

# Glossario

Qui trovi un elenco dei termini usati all'interno della documentazione

<b>AB Test</b>	È un metodo per confrontare due versioni di uno stesso messaggio per decidere la versione che promette i risultati migliori da inviare all'intero campione.
<b>Form di profilazione</b>	L'aggiornamento del profilo ha sostituito il precedente termine Autoprofilazione. Consente agli utenti di <b>modificare</b> , aggiungere o eliminare informazioni di un destinatario: preferenze di iscrizione, indirizzo, email.
<b>API</b>	<b>Application programming interface.</b> Sono procedure e interfacce che consentono a due applicazioni di dialogare e scambiare dati.
<b>Batch</b>	Una serie di comandi o operazioni svolte in modo sequenziale e automatico.
<b>Black List</b>	Elenco di IP o di domini considerati legati ad attività di spam. Sono elenchi pubblici e gratuiti, gestiti da chiunque voglia cimentarsi in questa attività. Sono spesso definite RBL (relay bock list) e alcune di queste sono utilizzate dai server di posta per filtrare le email che potenzialmente possono essere spam o contenere virus. È importante che il server usato per inviare la posta non sia incluso in alcuna blacklist.
<b>Campi dei destinatari</b>	Per ogni destinatario è possibile salvare fino a <b>40 campi di informazioni</b> . Nella piattaforma sono disponibili fino a 10 campi, con l'opzione Marketing+ è possibile estenderli fino a 40.
<b>Charset</b>	Set di caratteri. Ogni scrittura digitale, come un'email, sottintende l'utilizzo di un particolare alfabeto (cirillico, giapponese, cinese, arabo...) Esistono numerosi charset standard, i più recenti includono nuovi simboli come quello dell'euro.
<b>Cliccatore</b>	È un utente che ha ricevuto un messaggio e ha cliccato almeno una volta su uno dei link contenuti nel messaggio
<b>Click Through</b>	L'azione di clic di un utente su un link contenuto in un messaggio email ricevuto.
<b>Client di posta</b>	È l'applicazione usata per leggere le email. Può trovarsi online (vedi webmail) oppure essere un software installato su un PC (Outlook, Thunderbird, Lotus Notes, Eudora), su cellulare o altri dispositivi. Ogni client gestisce in modo diverso lo spam e la visualizzazione dei messaggi.
<b>CMS</b>	<b>Content management system.</b> Applicazione dedicate alla gestione dei contenuti che consente di creare e modificare pagine web su un sito senza essere un programmatore o un grafico. MailUp ha sviluppato <a href="#">integrazioni per CMS</a> , come <a href="#">WordPress</a> , <a href="#">Blogger</a> .
<b>COI</b>	<b>Confirmed-opt-in.</b> Modalità per raccogliere iscrizioni. Prevede l'invio di un'email a ogni nuovo iscritto in cui è richiesta un'azione (rispondere o fare un clic) per attivare effettivamente l'iscrizione. È il modo più sicuro e affidabile per costruire un elenco di indirizzi email, ed è efficace tanto più questo messaggio arriva rapidamente.
<b>Contenuto dinamico</b>	Sono parti di testo (tag o etichette) che al momento dell'invio assumono un valore diverso a seconda del destinatario. Un contenuto dinamico ti permette di creare e inviare <b>più versioni della medesima email</b> , create in base alle caratteristiche o agli interessi dei destinatari. Puoi creare una serie di condizioni basate sui <b>filtri</b> (sesso, compleanno, informazioni di acquisto...) che determinano così il tipo di contenuto, inviato come RSS Feed, sito web o messaggio HTML.

<b>Conversione</b>	È l'azione che si desidera il potenziale cliente compia e che misura del successo di una campagna. Una conversione può essere la compilazione di un form, l'acquisto di un prodotto, lo scaricamento di un catalogo.
<b>CRM</b>	<b>Customer relationship management.</b> È una strategia aziendale che pone l'attenzione alla gestione della relazione con il cliente, partendo da un'aggregazione dei dati (vendite, amministrazione, supporto, marketing). MailUp ha sviluppato integrazioni che facilitano la gestione della relazione con cliente, come <a href="#">MS Dynamics</a> .
<b>CSS</b>	<b>Cascading style sheet.</b> È una modalità con cui è possibile applicare un formato a un contenuto HTML. Definendo una serie di stili (per esempio: "stile normale" = carattere Arial, Font 11 pixel, colore blu) è poi possibile applicare velocemente il formato a una o più pagine o a un'email.
<b>CSV</b>	<b>Valori separati da virgola.</b> È un formato di file usato per scambiare dati, come per esempio un elenco anagrafico tra diverse applicazioni. Il separatore tra i campi è il punto e virgola ";" ma si può avere anche la virgola o la tabulazione (tab). L'estensione è solitamente ".csv" oppure ".txt".
<b>Destinatari</b>	I contatti presenti nella tua piattaforma. Esistono tre tipi di destinatari: <b>Iscritti</b> , <b>Sospesi</b> e <b>Disiscritti</b> . Solo gli iscritti ricevono i tuoi messaggi.
<b>Disiscritto</b>	Chi ha scelto di disiscriversi da una lista. Un destinatario può essere iscritto a una o più liste. Se sceglie di disiscriversi da una lista non è automaticamente escluso dalle altre.
<b>Domínio</b>	È il nome che identifica una risorsa su internet. Il dominio di "primo livello" definisce in genere il paese di appartenenza o la tipologia (es. <b>it, com, org, net, eu, fr</b> ), il dominio di "secondo livello" è invece registrato da privati o aziende (es. <b>acmespa.it</b> ) presso i vari organi preposti in ogni paese. In Italia è il NIC. Il dominio di livello successivo (terzo, quarto...) è invece una registrazione che qualunque intestatario di dominio può configurare sul proprio DNS (es. <b>news.acmespa.it, prova.acmespa.it</b> ).
<b>Domínio di terzo livello</b>	Ogni piattaforma ha un unico indirizzo web: un unico dominio di "terzo livello" che identifica l'account su Internet come, per esempio, "v73.s02.it". Un dominio personalizzato può puntare al dominio di terzo livello come parte della funzione <b>No logo</b> . Per ulteriori dettagli, consulta la sezione Wikipedia <a href="#">Nome di Dominio</a> .
<b>Double opt-in</b>	È una modalità di raccolta dati online. Chi compila un form lasciando il proprio indirizzo email, riceve una seconda email che notifica l'iscrizione, oppure chiede conferma con un clic.
<b>Email automatiche</b>	Email inviate in automatico al verificarsi di determinate condizioni predefinite, generalmente costruite su modelli predefiniti con contenuti dinamici. Questa tipologia di messaggi è molto efficace in siti di ecommerce.
<b>Email errate (bounce)</b>	Sono indirizzi email che hanno restituito un errore a seguito di un invio. Possono essere errori più o meno gravi, permanenti (hard) o transitori (soft). Ogni errore si distingue per un codice identificativo.
<b>Email inviate</b>	È il totale dei messaggi inviati. Una parte sarà accettata dai server di destinazione, una parte ritornerà con un messaggio di errore (bounce), un'altra parte sarà recapitata nella cartella Posta in arrivo (inbox)

<b>Email recapitate</b>	È il numero di messaggi consegnati sul server di destinazione che non hanno restituito un messaggio di errore (bounce). Non è detto che siano tutte state recapitate nella Posta in arrivo.
<b>Iscritto</b>	Chi ha scelto di iscriversi a una lista. Una società può avere una o più liste (newsletter mensili o settimanali) e il medesimo destinatario può essere iscritto nell'una o nell'altra lista. Un utente è un destinatario ma un destinatario non è necessariamente un iscritto. (Vedi definizione Destinatari)
<b>Filtri</b>	Sono le condizioni che aiutano a raggruppare determinati iscritti. Se applicati ad una lista di indirizzi email, permettono di estrarre un numero limitato di contatti in base a condizioni verificate. Possono essere: <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>anagrafici</b>, cioè basati sui dati anagrafici degli iscritti (il sesso, il codice di avviamento postale e così via)</li> <li>• relativi all'<b>attività</b> degli iscritti ( per esempio, apertura o clic su un certo tipo di messaggio)</li> <li>• <b>geografici</b>, cioè basati sull'indirizzo IP rilevato al momento dell'apertura o del clic su di un messaggio</li> <li>• relativi ai <b>dispositivi</b> usati per l'apertura e lettura del messaggio (per esempio, iPhone o iPad).</li> </ul>
<b>Gruppi</b>	Un sottoinsieme di contatti (in genere iscritti) all'interno di una lista. I contatti possono appartenere a più gruppi (in modo simile a "Categorie" in MS Outlook). Un gruppo può essere creato o cancellato in qualsiasi momento, senza che i contatti subiscano modifiche o cancellazioni. Quando si importano i contatti, è possibile specificare uno o più gruppi. La creazione di un gruppo è possibile in relazione a una sola lista.
<b>Host</b>	Identifica il nome di un sito, un dominio o il nome di una macchina collegata in rete. Con host di terzo livello si intende, in particolare, una registrazione sul DNS legata a un dominio, per esempio un host "prova" di terzo livello legato al dominio "acmespa.it" si traduce in: prova.acmespa.it.
<b>Immagini Embedded</b>	È una modalità di invio email in un formato (mhtml) che consente di evitare il blocco delle immagini sui principali client di posta. L'immagine è allegata in modo nascosto e richiamata tramite un opportuno standard (cid:) all'interno del codice html. In Outlook o in Thunderbird è automatico (è sufficiente incollare un'immagine nel contenuto).
<b>Lista</b>	Un insieme indipendente di <b>messaggi, impostazioni, statistiche, eventi, gruppi, iscritti, disiscritti</b> e così via. Puoi creare più liste nella tua piattaforma. Attenzione: il termine Lista non va confuso con Gruppo.
<b>Lista GUID</b>	Un codice alfanumerico univoco e identificativo per ciascuna lista. Se il codice della lista (per esempio, Lista numero 5) è il medesimo in più account, la lista GUID identifica in modo univoco la lista in tutti gli account. Si trova in <i>Configurazioni &gt; Gestione piattaforma &gt; Gestione Liste</i>
<b>MHTML</b>	<b>Mime HTML.</b> È uno standard per inviare messaggi email HTML con incorporati dei contenuti come le immagini.
<b>Messaggio</b>	Un singolo messaggio: può essere un'email, un SMS o una campagna social. In questo ultimo caso, i messaggi sono anche chiamati post.
<b>Messaggi automatici</b>	Questi messaggi sono <b>inviati in modo automatico</b> al verificarsi di determinate condizioni, decise attraverso la creazione di uno o più <b>filtri</b> .
<b>Opt-in</b>	È l'opzione data all'utente per iscriversi a una lista per ricevere successive email. Un messaggio inviato in regime di opt-in, è spedito solo se l'utente si è precedentemente iscritto, in modo volontario, esplicito e verificabile. È l'opposto di opt-out
<b>Opt-out</b>	È l'opzione data all'utente di cancellarsi da una lista per non ricevere più altre email.
<b>Piattaforma</b>	L'area in cui gli utenti possono creare, inviare e monitorare i messaggi.

<b>Pie' di pagina</b>	È la parte inferiore di un messaggio email.
<b>RSS</b>	<b>Really simple syndication.</b> È uno standard basato sull'XML che consente di condividere contenuti su più sistemi. Attraverso degli "aggregatori" è possibile iscriversi al servizio RSS di diversi siti e ricevere in un'unica interfaccia tutte le novità, senza aprire ogni sito singolarmente.
<b>SMTP</b>	<b>Simple mail transfer protocol.</b> È il protocollo con cui viene trasmesso un messaggio email tra due server. La parola SMTP è comunemente associata al server di invio della posta. MailUp offre l'opzione <a href="#">SMTP+</a> .
<b>Sos peso</b>	Chi ha scelto di iscriversi, ha ricevuto una richiesta di conferma via email ma non ha ancora cliccato sul link ricevuto.
<b>Statistiche</b>	Le <b>statistiche</b> , i <b>report</b> e i <b>grafici</b> ti permettono di monitorare e analizzare in tempo reale il successo di ogni tua campagna. Puoi analizzare e confrontare dati singoli e aggregati relativi agli iscritti, alle <b>email</b> , agli <b>SMS</b> , e alle campagne <b>social</b> .
<b>Tasso di apertura</b>	Si misura inserendo un'immagine trasparente, richiamata ogni volta che il lettore visualizza le immagini del messaggio. Un lettore può aprire il messaggio più volte, avrà cioè più "aperture". Se il lettore non scarica le immagini, non è possibile rilevare l'apertura.
<b>Tasso di clic</b>	È il numero di clic sui link contenuti in un messaggio email inviato, diviso per il numero di email recapitate. Alcuni dividono invece per il numero di email inviate. Attenzione a distinguere anche chi conta il numero totale di clic da chi conta invece solo il numero gli utenti che hanno cliccato almeno una volta. In questo caso si parla di "cliccatori" o "clic unici". Un cliccatore può effettuare anche più clic su uno o più link, una volta ricevuto un messaggio.
<b>Tasso di conversione</b>	Il numero di utenti che compiono una specifica azione desiderata (conversione) sul totale degli utenti interessati dalla call to action (invito a compiere tale azione).
<b>Testata del messaggio</b>	È la parte superiore del messaggio email, chiamata anche "header". La pre-testata è la parte che precede la testata (pre-header). Si può modificare e personalizzare.
<b>Webhook</b>	I webhook ti permettono di far comunicare la piattaforma con altre applicazioni che utilizzi e tracciare gli stessi eventi che accadono nel tuo account in un altro strumento. Si tratta di un tipo di codice che i programmatori usano per creare integrazioni più profonde tra strumenti diversi e in questo caso potrebbero, per esempio, essere utilizzati per far sapere al tuo CRM che qualcuno si è disiscritto.