

DIZIONARIO DI DIRECT MARKETING (Op-Z)**OPZIONE NEGATIVA**

Un piano di acquisto in cui un cliente o socio di club concorda di accettare e pagare per prodotti o servizi annunciati in anticipo a regolari intervalli, a meno che l'individuo notifici alla società, entro un periodo di tempo ragionevole dall'annuncio, di non spedire la merce.

OPZIONE POSITIVA

Un metodo di distribuire prodotti e servizi che incorpora la stessa tecnica di annuncio anticipato dell'Opzione Negativa (v.), ma richiedendo un ordine specifico ogni volta dall'abbonato o iscritto. In genere, è più costosa e meno prevedibile dell'O.N..

P**PACKAGE**

Termine usato per descrivere tutti gli allegati assemblati per un'operazione di 'mailing'.

PACKAGE, INSERTO

Ogni elemento promozionale incluso in una spedizione di prodotto. Può essere relativo a prodotti differenti (o ricambi o sostitutivi) della stessa società o a prodotti e servizi di altre ditte.

PACKAGE, TEST

Test di parte o di tutti gli elementi di un'unità di 'mailing' rispetto ad un'altra.

PEEL-OFF (Etichetta)

Etichetta auto-adesiva applicata sul foglio di appoggio che è allegato ad un'unità di 'mailing'. L'etichetta è destinata ad essere rimossa dall'unità postale e applicata ad un ordine in bianco o cartolina d'ordine.

PENETRAZIONE

Rapporto tra il numero di individui o famiglie su un certo elenco (per provincia, C.A.P., S.I.C. etc.) e il numero totale disponibile.

PERSONALIZZAZIONE

Caratterizzazione individuale di unità di 'direct mail' con aggiunta del nome o di altra informazione personale circa il destinatario.

PIGGY-BACK

Tr. 'Sulle spalle'. Un'offerta che carica una prova gratuita su altra offerta.

PIRAMIDALE

Un metodo di testare un elenco di indirizzi, in cui uno parte con una piccola quantità e, sulla base di indicazioni positive, prosegue con crescenti, più grandi quantità del resto dell'elenco fino a che l'intero elenco è spedito.

POLY BAG

Sacchetto di polietilene usato invece di busta.

POP-UP

Un elemento stampato che contiene una costruzione di carta incollata dentro a una piegatura e che, quando si apre la piega, 'si alza (pop-up)' per formare un'illustrazione tridimensionale.

POSTA ANONIMA

Posta in arrivo che non è nella forma emessa dall'inserzionista o attribuibile ad una promozione specifica.

POSTA CELERE

Servizio di corriere espresso di Poste Italiane per spedizioni urgenti di pacchi e buste in Italia e nel mondo, in genere con consegna a domicilio entro il giorno successivo in Italia (tranne i giorni festivi); entro 1-3 giorni in Europa (servizio Quick Pack Europe); entro 2-5 giorni nel resto del mondo (servizio EMS).

POSTA PRIVATA

Posta trattata con sistemazione speciale al di fuori del servizio postale.

PREMIUM (Premio)

Un articolo offerto ad un compratore, di solito gratis o a prezzo nominale, come un'induzione all'acquisto o all'ottenimento in prova di un prodotto o servizio offerto via ordine postale.

PREMIUM, COMPRATORE

Chi compra un prodotto o servizio per riceverne un altro (di solito gratis o a prezzo speciale), o chi risponde ad un'offerta di un prodotto speciale (premium) su pacchetto o etichetta (o qualcosa nella pubblicità) di altro prodotto.

PRE-STAMPA

Un inserto di pubblicità stampato in anticipo e fornito ad un giornale o una rivista per inserzione.

PRIMA DI COPERTINA

La copertina frontale di una rivista.

PROGRAMMA

Una sequenza di azioni da eseguire da parte di un computer per risolvere un dato problema o archiviare un certo risultato.

PROGRAMMA DI CONTINUITÀ

Prodotti o servizi acquistati come una serie di piccoli acquisti, piuttosto che tutti in una sola volta. In genere basato su un tema comune e spedito a intervalli di tempo regolari o specifici.

PROGRAMMAZIONE

Disegno, scrittura e verifica di un programma.

PROSPECT

Un nominativo in un elenco di indirizzi considerato per essere un compratore potenziale per un dato prodotto o servizio ma che non ha fatto in precedenza un simile acquisto.

PROSPECTING

'Mailing' per ottenere vantaggi per ulteriori contatti di vendita piuttosto che per fare vendite dirette.

PROTEZIONE

L'ammontare di tempo, prima e dopo la data fissata del 'mailing', in cui un titolare di elenco non permette che gli stessi nominativi siano utilizzati da nessun altro se non dal

'mailer' autorizzato per quella certa data.

PSICOGRAFICHE

Ogni caratteristica o qualità usata per delineare gli stili di vita o gli atteggiamenti di clienti e clienti potenziali.

PUBBLICITA' DIRETTA INDIRIZZATA

Comunicazioni commerciali identiche per testo e grafica, destinate ad una serie di indirizzi. Ad esempio: dépliant, brochure, inviti, programmi, etc. Le Poste Italiane prevedono 'la tariffa intera in abbonamento postale', che dipende da peso (0-50 g, 51-100 g, 101-250g etc.) e numero delle unità postali (da 10K fino a 100K, da 100K a 200K, oltre 200K), e dall'area geografica di destinazione (città, fuori città).

PUBBLICITA' DIRETTA NON INDIRIZZATA

Comunicazioni pubblicitarie e/o campioni di merce da distribuire indistintamente a tutti i recapiti di una o più zone (C.A.P.). Non devono recare alcun indirizzo e si possono recapitare solo alle famiglie oppure solo agli operatori economici (imprese, negozi) di una certa zona. Le Poste Italiane prevedono sconti quantità (oltre i 50.000 pezzi) e convenzioni particolari in base a pesi e quantità degli invii.

PULITO

Condizione di un elenco che è stato mantenuto aggiornato con la cancellazione delle persone che si sono trasferite o decedute e con il cambiamento degli indirizzi di altre che si sono trasferite.

PULIZIA

Il processo di correzione e/o di rimozione di un nome e indirizzo da una 'mailing list' perché non è più corretta o perché l'elenco deve essere spostato da una categoria a un'altra.

PURGE

Il processo di eliminazione dei duplicati e/o dei nomi e indirizzi non desiderati da uno o più elenchi.

Q**QUADRICROMIA**

Una promozione che è a colori.

QUALIFIED LEADS

Individui che hanno fatto richiesta per un prodotto o servizio al fine di intraprendere qualche forma di azione positiva, indicando un interesse genuino piuttosto che una semplice curiosità.

QUARTA DI COPERTINA

La retro-pagina di una rivista.

QUESTIONARIO

Un modulo stampato per una ben precisata audience, per sollecitarne risposte su specifiche domande.

R**RANDOM, ACCESSO**

Una modalità di accesso in cui record sono ottenuti, o posti dentro, un file di deposito di massa in maniera non sequenziale, così che ogni record possa essere rapidamente accessibile. Sinonimo di Accesso Diretto.

RECENZEZZA

L'ultimo acquisto o altra attività registrata per un individuo o società su una certa lista di clientela. (Vedi Frequenza e Valore monetario).

RECORD MAGNETICO

Tutte le informazioni su un individuo o una società contenute su uno specifico nastro magnetico ('tape').

REGOLE REDAZIONALI

Regole specifiche usate nella preparazione di nomi e record di indirizzi che trattano tutti gli elementi allo stesso modo in ogni momento. Anche, regole di sistemazione, cancellazione, selezione, o inserimento di tutti i dati, simboli e/o caratteri occorrenti.

REGRESSIONE MULTIPLA

Tecnica statistica impiegata per misurare la relazione tra risposte ad un 'mailing' con demografiche e caratteristiche dell'elenco di uno o più elenchi di indirizzi selezionati.

RFMR

Acronimo di RECENCY - FREQUENCY - MONETARY VALUE RATIO, una formula usata per valutare il potenziale di vendite dei nominativi di un elenco di indirizzi.

RICHIESTA

Uno che ha richiesto materiale o altre informazioni circa un prodotto o servizio. Anche se diversamente dichiarato, si assume che nessun pagamento sia stato effettuato per il materiale o l'informazione richiesti. (Nota: una richiesta di catalogo è considerata in genere un tipo particolare di richiesta).

RICHIESTA CATALOGO

Chi manda a richiedere un catalogo (compratore in prospettiva). Il catalogo può essere gratuito, ci può essere un costo nominale per invio e preparazione, oppure c'è un più sostanziale costo che viene spesso restituito o accreditato al primo ordine.

RICHIESTA DI RESTITUZIONE

Un'indicazione che un utente ricompenserà il servizio postale per la restituzione di un'unità postale non consegnabile.

RIEMPI BUSTA

Ogni materiale pubblicitario o promozionale incluso in una busta con lettere, dichiarazioni o fatture commerciali.

RIFORMATTAZIONE

Cambiare un formato di nastro magnetico da un tipo ad un altro, più usabile. Sinonimo di Conversione.

RINNOVO

Un abbonamento che è stato rinnovato prima o al momento della scadenza o entro sei mesi da allora in poi.

RINNOVO ANTICIPATO

Rinnovare un abbonamento prima della scadenza o di una serie di rinnovi standard.

RITAGLIO

Una pagina tagliata da una rivista o un giornale e inviata

all'Inserzionista per mostrargli la sua pubblicità.

RITORNI

Risposte ad un programma di Direct mail.

ROLLOUT

Spedire la restante porzione di un elenco di indirizzi dopo averne testato con successo una porzione.

R.O.P. (RUN OF PAPER)

In genere si riferisce alla stampa a colori che può essere posizionata su qualsiasi pagina di un giornale o rivista.

ROYALTY

Somma pagata per unità spedita o venduta per l'utilizzo di un elenco, imprimatur, brevetto, etc.

RUN

La dimensione totale di un lavoro stampa per elemento promozionale.

S**SALATURA (o SEMINA)**

Sistemare deliberatamente dei nomi aggiuntivi in un elenco per tenerne traccia e controllarne l'uso e la consegna.

SCAMBIO

Un accordo in cui un mittente che possiede un elenco ottiene un'altra mailing list per promozione scambiando un certo numero di nomi nel suo elenco con un certo numero di nomi nell'altro elenco.

SCADENZA

Un abbonamento che non è rinnovato.

SCADUTO

Un ex cliente non più un acquirente attivo.

SCANNER OTTICO

Meccanismo di input che legge in modo ottico una linea di caratteri stampati e converte ogni carattere nel suo equivalente elettronico per elaborazione.

SCARICO

Un tabulato di dati su nastro magnetico da editare e controllare per correttezza, leggibilità, consistenza, etc.

SELEZIONE, CRITERI DI

Definizione di caratteristiche che identificano segmenti o sotto-gruppi dentro ad un elenco.

SELF-COVER

Una copertina della stessa carta delle pagine di testo interne.

SELF-MAILER

Un'unità di Direct mail spedita senza una busta.

SEPARAZIONE COLORE

Per stampare a colori, ogni singolo colore deve essere separato dagli altri e riprodotto su una tavola (ci sono di solito 4 tavole-colore per rosso, giallo, blu e nero che formano tutti gli altri colori). I clienti visionano la PROVA COLORE che è un riscontro a colore completo di come

apparirà il soggetto stampato, o la PROVA PROGRESSIVA per vedere come risulta ogni tavola singola (cioè individuando precisamente dove il risultato finale è stato sbagliato).

S.I.C. (Standard Industrial Code)

Classificazione delle imprese.

SOFTWARE

Un insieme di programmi, procedure e documentazione associata che riguarda le operazioni di un sistema di elaborazioni dati.

SOLO MAILING

Un 'mailing' che promuove un prodotto singolo o un gruppo limitato di prodotti collegati. Di norma consiste di lettera, brochure e meccanismo di risposta inclusi in una busta.

SPLIT TEST

Due o più campioni dalla stessa lista di indirizzi - ognuno considerato come rappresentativo dell'elenco intero - usati per testare il pacchetto o per verificare l'omogeneità della lista.

STEP UP

L'uso di premi speciali per ottenere che un compratore da ordine postale aumenti la sua unità di acquisto.

STORYBOARDS

Disegni che illustrano le inquadrature o sequenze in una pubblicità televisiva con testo incluso in cornici, mostrato di sotto.

T**TABLOID**

Un inserto pubblicitario pre-stampato di quattro o più pagine, che misura in genere circa la metà di una normale pagina di giornale, disegnato per inserimento dentro al giornale.

TAGLIANDO

Un meccanismo di coinvolgimento, che spesso consiste di una parte perforata di una cartolina d'ordine, disegnato per essere rimosso dalla sua posizione originale e posto in altra area designata sulla cartolina d'ordine, per mostrare un desiderio di acquisto del prodotto o servizio offerto.

TALLONCINO

Un pezzo di un modulo d'ordine che viene rimosso grazie ad una precedente perforazione per restituirlo via posta.

TAPE LAYOUT

Una semplice mappa dei dati inclusi in ogni record e la loro posizione relativa o specifica.

TASSO DI RISPOSTA

Percentuale di risposte derivanti da 'mailing'.

TEASER

Tr. 'Stuzzichino'. Testo o anche un'intera pubblicità disegnata per allettare un acquirente e stimolare la curiosità piuttosto che chiudere una vendita; nel 'direct marketing', si usa in primis sulla busta per stimolare il lettore ad aprirla.

TEASER - TESTO

Testo sulla busta in partenza per indurre il lettore ad aprire la busta e leggere il contenuto.

TELECOMUNICAZIONI

Trasmissione dati tra un sistema di computer e congegni remoti via una unità che assicura la necessaria conversione di formato e controlla il tasso di trasmissione su linee telefoniche, micro-onde, etc.

TEMPO DI MESSA IN ONDA

L'esatto periodo di tempo in cui apparirà uno spot radiofonico o televisivo.

TERMINALE

Ogni meccanismo che può trasmettere e/o ricevere dati per mezzo di un network/sistema di telecomunicazioni.

TEST DOPPIO

Un 'mailing' ad una parte dell'elenco seguito da un secondo 'mailing' ad un'altra parte dello stesso elenco per verificare i risultati della prima parte.

TEST PANEL

Termine usato per identificare ognuna delle parti o campioni in un 'split test' (v.).

THUMBNAILS

Disegni essenziali o bozzetti in formato ridotto di una campagna di 'direct marketing' proposta.

TIE-IN

Operazione di 'mailing' cooperativo tra due o più inserzionisti.

TIME SHARING

Utilizzazione multipla del tempo disponibile di un computer, spesso via terminale, in genere suddivisa tra più organizzazioni.

TIP-ON

Un elemento incollato su pagina stampata.

TITOLO

Una designazione prima (prefisso) o dopo (suffisso) un nome per identificare in modo più accurato una persona. (Prefissi - Sig., Dr., Prof., etc.; Suffissi Presidente, Responsabile Acquisti, etc.).

TRAFFIC BUILDER

Un elemento del 'direct mail' che intende in primo luogo attrarre i riceventi verso la sede di impresa del 'mailer'.

TWO-STEP

Una promozione che trae un responso iniziale dal 'prospect' che deve poi essere seguito fino alla chiusura della vendita. Esempio: un programma di studio a domicilio che offre un test attitudinale gratuito come prima fase ('step') e una telefonata di vendita per valutare il test stesso o chiudere la vendita come seconda fase.

U**UNITA' DI CONSEGNA**

- (1) Ufficio postale.
- (2) Deposito di corriere postale.

UNITA' DI CONSEGNA LOCALE

Gli ultimi tre numeri del codice postale (o l'intero codice) che guida la posta ad uno specifico indirizzo.

UNITA' DI VENDITA

Descrizione dell'ammontare medio di denaro speso dai clienti di una 'mailing' list'.

UNIVERSO

Numero totale di individui che possono essere inclusi in un elenco di indirizzi; tutti quelli che rispondono a un singolo insieme di specificazioni.

UNIVERSO, CONTEGGIO

Il numero totale di nominativi in una lista.

UP FRONT

Tr. 'Anticipo'. Assicurare il pagamento per un prodotto offerto a mezzo di ordine postale prima che il prodotto sia inviato.

USO DI ELENCO UNA-TANTUM

Parte intrinseca al normale contratto di uso, riproduzione, o scambio di un elenco in cui è chiarito che l'utente non userà i nomi disponibili sull'elenco più di una volta senza una specifica approvazione preliminare del titolare dell'elenco.

UTILIZZO PRECEDENTE

La porzione di un elenco di indirizzi usata di recente dai 'mailer'. Questi nominativi non sono in genere inclusi nell'elenco con altri nominativi su una 'mailing list', in quanto si ritiene meno probabile che essi rispondano alla nuova offerta.

V**VALORE MONETARIO**

Spese totali di un cliente durante un determinato periodo di tempo, in genere dodici mesi.

VERIFICA

Il processo di determinazione della validità di un ordine tramite invio di un questionario al cliente.

VOLANTINO

Un'unità di pubblicità o promozione intesa a diffondersi per distribuzione gratuita. In genere stampata su stock di carta non costosa, è molto spesso distribuita a mano ai passanti o casa-per-casa.

W**www.aidim.it**

Indirizzo Web dell'Associazione Italiana del Marketing Interattivo.

www.dmlr.org

Indirizzo Web di Direct Marketing Linked Resources.

www.poste.it

Indirizzo Web delle Poste Italiane su Internet.

fine parte III