

DIZIONARIO DI DIRECT MARKETING (D-Of)**D****DATABASE**

Un insieme di elenchi con interesse comune, combinati in un elenco master, con eliminazione dei duplicati.

DATA DI CONSEGNA

La data in cui un utilizzatore di elenco o un suo rappresentante designato riceve uno specifico elenco da un titolare di elenco.

DATA DI SCADENZA

Data in cui un abbonamento scade.

DATA INVIO POSTALE

Data in cui un utente di elenco, in base a un accordo precedente con il titolare dell'elenco, si è impegnato a spedire un dato elenco.

DATE DI IMPOSTAZIONE ASSEGNATE

Le date in cui un utilizzatore di liste ha l'obbligo di inviare la posta ad un elenco precisato. Nessun'altra data è accettabile senza approvazione specifica del titolare dell'elenco.

DEADBEAT

Tr. Scroccone. Chi ha ordinato un prodotto o servizio e, senza nessun motivo, non lo ha pagato.

DEMOGRAFICHE

Caratteristiche socio-economiche che riguardano un'unità geografica (paese, città, codice postale, gruppo di famiglie, educazione, etnia, livello di reddito, etc.).

DENSITA' DI REGISTRAZIONE

Il numero di bit d'informazione (byte) che possono essere inclusi in ogni pollice di un specifico nastro magnetico - es. 556 BPI, 800 BPI, 1600 BPI, etc. BPI sta per 'byte per inch'.

DIRECT MAIL, PUBBLICITA'

Ogni sforzo promozionale che utilizza il servizio postale, o altro servizio di consegna diretta, per la distribuzione del messaggio pubblicitario.

DIRECT RESPONSE, PUBBLICITA'

Pubblicità, tramite qualsiasi mezzo, designata per generare una risposta in qualsiasi modo (quale posta, telefono, o e-mail) che sia misurabile.

DIRITTO DI RIPRODUZIONE

Autorizzazione da parte di un titolare di elenco ad uno specifico utente per usare quell'elenco su base una-tantum.

DISTRIBUIBILITA'

La proporzione di un elenco che si può distribuire per posta.

DMARKS

Una disciplina di gestione totale che integra i sistemi di risposta e 'Direct Marketing' con le telecomunicazioni attraverso cui un cliente indirizza un messaggio specifico, con un certo obiettivo di ritorno sull'investimento, ad una audience mirata al fine di generare e soddisfare una risposta dal mercato di interesse. (DMARKS = Direct Marketing and Response Systems).

DONATORE

Persona che ha offerto denaro per una causa caritatevole o politica: un ELENCO di DONATORI è una lista di persone che hanno finanziato una causa specifica.

DUMMY

(1) Un mock-up che offre un'anteprima di un elemento stampato, mostrando disposizione e natura del materiale da stampare.

(2) Nome fittizio con indirizzo postale inserito in una 'mailing list' per controllare l'uso dell'elenco.

DUPLICAZIONE

Apparizione di entità identiche o molto simili più di una volta.

DUPLICAZIONE CONTROLLATA

Un metodo con cui nomi e indirizzi da due o più elenchi sono combinati (in genere dal computer) al fine di eliminare o limitare un invio extra allo stesso nome e indirizzo.

DUPLICAZIONE, ELIMINAZIONE

Una particolare specie di duplicazione controllata che determina che, indipendentemente da quante volte un nome o indirizzo è in un elenco, e quanti elenchi contengono quel nome e indirizzo, sarà accettato per il 'mailing' soltanto una volta da quel mittente.

E**EDITORIALE**

Ogni contenuto in una pubblicazione che non è pubblicità: usato anche per riferirsi a testo di 'soft sell' in una promozione.

ELENCO, AFFITTO

Un accordo in cui un titolare di elenco fornisce nomi ad un utente, insieme col privilegio di usare l'elenco soltanto su base una-tantum (anche se altrimenti specificato in anticipo). Per questo privilegio, il titolare di elenco riceve una royalty (v.) dall'utilizzatore.

(In realtà 'Riproduzione' e 'Impiego' dell'elenco descrivono più accuratamente la transazione, in quanto 'Affitto' non viene qui adoperato nel senso del suo significato abituale di proprietà in affitto).

ELENCO, CAMPIONE

Un gruppo di nomi selezionato da un elenco per valutare la rispondenza di quell'elenco.

ELENCO COMPILATO

Nomi e indirizzi derivati da elenchi, giornali, registri pubblici, scontrini di vendite al dettaglio, registrazioni di fiere combeniali, etc., per identificare gruppi di persone con qualcosa in comune.

ELENCO, COMPILATORE

Uno che sviluppa liste di nomi e indirizzi da elenchi, giornali, registri pubblici, tagliandi di vendita, registrazioni di fiere, e altre fonti per identificare gruppi di persone o società con qualcosa in comune.

ELENCO CONSUMATORI

Un elenco di nomi (di solito indirizzi di abitazioni) compilato, o risultante, da una attività simile di richiesta o di acquisto

che indica un interesse generale o specifico di acquisto.

ELENCO DI RACCOLTA FONDI

Ogni compilazione o elenco di individui o imprese basato su una contribuzione conosciuta per uno o più appelli di raccolta fondi.

ELENCO IN AFFITTO

Un elenco di indirizzi di proprietà di un'altra società che permette all'utente ('mailer') di acquistare in affitto uno specifico numero di nominativi per un uso una-tantum.

ELENCO, MANAGER

Uno che, come dipendente di un titolare di elenco o come agente esterno, è responsabile dell'uso, da parte di altri, di una specifica 'mailing list'. Il manager di solito serve il titolare dell'elenco in diverse o tutte queste competenze: mantenimento dell'elenco, promozione e marketing, pulizia e aggiornamento, acquisizione per uso dell'elenco da parte di altri.

ELENCO, MANTENIMENTO

Ogni sistema manuale, meccanico o elettronico per tenere aggiornati record nome/indirizzo (con o senza dati ulteriori) ad ogni specifico momento di tempo.

ELENCO, ORDINE

Procedimento di porre un elenco in sequenza determinata o in altra sequenza o in nessun ordine.

ELENCO PROPRIO

Ogni elenco di nominativi posseduto da una società come risultato di compilazione, richiesta o azione del compratore, o acquisizione, che è usato per promuovere prodotti o servizi di quella società.

ELENCO PROPRIO, DUPLICATO

Duplicazione di record nome-e-indirizzo tra gli elenchi dell'utente e ogni elenco che egli sta spedendo in seguito ad un contratto d'uso una-tantum.

ELENCO, PULIZIA

Il processo di correzione e/o rimozione di un nome e/o indirizzo da una 'mailing list' perché non più corretto. Termine anche impiegato per l'identificazione ed eliminazione della duplicazione da elenco proprio.

ELENCO RESIDENTI

Mailing list di soli indirizzi spesso con la parola 'residente' od 'occupante' inserita nella prima riga: ampiamente utilizzata per consegnare campioni di prodotti molto comuni, di largo consumo come pure nelle promozioni locali di supermercati etc.

ELENCO, ROYALTY

Pagamento ai titolari di elenchi per il privilegio di usare i loro nomi su base una-tantum.

ELENCO, SCAMBIO

Un accordo di baratto tra due imprese per l'uso di elenchi di indirizzi. Può essere: elenco per elenco; elenco per spazio; o elenco per valore equivalente - oltre che denaro.

ELENCO, SELEZIONE

Caratteristiche usate per definire gruppi più piccoli dentro a una lista di nomi (elenchi dentro un elenco). Sebbene essi siano ridotti, la selezione di gruppi può essere molto desiderabile e può in sostanza accrescere le risposte; costi in aumento, tuttavia, spesso li rendono non praticabili.

ELENCO TELEFONICO

Elenco di chiamate compilato a partire dai nominativi disponibili nelle guide telefoniche.

ELENCO, TEST

Parte di una lista selezionata per provare a determinare l'efficacia della lista intera.

ELENCO, TITOLARE

Uno che, per attività promozionale o compilazione, ha sviluppato un elenco di nominativi che hanno qualcosa in comune; ovvero uno che ha acquistato (in opposizione ad aver affittato, riprodotto, usato su base una-tantum) un tale elenco da uno sviluppatore.

ELENCO, UTENTE

Uno che usa nomi e indirizzi su un elenco di qualcun altro come contatti per prodotto o servizio dell'utente.

ELIMINAZIONE

Distruggere un record da un file.

ESECUZIONE

(1) Tutte le attività di 'mailing' eseguite dopo che mezzi stampati e dati della 'mailing list' sono consegnati al piano di servizio postale.
(2) Il trattamento materiale di un ordine, di una richiesta di informazione, di un premio, di un rimborso.

ETICHETTA (1)

Carta speciale --in rotoli, ripiegata, a fisarmonica-- usata per riprodurre nomi ed indirizzi per essere applicati meccanicamente, uno alla volta, sui mezzi postali.

ETICHETTA (2)

Pezzo di carta contenente il nome e indirizzo del destinatario che viene applicata alla spedizione per scopi di indirizzo.

EX COMPRATORE

Uno che ha comprato una o più volte da una ditta ma senza acquistare negli ultimi 12 mesi.

F**FILE, MANTENIMENTO**

L'attività di tenere aggiornato un file con aggiunta, modifica o distruzione di dati (tutti o in parte).

FILE MASTER

File che è di natura permanente o stimato in un certo lavoro come primario, o uno che contiene tutti i sub-file.

FILE, SEQUENZA

La sequenza (alfabetica, codice postale) in cui un elenco di nomi viene conservato.

FREQUENZA

Il numero di volte in cui un individuo ha ordinato entro uno

specifico periodo di tempo. (vedi VALORE MONETARIO e RECENZEZZA).

FRIEND-GET-A-FRIEND

Una promozione particolare designata per permettere ai clienti correnti di vendere il prodotto o servizio ai loro amici. (Anche detta MEMBER-GET-A-MEMBER).

FRONT END

Attività necessaria, o la misurazione delle attività di 'direct marketing', che conduce a un ordine o a un contributo.

FUNZIONE LAVORATIVA

- (1) Il titolo descrittivo di un dirigente ad un indirizzo commerciale.
- (2) Il titolo aggiunto ad un indirizzo commerciale a 3-linee per fare pervenire il mezzo postale ad una data funzione.

G**GARANZIA**

Un impegno di soddisfazione fatto dal venditore al compratore e con la specificazione delle condizioni per cui il venditore farà valere il suo impegno.

GEOGRAFICO

Ogni metodo di suddividere un elenco, basato su suddivisioni geografiche o politiche.

GIMMICK

Iniziativa per attirare attenzione, di tipo dimensionale, inserita su un mezzo stampato di 'direct mail'.

H**HALF-LIFE**

Una formula per prevedere la risposta totale da aspettarsi da un'operazione di risposta diretta subito dopo che le prime risposte sono arrivate.

HOT-LINE LIST

I nomi più recenti disponibili in un certo elenco, di solito non più vecchi di tre mesi. In ogni caso l'uso di terminologia 'hot-line' dovrebbe essere poi modificato con 'settimanale', 'mensile' etc.

I**INCENTIVO**

Un articolo con un valore percepito che viene offerto per indurre e incoraggiare un'azione.

INCHIOSTRO PROFUMATO

Inchiostro di stampa a cui è stata aggiunta una fragranza.

INDIRIZZARIO

Processo di stampa di nomi e di indirizzi sulle etichette e/o su elementi postali.

INSERTO

Un articolo inserito in un altro articolo - es. una card inserita in una rivista o una promozione separata inserita in un giornale o un'operazione promozionale inserita in una spedizione postale.

INSERTO LIBERO

Un elemento promozionale inserito o annidato liberamente in un giornale o in una rivista.

INSERZIONE

Riquadro pubblicitario sistemato in altri media -es. giornali, pacchetti di prodotti, 'mailing' di altri prodotti, etc.

INTER-LISTA

Duplicazione di record nome/indirizzo tra due o più elenchi, oltre gli elenchi domestici, che siano spediti da un utente.

INTRA-LISTA

Duplicazione di record nome/indirizzo dentro a un certo elenco.

K**KEY (Chiave)**

Uno o più caratteri entro un gruppo di dati che possono essere usati per identificarlo o controllarne l'uso.

KEY CODE (Codice chiave)

Un gruppo di lettere e/o numeri, colori, o altri marcatori, usati per misurare efficacia specifica di mezzi, elenchi, messaggi pubblicitari, offerte, etc., o qualsiasi parte di essi.

L**LAYOUT**

(1) Bozzetto artistico che mostra il posizionamento relativo di illustrazioni, titoli e testo.

(2) Posizionare il materiale del soggetto su un foglio di stampa per conseguire una produzione più efficiente.

LAYOUT COMPRENSIVO

Layout dettagliato e completo di una promozione.

LETTERA AL LASER

Lettera stampata da sistemi computerizzati di immagine ad alta velocità.

LETTERA DELL'EDITORE

Una seconda lettera inclusa in un pacchetto di 'mailing' per sottolineare uno specifico argomento di vendita.

LETTERA INTESATA

La stampa su una lettera che identifica il mittente.

LETTERA MEMO

Un elemento separato, aggiunto ai 'mailing' convenzionali, che chiede al lettore di riconsiderare un'altra volta ancora l'offerta.

LETTERSHP

Un'organizzazione commerciale che gestisce le operazioni di dettaglio del 'mailing' come stampe, etichettature, raggruppamenti, etc. Molti 'lettershop' offrono macchine di stampa e alcuni un certo grado di servizi creativi di 'direct mail'.

LOAD UP (Caricamento)

Procedura di offerta ad un compratore di un'intera serie dopo che il cliente ha acquistato il primo articolo di quella serie.

M**MAILER**

- (1) Inserzionista di 'direct mail' che promuove un prodotto o servizio usando elenchi di altri o elenchi propri o entrambi.
- (2) Elemento pubblicitario stampato di 'direct mail'.
- (3) Un cartone ripiegato, una copertina o un tubo usato per proteggere materiali nelle poste.

MACCHINA POSTALE

Una macchina che applica etichette a unità postali e prepara anche tali unità per deposito presso il sistema postale.

MAILGRAM

Una combinazione telegramma-lettera con il telegramma trasmesso ad una base postale vicino al destinatario e quindi consegnato come posta prioritaria.

MAILING LIST (Elenco di indirizzi)

Nomi ed indirizzi di individui e/o imprese che hanno in comune un determinato interesse, caratteristiche o attività.

MAIL SU CARTOLINA POSTALE

Opuscolo che contiene cartoline postali di risposta che sono perforate singolarmente per un ritorno selettivo, per ordinare prodotti o ricevere informazioni.

MATCH

Termine del 'direct mail' usato per riferirsi alla digitazione di indirizzi, saluti o inserti nelle lettere con altro testo stampato da un processo di stampa.

MATCH, CODICE

Un codice determinato o dal creatore o dall'utente di un file per combinarlo a record contenuti in altro file.

MECCANISMI DI AZIONE

Articoli e tecniche usati in un 'mailing' per avviare la risposta desiderata.

MEMBRO ATTIVO

Ogni membro (iscritto) che sta adempiendo al contratto originale o che l'ha adempiuto e ha fatto uno o più acquisti negli ultimi dodici mesi.

MERGE/PURGE

Speciale procedura che mischia due o più elenchi in una singola unità e poi 'purga' l'elenco master di tutte le duplicazioni.

MESSA IN ONDA

Inserzione pubblicitaria su radio o tv. (Anche usata dagli artisti per riferirsi alla quantità di spazio vuoto in un'inserzione.)

MEZZI DI TRASMISSIONE

Una fonte di risposta diretta che include radio, televisione, tv via cavo e internet.

MODULO CONTINUO

Moduli di carta disegnati per stampa al computer che sono piegati, e qualche volta perforati, a intervalli verticali predeterminati. possono essere lettere, fatture, buoni,

etichette etc.

MODULO D'ORDINE

Un modulo stampato su cui un cliente può fornire le informazioni per inviare un ordine via posta. Disegnato per essere spedito in una busta.

N**NASTRO MAGNETICO**

Supporto di immagazzinamento per registrazione e riproduzione elettronica, con uso del computer, definita bit (da 'binary digit') di dati.

NIXIE

Unità di posta ritornata ad un 'mailer' (sotto propria autorizzazione) dal servizio postale a causa di non corretto, o non consegnabile, nome e indirizzo.

N/mo NOME, SELEZIONE

Unità frazionale che viene ripetuta campionando una 'mailing list'. Per es., in un campione 'ogni dieci', verrà selezionato il 1°, 11°, 21°, 31° etc. dei record - oppure il 2°, 12°, 22°, 32°, etc. dei record e così via.

NOME - NOMINATIVO

Singola iscrizione in una 'mailing list'.

NOME, ACQUISIZIONE

Tecnica di sollecitazione di risposta per ottenere nomi e indirizzi per una 'mailing list'.

NOMI UNICI

Nomi che appaiono su un solo elenco, dopo che una processo di fusione e pulizia è stato completato.

NO-PAY

Chi non ha pagato (tutto o in parte) per beni o servizi ordinati. 'Scroccone' e 'Delinquente' sono usati per descrivere la stessa persona.

O**OCR (Optional Character Recognition)**

Identificazione macchina di caratteri stampati mediante uso di apparecchi sensibili alla luce.

OFFERTA

Le condizioni per promuovere un certo prodotto o servizio.

OFFERTA ESSENZIALE

Un'offerta che conclude una vendita in modo possibilmente concreto con pochi incentivi extra per l'ordinazione.

fine parte II