un 'mailing'.

**C****C/A (Change of address)**

Cambio di indirizzo.

**CAMPIONE, PACKAGE**

Un esempio di pacchetto da spedire dall'utente dell'elenco ad una lista di indirizzi particolare. Tale unità postale è sottoposta al titolare della lista per approvazione prima del contratto per un utilizzo della lista una-tantum. Sebbene un campione di 'package' possa, a causa della pressione dei tempi, differire di poco dal 'package' usato realmente, l'accordo dell'utente della lista richiede di solito al medesimo di rivelare ogni differenza di materiale quando sottopone il 'package' campione.

**CAMPO**

Area riservata in un computer con funzione simile in tutti i record di un file. Anche indirizzo su nastro magnetico o lettore che ha limitazioni e significato definiti. Es. Posizione 1-30=NomeCampo.

**CAMPO FISSO**

Un modo di disporre, o formattare, informazioni di elenco in un file di computer, che dispone ogni singolo dato in una specifica posizione relativa ad ogni altro singolo dato, e che limita il fabbisogno di spazio assegnato a quel dato. Se un certo dato scompare da un singolo record, o se il suo spazio assegnato non è usato del tutto, quello spazio non è riempito (ogni record ha lo stesso spazio e la stessa lunghezza). Ogni dato che eccede la limitazione dello spazio assegnato deve essere abbreviato o contratto.

**CAMPO VARIABILE**

Un modo di procedere alla formattazione di informazioni di un elenco che assegna una sequenza specifica ai dati, ma non assegna specifiche posizioni. Se questo metodo preserva spazio sul nastro magnetico, è in genere più difficile lavorarci.

**CANCELLAZIONI**

Termine editoriale per gruppi di persone che hanno notificato all'editore la cancellazione dei loro abbonamenti.

**CAR CARDS**

Biglietti di carta disegnati per fare pubblicità su bus, vetture metro etc.

**CARTOLINA DA BANCO**

Promozioni pubblicitarie create per esposizione sui banchi nei negozi.

**CARTOLINA DI RISPOSTA**

Una cartolina indirizzata al mittente inclusa in un 'mailing' in cui il ricevente può indicare la sua risposta all'offerta.

**CARTOLINA D'ORDINE**

Una cartolina di risposta usata per inoltrare un ordine via posta.

**CASH UP**

Anche chiamata 'opzione contanti'. Un modulo per ordine che offre condizioni rateali ma contiene una clausola con l'opzione di inviare un pagamento tutto in contanti con l'ordine, normalmente con una percentuale di risparmio come incentivo.

**CATALOGO**

Un libro o opuscolo che mostra i beni insieme a dettagli descrittivi e prezzi.

**CENTRE SPREAD**

Inserto a doppia pagina nel centro esatto di una rivista o giornale o la porzione di pagine centrale o una brochure del 'direct mail'.

**CIRCOLARI**

Termine generico per inserzioni stampa in qualsiasi forma, inclusa la stampa diffusa col 'direct mail'.

**CIRCOLAZIONE A PAGAMENTO**

Distribuzione di una pubblicazione a individui o organizzazioni che hanno pagato per un abbonamento.

**CIRCOLAZIONE CONTROLLATA**

Distribuzione gratuita di una pubblicazione a individui o ditte sulla base dei loro ruoli o della loro occupazione. Di solito, i riceventi sono contattati di tanto in tanto per verificare l'informazione che li qualifica per ricevere la pubblicazione.

**CLIENTE ATTIVO**

Termine alternativo a 'acquirente attivo'.

**CODICE A BARRE**

Sistema di identificazione dell'unità postale in esterno, che consente di rintracciare in ogni momento ciò che è stato spedito (pacchi, buste).

**CODICE FONTE**

Identificazione unica alfabetica e/o numerica per distinguere una lista o fonte di mezzi da un'altra.

**CODICE POSTALE**

Gruppo di cinque cifre usato dal servizio postale per individuare specifici uffici postali, stazioni, succursali, edifici o grandi imprese.

**CODICE POSTALE, CONTEGGIO**

Il numero di nomi e indirizzi su un elenco e all'interno

**CODICE POSTALE, SEQUENZA**

Preparazione di nomi e indirizzi su un elenco secondo la progressione numerica del codice postale in ogni record.

**CODIFICA**

(1) Elementi di identificazione usati nei mezzi di risposta per riconoscere la 'mailing list' o altra fonte da cui si era ottenuto l'indirizzo.

(2) Una struttura di lettere e numeri usati per classificare caratteristiche di un indirizzo in un elenco.

**COLD MAILING**

Una sollecitazione di affare derivante da persone che non hanno acquistato in precedenza o mostrato interesse nella società.

**COLONNA**

Linee di caratteri stampa affiancate su riviste, giornali e altre promozioni.

**COMBINAZIONE**

(1) Assemblare elementi singoli di un 'mailing' in sequenza per inserirli in una busta postale.

(2) Un programma che combina due o più file ordinati per ottenere un singolo file ordinato. Anche il modo di combinare simili file. Vedi 'Merge'.

**COMMISSIONE**

Una percentuale della vendita, come da accordo preliminare, pagata all'agente o al manager, o ad altro servizio di una 'mailing list', per la loro parte nell'impiego dell'elenco.

**COMPATIBILITA'**

Abilità di scambiare i dati o i programmi di un singolo sistema o computer con uno o più differenti computer.

**COMPILATORE**

Organizzazione che sviluppa liste di nomi e indirizzi da elenchi, giornali, registri pubblici, registrazioni ed altre fonti, identificando gruppi di persone, ditte o enti con qualcosa in comune.

**COMPILAZIONE**

Il procedimento con cui un computer traduce una serie di istruzioni scritte in un linguaggio di programmazione nel vero linguaggio macchina.

**COMPLETAMENTO**

Un nome, indirizzo o altre parole aggiunte ad una lettera pre-stampata.

**COMPRATORE**

Chi ordina articoli, libri, dischi, informazioni o servizi. Si assume che un compratore abbia pagato per ogni articolo fino ad oggi.

**COMPRATORE AL PRIMO ACQUISTO**

Uno che compra un prodotto o servizio da una certa ditta per la prima volta.

**COMPRATORE A RATE**

Uno che ordina beni o servizi e li paga in due o più pagamenti periodici dopo la loro consegna.

**COMPRATORE DA CATALOGO**

Una persona che ha comprato prodotti o servizi da un catalogo.

**COMPRATORE IN CONTANTI**

Un acquirente che include all'ordine il pagamento.

**COMPRATORE DI ALTO SCONTRINO**

Acquirenti che hanno comprato articoli cari per posta.

**COMPRATORE DI LISTA (MAILER)**

Tecnicamente, questo termine va applicato solo a chi acquista realmente gli elenchi di indirizzi. In pratica, tuttavia, è usato comunemente per identificare uno che ordina elenchi di indirizzi per uso una-tantum; un utente di elenco o 'mailer'.

**COMPRATORE DI OMAGGIO**

Uno che acquista un prodotto o servizio per un altro.

**COMPRATORE MULTIPLO**

Uno che ha comprato due o più volte (non chi ha comprato due o più articoli, una volta sola); anche Multi-Acquirente o Riacquirente.

**COMPRATORE SU CAMPIONE**

Chi manda a prendere un campione di prodotto, in genere a prezzo speciale o per un piccolo prezzo di spedizione, ma qualche volta gratuito.

**COMPRATORE SU PROVA**

Chi compra una fornitura di breve periodo di un prodotto, o acquista il prodotto con l'avvertenza che esso potrà essere esaminato, usato o provato per un certo periodo prima di decidere se pagarlo o restituirlo.

**COMPRATORE UNA-TANTUM**

Un compratore che non ha ordinato una seconda volta da una certa società.

**COMPRATORE VIA ORDINE POSTALE**

Uno che offre, e paga, un prodotto o servizio mediante ordine postale. (In genere, un ordine telefonato in seguito ad una pubblicità per risposta diretta è considerato un sostituto immediato di un ordine inviato tramite canali postali).

**COMPUTER**

Elaboratore di dati che può realizzare dei calcoli sostanziali senza intervento umano.

**COMPUTER, LETTERA**

Messaggio stampato al computer che fornisce informazioni compilate personalizzate da un file sorgente in posizioni prestabilite. Può anche essere una lettera completamente stampata con inserzioni personalizzate.

**COMPUTER, PERSONALIZZAZIONE**

Stampa di lettere o di altri elementi promozionali da un computer che usa nomi, indirizzi, frasi speciali, o altre informazioni basate su dati che appaiono in uno o più record del computer. L'obiettivo è di usare l'informazione nel record del computer per definire il messaggio promozionale per uno specifico individuo.

**COMPUTER, PROGRAMMA**

Serie di istruzioni o dimostrazioni preparate per raggiungere un certo risultato.

**COMPUTER, RECORD**

Tutta l'informazione su un individuo, ditta, o transazione immagazzinata in uno specifico nastro o disco magnetico.

**C.P.I. (Cost per inquiry)**

Formula aritmetica derivata dalla divisione del costo totale di un 'mailing' o di un'inserzione per il numero di richieste ricevute.

**C.P.M. (Cost per thousand)**

Si riferisce al costo totale per mille pezzi di 'direct mail' impostati.

**C.P.O. (Cost per order)**

Simile al C.P.I. ma basato sugli ordini effettivi piuttosto che sulle richieste.

**C.P.O. NETTO**

Misurazione finale del Costo Per Ordine che include i risultati finali della promozione e deduce tutti i rimborsi e le restituzioni.

**C.T.O. (Contribution to overhead)**

Contribuzione alle spese generali (profitto).

**CONTEGGIO**

Numero totale di invii postali.

**CONTEGGIO FONTE**

Il numero di nominativi e indirizzi, in ogni dato elenco, per i mezzi (o fonti dell'elenco) da cui i nomi e indirizzi sono stati ricavati.

**CONTO APERTO**

Un record cliente che, ad una data specifica, compensa un conto non pagato per beni e servizi ordinati, senza intento di frode.

**CONTRATTO SUL NOMINATIVO NETTO**

Un accordo, al momento dell'ordine o precedente, per cui il titolare dell'elenco pattuisce di accettare un pagamento rettificato per meno dei nominativi totali spediti all'utente dell'elenco. Tali accordi possono basarsi su una percentuale dei nomi consegnati o dei nomi realmente utilizzati (qualunque sia il più grande) oppure soltanto per i nomi realmente impostati (senza limitazione percentuale).

**CONVERSIONE**

(1) Processo di cambiamento da un metodo di elaborazione dati ad un altro, o da un sistema ad un altro. Sinonimo di Riformattazione (v.).

(2) Accertare una specifica azione come un acquisto o un contributo da un nome su una 'mailing list' o come risultato di una richiesta.

**CO-OP MAILING**

Un 'mailing' di due o più offerte incluse nella stessa busta o altro corriere, con ognuno dei partecipanti che ripartisce i costi del 'mailing' secondo una certa formula prestabilita.

**CORNER CARD**

L'indirizzo e il nome (ditta) di restituzione sulla busta esterna.

**COSTO DI ESERCIZIO**

Il prezzo che un titolare di lista ricarica per i nominativi eseguiti o passati, ma non usati da un certo utente. Quando questo prezzo viene praticato, di solito è per coprire costi extra di elaborazione. Tuttavia, alcuni titolari di elenchi fissano il prezzo senza riguardo al costo effettivo.

**COUPON**

Parte di un mezzo di promozione pubblicitaria che deve essere compilata dal richiedente o cliente e rimandata alla ditta pubblicizzata.

**fine parte I**