

POSTATARGET CREATIVE

GENNAIO, 2011

INDICE

1	PREMESSA	3
2	CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO	4
2.1	OBIETTIVI DI QUALITA'	4
3	ALCUNE POSSIBILI APPLICAZIONI	5
4	VANTAGGI	6
5	CONDIZIONI DI ACCESSO	7
5.1	COSA SPEDIRE	7
5.2	COSA NON SPEDIRE	8
5.3	QUANTITA'	8
5.4	FORMATI E SPECIFICHE TECNICHE	8
5.5	LOGO	9
6	ATTIVAZIONE DEL SERVIZIO	12
7	TARIFFE	13

1 PREMESSA

La nuova gamma di offerta Postatarget si compone di servizi ideati per il recapito di comunicazioni pubblicitarie, promozionali, personalizzate ed indirizzate, che consentono di raggiungere su tutto il territorio italiano specifici segmenti di clientela.

I servizi proposti consentono di raggiungere i target di clientela nel modo più appropriato e con il formato più adatto, dalla busta standard al package più inusuale, massimizzando l'efficacia del messaggio nelle molteplici occasioni d'uso della corrispondenza commerciale (promozione di beni e servizi aziendali, inviti ad eventi, gestione della relazione con il cliente, valorizzazione della marca e così via).

2 CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Postatarget Creative è il servizio ideale per catturare l'attenzione del target, sviluppare la relazione con il cliente e valorizzare il brand aziendale, appositamente concepito per liberare l'estro creativo dei marketing & communication manager.

Il prodotto garantisce la massima personalizzazione di formati e materiali, per rendere unica ed indimenticabile ogni occasione di comunicazione.

La possibilità di inserire un'ampia varietà di elementi supplementari nel mailing (campioni di prodotto, gadget ed altri strumenti per meglio predisporre il consumatore o evidenziare gli aspetti più interessanti dell'offerta), garantisce un impatto ancora maggiore alle azioni di comunicazione.

La personalizzazione dell'affrancatura mediante l'inserimento di immagini e testi consente di richiamare l'attenzione del destinatario sul brand, sui contenuti dell'offerta, su particolari date ed avvenimenti, ecc.

2.1 OBIETTIVI DI QUALITA'

Gli obiettivi temporali di riferimento per la consegna del mailing esprimono il tasso medio di invii recapitati su base annua ed ammontano rispettivamente a:

- 5 giorni lavorativi successivi alla data di postalizzazione (J+5) per l'85% degli invii
- 7 giorni lavorativi successivi alla data di postalizzazione (J+7) per il 99% degli invii

Per giorni lavorativi si intendono i giorni dal lunedì al venerdì.

3 ALCUNE POSSIBILI APPLICAZIONI

- **Sviluppo vendite e fidelizzazione:** “mailing su misura” rivolti a particolari profili di clientela con l’obiettivo di aumentare l’affezione alla marca o sviluppare le vendite;
- **Prospecting su target mirati:** campagne di acquisizione su target selezionati di clientela ad alto valore, per i quali risulta conveniente la progettazione di mailing elaborati, in grado di sedurre il destinatario e garantire elevati ritorni dalle campagne;
- **Potenziamento della brand image:** campagne con forte componente emozionale e sensoriale per azioni di marketing volte ad aumentare l’attaccamento e la notorietà della marca;
- **Promozione degli acquisti di impulso:** invio di mailing per incentivare nel consumatore quel comportamento di acquisto non programmato né ragionato, che trae normalmente origine dalla peculiarità del packaging e da comunicazioni dotate di notevole appeal;
- **Campagne multicanale:** direct mailing volto ad incuriosire, emozionare e “agganciare” il target nell’ambito di comunicazione integrate, che prevedono l’apporto sinergico di più media.

4 VANTAGGI

- **Elevato grado di personalizzazione:** la presenza di 3 formati standard e 2 creativi e di consente di scegliere praticamente qualsiasi forma per i propri mail pack. L'apposizione di un logo distintivo conferisce visibilità al brand ed anticipa i contenuti dell'offerta. Perché la comunicazione non passi inosservata.
- **Valenza polisensoriale della comunicazione:** tramite l'impiego di materiali alternativi e l'inserimento di gadget/sample di prodotto, è possibile coinvolgere il cliente in una vera e propria esperienza polisensoriale con il brand ed i prodotti dell'azienda (es. buste profumate, tessuti, messaggi sonori, campioni alimentari o cosmetici).
- **Difesa del valore dello spedito:** la gestione manuale degli invii di Postatarget Creative salvaguarda l'integrità e la puntualità degli invii che – a seguito dello spessore elevato oppure delle forme e dei materiali inusuali – potrebbero subire danni o rallentamenti nel processo di ripartizione e smistamento su impianto.

5 CONDIZIONI DI ACCESSO

Può accedere al Servizio esclusivamente la Clientela in grado di consegnare invii che rispettino i requisiti definiti da Poste Italiane in termini di:

- contenuti;
- quantitativi minimi per spedizione;
- formati e specifiche tecniche.

5.1 COSA SPEDIRE

Postatarget consente di spedire invii di formato e peso identici, destinati a comunicare un messaggio pubblicitario, informativo o di marketing aventi lo stesso contenuto ad eccezione di alcune personalizzazioni (nel rispetto della legge sulla privacy), quali ad esempio:

- i dati del destinatario (nome, cognome e indirizzo completo, numero di telefono fisso o mobile, e-mail, codice fiscale o partita IVA, data di nascita o di anniversario);
- il codice di riferimento del cliente destinatario, dei prodotti/servizi in vendita o altri codici identificativi (alfanumerici o a barre);
- la firma autografa del mittente, il nome del responsabile commerciale di riferimento, il giorno e l'orario per una visita commerciale o una presentazione;
- l'indirizzo della sede più vicina al cliente.

È possibile inserire oggetti promozionali (ad esempio: carte fedeltà, buoni sconto, gadget), campioni gratuiti di prodotto ma anche supporti multimediali (ad esempio CD-ROM, DVD, ecc.), che concorrono per peso e per dimensioni alla definizione della tariffa finale.

Il materiale allegato deve essere privo di valore commerciale e non può essere destinato alla vendita.

Grazie a nuove tipologie di packaging (meno costose, più leggere e robuste, plasmabili in forme che rendono più semplice ed economica la postalizzazione) è oggi possibile inviare piccole quantità di prodotto in confezioni formato campione.

Possono quindi essere spediti insieme alla comunicazione: prodotti deperibili alimentari e non (con scadenza superiore ai 2 mesi), liquidi, corpi grassi, polveri, liquori, profumi soltanto se confezionati e imballati in modo tale da garantire l'integrità del contenuto e dell'involucro (non sono ammessi prodotti in vetro o comunque fragili).

Insieme all'invio, possono inoltre essere spediti bollettini in bianco o che riportano le informazioni del destinatario (nome, cognome, indirizzo) e l'importo da pagare, purché questo sia identico per tutti i destinatari.

5.2 COSA NON SPEDIRE

Non è consentito spedire con Postatarget Creative invii contenenti, nello stesso involucro, comunicazioni di tipo promozionale o pubblicitario insieme ad altri invii di corrispondenza.

Non sono inoltre ammessi: avvisi e solleciti di pagamento, fatture, rendiconti finanziari e previdenziali, estratti conto bancari, invii di contratti già sottoscritti, documenti di trasporto, bollettini utenze, bollettini di riscossione tasse e tributi, bollettini ICI, bollettini per pagamenti obbligatori per legge, cartelle esattoriali, dichiarazioni dei redditi, messaggi personali legati alla gestione delle vendite o dei clienti, attestazioni, polizze già sottoscritte, quietanze e ricevute, invii di assegni e libretti assegni, carte di credito e prepagate, messaggi la cui distribuzione è proibita per legge (postulatori¹, pornografici, discriminatori), invii di merce destinata alla vendita, oggetti preziosi, pericolosi o vietati dalla legge, prodotti freschi e/o deperibili (con scadenza inferiore ai 2 mesi) alimentari e non, altre tipologie di invii di corrispondenza non classificabili come comunicazioni pubblicitarie o promozionali

5.3 QUANTITA'

La quantità minima per accedere alle tariffe di Postatarget Creative è pari a 1.000 pezzi (identici per contenuto, peso e formato) per singola spedizione.

Per singole spedizioni inferiori a 1.000 pezzi sarà facoltà del cliente accedere al servizio Postatarget Creative pagando l'importo equivalente alla spedizione di 1.000 invii alle tariffe pubblicate sul sito internet www.poste.it.

Allo scopo di assicurare una corretta esplicazione dei processi di accettazione e smistamento del mailing, per quantitativi superiori ai 2.000 kg a spedizione o a 40.000 invii per singola spedizione è prevista la programmazione delle spedizioni tramite il Servizio di Prenotazione attivo sul sito.

I punti di accettazione sono indicati sul sito in funzione del quantitativo spedito dal cliente.

5.4 FORMATI E SPECIFICHE TECNICHE

Possono accedere al prodotto Postatarget Creative esclusivamente gli invii che rispettano i seguenti formati:

¹ Vale a dire finalizzate all'acquisizione di contributi, offerte, ovvero elargizioni di somme di denaro, ad eccezione di quelle utilizzate dalle organizzazioni senza fini di lucro e dalle fondazioni religiose esclusivamente per le proprie finalità di autofinanziamento

DIMENSIONI	Formato					
	Tutti	Normalizzato	Compatto	Voluminoso	Libero	Extra-formato
	Min	Max	Max	Max	Max	Max
L lunghezza (mm)	140	235	353	353	353	450
H altezza	90	120	250	250	250	450
S spessore	0,15	3	20	50	50	100
P peso (g)	3	20	350	2'000	2'000	2'000

Il passaggio da un formato all'altro avviene quando anche una sola delle dimensioni supera il valore massimo consentito.

Nel formato libero rientrano invii di forma non rettangolare o non quadrangolare che presentino almeno due lati contigui lineari.

Per invii di forma cilindrica le dimensioni ammesse sono le seguenti:

DIMENSIONI	Formato	
	Invii di forma cilindrica	
	Min	Max
L lunghezza (mm)	100	750
D diametro (mm)	35	150

All'azienda è concessa ampia libertà nella selezione dei materiali per il confezionamento delle spedizioni di Postatarget Creative. Gli invii possono essere in formato cartolina, oppure confezionati in busta cartacea o in cellophane.

Il cliente può inoltre optare per soluzioni alternative, quali ad esempio:

- pieghevoli;
- invii autoformanti;
- buste in tessuto (es. jeans, lana, feltro, lino), in pelle, in materiali sintetici (es. plastica, altri materiali impermeabili e trasparenti), in pergamena;
- scatole in cartone.

Gli invii devono essere perfettamente chiusi in modo da garantire l'integrità del contenuto e il confezionamento non deve deteriorarsi durante il processo di recapito.

Per informazioni relative alle specifiche di prelaborazione e confezionamento degli invii e alla composizione dell'indirizzo si rinvia alla scheda tecnica Postatarget Creative.

5.5 LOGO

Per le spedizioni con MAAF (Macchina Affrancatrice) è previsto l'inserimento del logo Postatarget Creative di seguito riportato, che deve essere posizionato sull'esterno dell'invio, sul

lato sinistro, stampato o mediante timbro. In alternativa il logo può essere inserito nell'impronta della macchina affrancatrice, richiedendolo direttamente alle ditte costruttrici:

postatarget
creative

Le dimensioni consentite sono:

- 42 x 25 mm
- 35 x 20 mm

Per le spedizioni SMA (Senza Materiale Affrancatura) è previsto il seguente logo standard:



Il logo può essere riportato sia nella versione in positivo che in negativo.

E' possibile utilizzare qualsiasi colore che deve comunque avere un'elevata carica di intensità cromatica - non inferiore al 30% del colore del fondo - tale da garantire la sicura leggibilità del logo e degli eventuali altri testi (es. autorizzazione).

Non è possibile usare i codici cromatici propri del logomarchio Postatarget Gold o facilmente assimilabili agli stessi.

Le dimensioni consentite sono:

- 70 mm x 40 mm
- 45 mm x 26 mm
- 35 mm x 20 mm

Per le spedizioni è inoltre possibile personalizzare il logo nel rispetto del seguente disegno di base, non modificabile ad eccezione del colore della cornice:



Di seguito si riportano alcuni esempi:



Il logo in formato elettronico è disponibile sul sito di Poste Italiane oppure può essere richiesto alle Aree Commerciali Territoriali.

Al fine di individuare con certezza il fornitore del servizio postale ed il cliente mittente, è possibile inserire all'interno del logo disegni, marchi, e scritte esclusivamente del cliente mittente.

Per maggiori dettagli sulle caratteristiche ed il posizionamento del logo Postatarget Creative, consultare l'apposita sezione della scheda tecnica.

6 ATTIVAZIONE DEL SERVIZIO

I clienti interessati all'attivazione del servizio devono rivolgersi alle strutture commerciali di riferimento per il rilascio dell'autorizzazione SMA (Senza Materiale Affrancatura) o MAAF (Macchina Affrancatrice) e l'eventuale stipula di convenzioni annuali.

Il codice relativo all'autorizzazione è obbligatorio e deve essere riportato sull'invio in una delle due possibili modalità alternative: all'interno del logo o all'interno del blocco indirizzo, come riportato nell'esempio.



Finestra busta



Per saperne di più sui prodotti o richiederne l'attivazione Poste italiane mette a disposizione i seguenti canali:

- Pronto Direct Marketing 840.011.444 ²
- Posta elettronica: infodirect@posteitaliane.it
- Responsabili commerciali di Poste Italiane indicati sul sito www.poste.it

² il numero è attivo dal lunedì al venerdì, dalle ore 9 alle ore 12 e dalle ore 15 alle ore 18. Il costo della chiamata equivale al solo scatto alla risposta

7 TARIFFE

Le tariffe per tutti i formati sono differenziate in funzione delle quantità annue spedite e del peso. A partire da 10.000 pezzi sono previsti sconti quantità per singola spedizione e singolo cliente, per invii di medesimo scaglione di peso e formato.

Per quantitativi superiori a 500.000 invii all'anno (cumulabili con i prodotti Postatarget Card, Basic e Catalog) è possibile sottoscrivere convenzioni su base annua.

Tariffe esenti IVA

Tipo e peso	1000-9.999	10.000-50.000	50.000-100.000	100.001-200.000	200.001-500.000
Normalizzato fino a 20 g	0,310	0,290	0,287	0,281	0,275
Compatto fino a 50 g	0,340	0,320	0,316	0,309	0,302
Compatto 51-100 g	0,360	0,340	0,339	0,332	0,325
Compatto 101-150 g	0,390	0,370	0,363	0,355	0,347
Compatto 151-200 g	0,410	0,390	0,385	0,377	0,369
Compatto 201-250 g	0,460	0,440	0,402	0,393	0,385
Compatto 251-350 g	0,570	0,540	0,503	0,492	0,481
Voluminoso 1-350 g	0,830	0,790	0,704	0,689	0,674
Voluminoso 351-500 g	1,030	0,980	0,859	0,828	0,798
Voluminoso 501-1.000 g	1,550	1,470	1,289	1,255	1,221
Voluminoso 1.001-2.000 g	2,320	2,210	2,010	1,920	1,834

Per i formati non standard si applica una maggiorazione:

- Formato libero: a tali invii viene applicata una maggiorazione del 40% rispetto al corrispondente prezzo del formato voluminoso;
- Extraformato: maggiorazione del 60% rispetto al corrispondente prezzo del formato voluminoso;
- Rotolo: stesse condizioni di prezzo dell'extraformato.

Nel caso in cui le spedizioni non siano prelavorate e confezionate in modo conforme alle specifiche riportate nella Scheda Tecnica, saranno applicate le tariffe previste dall'Allegato 1-bis del DM 22/11/2002 e pubblicate sul sito internet www.poste.it, nella sezione Direct Marketing.