

Il Marketing universitario

**Tecniche, Canali e Modelli a Confronto in una
prospettiva Internazionale**



Cominciamo dagli Usa

(Un benchmark improprio)



LA SPESA

*I college e le università USA hanno speso complessivamente 2 miliardi di dollari per promuoversi nel 2018 e **2,2 miliardi di dollari nel 2019**. Il sistema Usa è naturalmente molto più articolato e denso di enti di istruzione terziaria del nostro* Source KANTAR

*La spesa annua in marketing per studente iscritto è un indicatore che da una idea dell'impegno, con un valore che oscilla tra le varie categorie di università in media tra i **429 e i 623 dollari**. Con ampia variabilità* Source SimpsonScarborough



Tra i maggiori protagonisti ci sono i giganti online

- *l'università no-profit Southern New Hampshire University, che secondo i documenti fiscali ha speso 144 milioni di dollari in pubblicità e promozione nel 2019.*
- *Western Governors University, altra istituzione non profit, ha speso 127 milioni di dollari nello stesso anno.*
- *Università del Maryland Global Campus aveva annunciato nel 2019 di voler spendere 500 milioni di dollari in marketing nei sei anni successivi, metà dei quali in pubblicità digitale.* Washington post



*8.000 studenti on line nel 2001
34.000 on line nel 2014,
135.000 on line nel 2021, oltre a 4000 nel campus*

Southern
New Hampshire
University 

Costo: tra i 9.000 ed 15.000 mila Dollari annui



Ma anche le università più blasonate spendono in Adv :

- ***Johns Hopkins 29,6 milioni di dollari in un anno;***
- ***New York University, 28,5 milioni di dollari;***
- ***Università della Pennsylvania, 25,7 milioni di dollari;***
- ***Northwestern, 25,6 milioni di dollari;***
- ***Università di Miami, 23,2 milioni di dollari;***
- ***Columbia, 13,2 milioni di dollari;***
- ***Università di Boston, 12,7 milioni di dollari;***
- ***Georgetown, 11,6 milioni di dollari;***
- ***Stanford, 10,3 milioni di dollari.***

I dati si riferiscono alla spesa annua nel 2018 o nel 2019



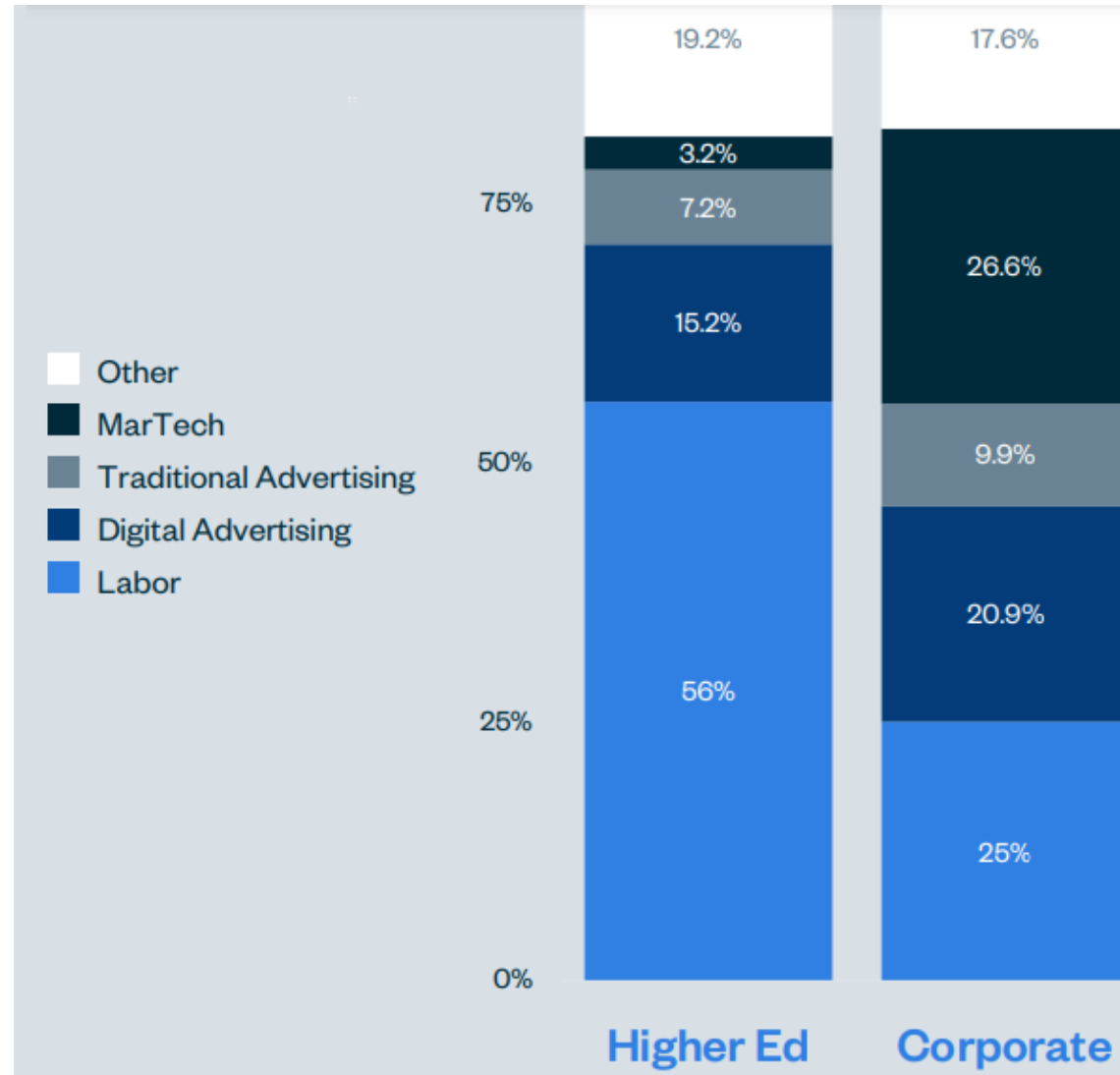
Gli staff dedicati al marketing sono ampi

Average Number of FTE Employees

	<3k	3k-12k	>12k		Private	Public
Mean	7.3	14.4	29.3	Mean	14.6	21.7
Median	7	11	24	Median	10	16
Min	1	2	3	Min	1	2
Max	23	56	90	Max	90	87



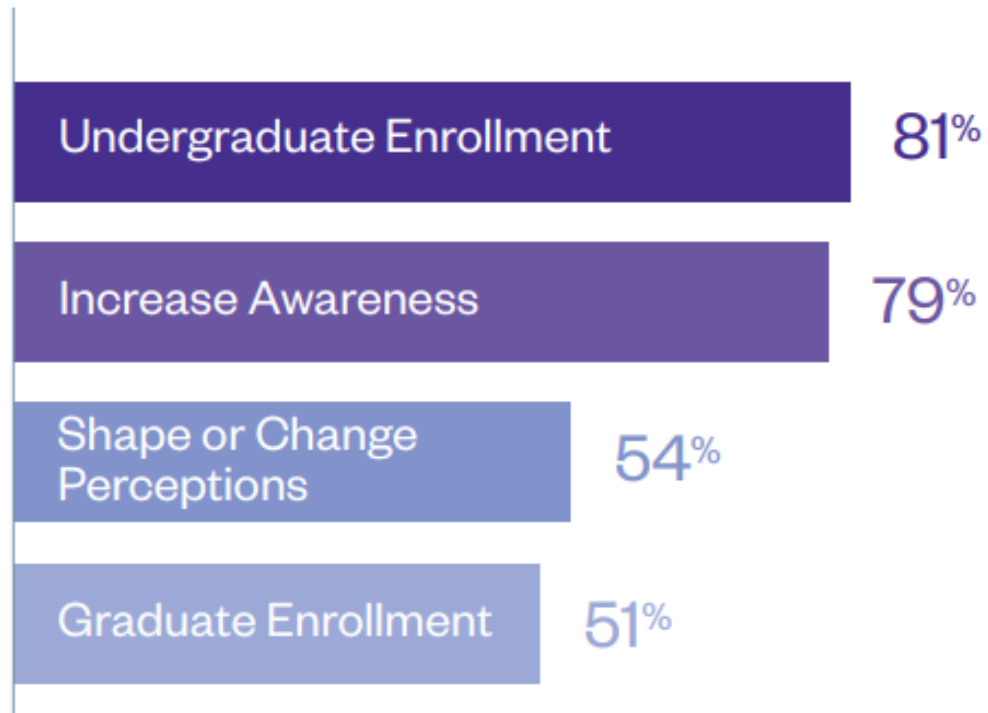
Anche il Budget (grandi investitori a parte) è molto sbilanciato sul lavoro



Obiettivi dell'adv e del Mktg

Digital & Traditional Advertising / Objectives

Primary Objectives of Advertising



Calls-to-action included in advertising:

79% Apply now

77% Click to visit a targeted landing page

72% Schedule a visit



In base a cosa si misura l'impatto della strategia i Mktg. Punti di vista differenti

	CMO	President
Number of students enrolling	82%	76%
Web analytics (traffic, time on site, etc.)	82%	14%
Social media engagement	74%	20%
Amount/quality of media placements/coverage	61%	48%
Yield rate from applicant pool	53%	38%
Periodic measurements of brand awareness/strength	50%	24%
Anecdotal opinions of reputation	40%	57%
Improvements in rankings	35%	40%
Quality of students enrolling	32%	31%
Fundraising productivity	32%	40%
Alumni engagement (participation in events, etc.)	25%	22%



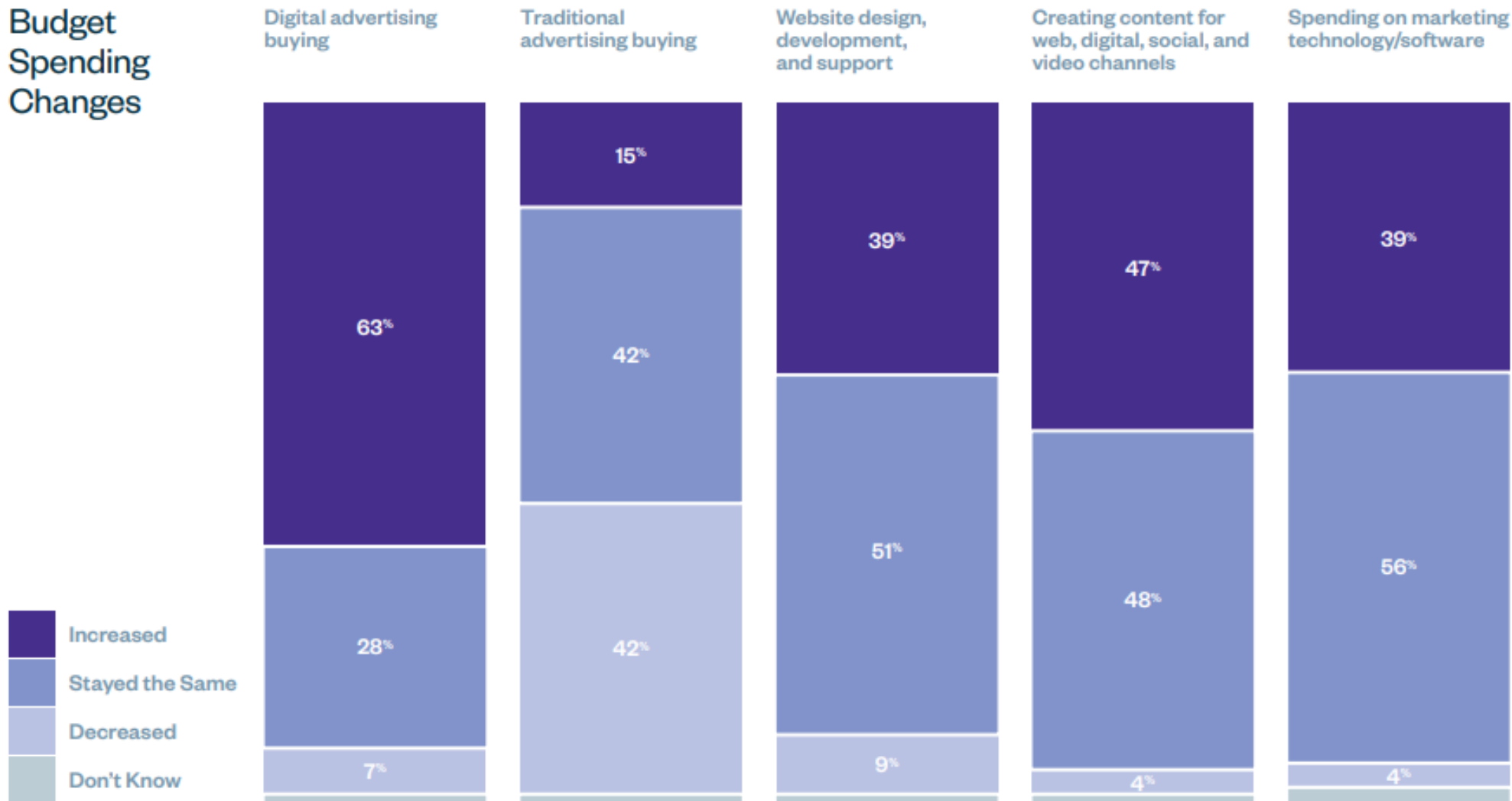
In base a cosa si misura l'impatto della strategia di Mktg Per dimensione dell'istituzione

Total Enrollment	<3k	3k-12k	>12k
Number of students enrolling	89%	82%	75%
Fundraising productivity	42%	31%	25%
Improvements in rankings	25%	37%	43%
Amount/quality of media placements/coverage	51%	67%	61%
Periodic measurements of brand awareness/strength	30%	54%	67%



Dinamiche recenti nell'allocazione del Budget

Budget Spending Changes



On which platforms have you used paid advertising in the last year? (Mark all that apply)

Advertising Platform

Facebook	97%
Instagram	84%
LinkedIn	68%
YouTube	58%
Snapchat	30%
TikTok	16%
Other	16%
Vimeo	6%
No paid social	2%



Impatti Positivi degli investimenti in Social Media

Visibilità	86%
Richieste di informazioni da parte di studenti potenziali	84%
Social engagement Visite al sito web	83%
Brand management	82%
Numero di domande di ammissione	82%
Reputazione accademica	69%
Posizionamento	62%
Qualità dei candidati	58%
Donazioni filantropiche totali	56%
Percentuale di alumni che donano	39%
Partecipazione a eventi sportivi/culturali	34%
Percentuale di genitori che indicano l'istituto come prima scelta	29%
Source : LIPMAN HEARNE KEY INSIGHTS	



Il Marketing universitario

Nelle concrete esperienze italiane



Tipologie di Intervento : social e digital /1

Sviluppo/mantenimento dell'account FB/Twitter/Instagram/Linkedin/Yout. istituzionale

Sviluppo/mantenimento dell'account istituzionale altri Social

Aggiornamento del sito web dell'istituzione

App di orientamento e promozione

Siti e/o microsite per campagne/raccolta fondi

Video/streaming video web series

Direct-to-online publications per l'orientamento

Webinar promozionali

Blogging sul sito istituzionale o su altri forum istituzionali

Commenti/blogging su siti esterni o istituzionali

Gruppi di studenti Fb/Telegram/Altro



Chat online con i responsabili delle ammissioni e/o con gli studenti

Incontri/colloqui on line con i docenti tutor per organizzazione di percorsi modulari e per soddisfare specifiche esigenze

E-communications con alumni con Testimonianze – Referral

E-communications con gli studenti con Testimonianze – Referral

Tour virtuale open day e fiere on line

Attività trasversali

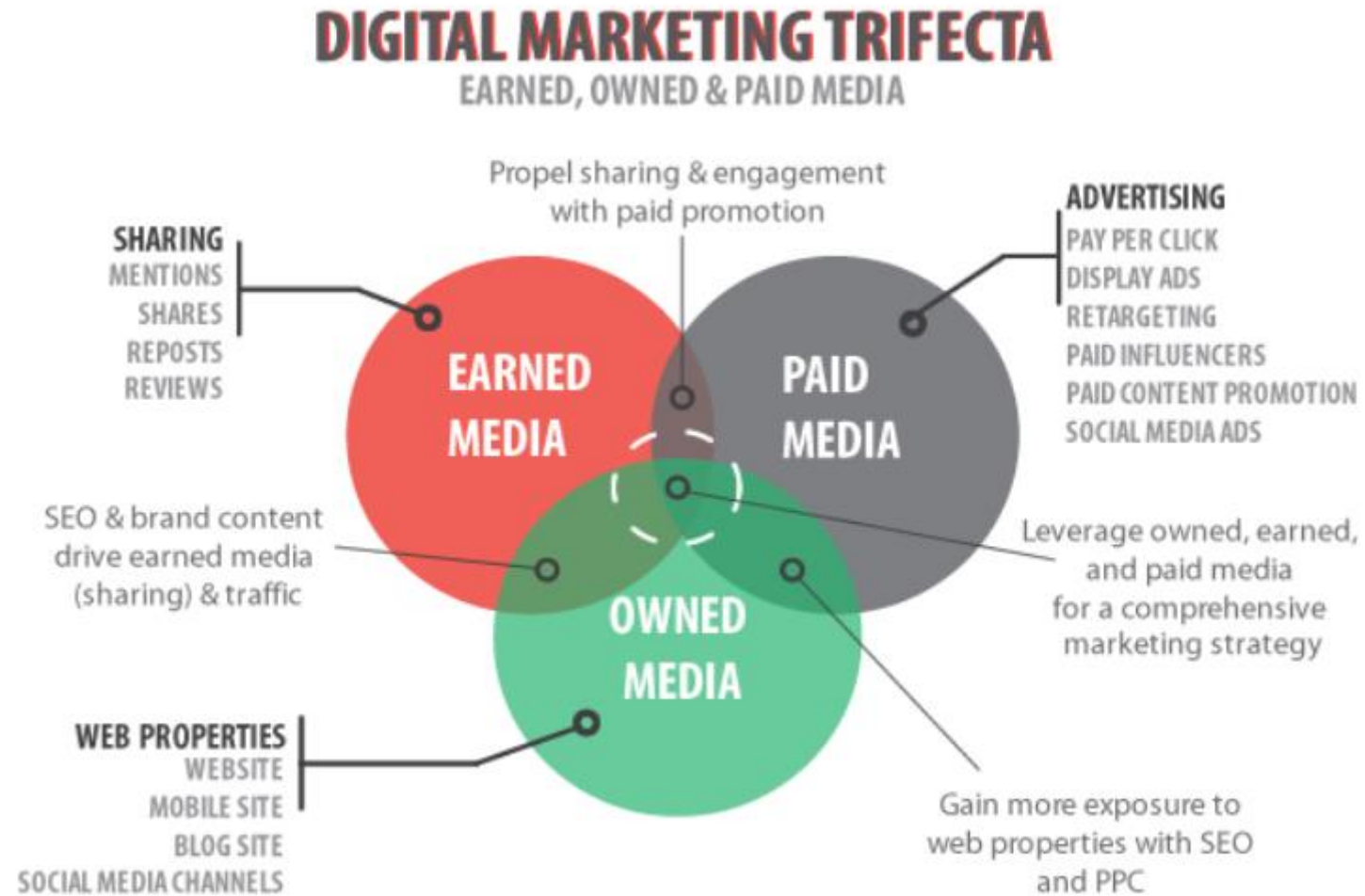
Digital Pr

Ottimizzazione dei motori di ricerca

Monitoraggio dei siti web, dei social media

Digital Adv (vedi slide successive)





Pianificazione e accoglienza, eventi di reclutamento studenti

Open house/ Open day in presenza

Organizzazione di visite in presenza ai dipartimenti/strutture didattiche

Fiere Universitarie

Summer Camp

Laboratori Aperti

Incontri/colloqui in presenza con i docenti tutor per organizzazione di percorsi

Impiego di studenti laureandi nelle iniziative di orientamento in presenza

Tutorial per illustrare l'ateneo, le modalità di accesso e il funzionamento

Visite presso scuole secondarie di II grado

Materiale di stampa per l'orientamento le iscrizioni ed i corsi



Altre forme di Mktg

Word-of-mouth marketing

Community marketing (referral o testimonianze di studenti, docenti, alumni)

Agenti e promotori

Rivista degli ex alunni

Portali per ex alunni

Eventi con ex alunni



Relazioni con i media, le istituzioni, la comunità



Media relations

Public relation

Monitoraggio Stampa

Government relations

Rapporti con le Aziende

Community relations

Comunicazione di crisi



Strumenti di pianificazione e comunicazione

Conduzione di ricerche di mercato incentrate sulle relazioni con la comunità

Ricerche sugli studenti

Conduzione di ricerche di mercato focalizzate sugli alumni

Conduzione di ricerche di mercato focalizzate sulle iscrizioni

Sviluppo di un piano di marketing integrato

Annual report



Advertising

Pubblicità esterna/affissioni/impianti digitali

Pubblicità radiofonica

Pubblicità televisiva

Pubblicità digitale/banner pubblicitari online

Pubblicità pay-per-click

Pubblicità sui social

Pubblicità su stampa/riviste/giornali



Libreria inserzioni

La Libreria inserzioni fornisce trasparenza sulle inserzioni offrendo una raccolta completa in cui si possono cercare tutte le inserzioni attualmente attive sulle tecnologie di Meta.

[Scopri le novità](#)



Cerca inserzioni

Imposta il tuo luogo e scegli una categoria pubblicitaria per avviare la tua ricerca. [Visualizza suggerimenti per la ricerca.](#)

Italia ▾

Categoria di inserzioni ▾

🔍 Scegli una categoria dell'inserzione

Seleziona la categoria di inserzioni

- 📄 Tutte le inserzioni
- 🗣️ Temi sociali, elezioni o politica
- 🏠 Alloggi
- 👤 Occupazione
- 💳 Credito

Report

Esplora, filtra e analizza i dati delle inserzioni o politici. Scopri i totali e i dati geografici.

[Vai al report](#)

</> API

Effettua ricerche personalizzate in base alle parole chiave di inserzioni attive e non attive su temi sociali, elezioni o politica.

[Vai all'API](#)



Università più attive sull'ADV Fb/Instagram

Università degli Studi di Udine
Sponsorizzato

Sapevi che puoi risparmiare sul costo di iscrizione di un Master dell'Università di Udine?
Accedi alle agevolazioni economiche regionali per l'anno accademico 2022/23.

Visita:
uniud.it/voucher2022

**CONTRIBUTI REGIONALI
RIDUZIONE COSTI DI ISCRIZIONE
MASTER A.A. 2022/2023**

Università degli Studi di Udine
Sponsorizzato

Il tuo futuro inizia ad oggi. Scegli un percorso universitario e scopri come accedere a tutte le agevolazioni.

Visita:
uniud.it/voucher2022

UniTrento - Dipartimento di Ingegneria Industriale
Sponsorizzato
ID: 809722159997042

Cerchi la tua strada per proseguire gli studi in ingegneria?

Il corso di laurea in Materials Engineering dell'Università di Trento prepara ingegneri e ingegneri specializzati nell'ideazione, lo sviluppo e l'applicazione di materiali innovativi seguendo i principi della sostenibilità e dell'economia circolare.

OFFERTAFORMATIVA.UNITN.IT
Materials Engineering [Learn More](#)

Università degli Studi "Gabriele d'Annunzio"
Sponsorizzato

La tua passione è ciò di cui abbiamo bisogno! Scopri l'Offerta Formativa di UdA e scegli il tuo corso di studi.

OFFERTAFORMATIVA.UNITN.IT
Materials Engineering [Learn More](#)

Parola chiave

Attiva
Data di inizio della pubblicazione: 25 set 2022
Piattoforme [f](#) [i](#) [a](#) [s](#)
Questa inserzione ha più versioni [i](#)
ID: 1535509303575248
[Vedi dettagli dell'inserzione](#)

Università del Piemonte Orientale
Sponsorizzato

Fai il passo in avanti che ti serve. Scegli il corso di laurea magistrale giusto per te. Il tuo futuro accelera con UPO!

OFFERTAFORMATIVA.UNITN.IT
Materials Engineering [Learn More](#)



Molto Attivi su Fb/Instagram

Lancio nel mese di agosto 2022

Università degli Studi di Ferrara
Sponsorizzato

Scegli le parole per dare voce alla tua identità talento, a un mondo tutto nuovo. Scopri il studio del Dipartimento di Studi Umanistici.

Università di Ferrara. Immatricolazioni a partire da luglio.

UNIFE.IT
UNIFE | Dipartimento di Studi umanistici

Università Vita-Salute San Raffaele
Sponsorizzato

Ti appassiona la Filosofia? Scarica la Brochure e scopri le opportunità offerte dalla Facoltà di Filosofia UNISRA!

Filosofia
Scarica la Brochure

UNISRA.IT
Scarica la Brochure del Corso in Filosofia UNISRA
La Laurea Triennale costituisce il necessario percorso di avvio alla ricerca e all'insegnamento nelle scuole e nelle università...

Università Cattolica del Sacro Cuore
Sponsorizzato

Master in DIGITAL COMMUNICATIONS SPECIALIST
Iscriviti all'XI edizione del Master in Digital Communication Specialist #ALMED e diventa un professionista della comunicazione digitale.

Acquisirai competenze tecniche e strategiche grazie a:
una faculty di eccellenza; ...

Master in Digital Communication Specialist

UNIVERSITÀ CATTOLICA DEL SACRO CUORE
ALMED

Università degli Studi di Padova
Sponsorizzato

Il premio Nobel per la Fisiologia e la Medicina Sir Peter Ratcliffe per #800Unipd.

Il medico britannico racconterà del lavoro del suo team di ricerca sui processi con cui le cellule percepiscono e si adattano ai livelli di ossigeno e di come la conoscenza si sviluppi in modi inaspettati e utili alla società...

Sir Peter Ratcliffe
Nobel Lecture



ENGAGE

CAMPAGNE

01/04/2022



di Caterina Varpi

UNIVERSITÀ TELEMATICA PEGASO SCEGLIE OMD, WEBRANKING E IABICUS E LANCIA UNA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE

Le agenzie sono state selezionate per assegnazione diretta. Budget pubblicitario annuale di circa 10 milioni di euro

LA PIANIFICAZIONE COINVOLGE TV E DIGITAL





PEGASO

Università Telematica

ACCREDITATO M.I.U.R.
D.M. 20/04/2006 G.U. N.118 DEL 23/05/2006

Popolazione studentesca

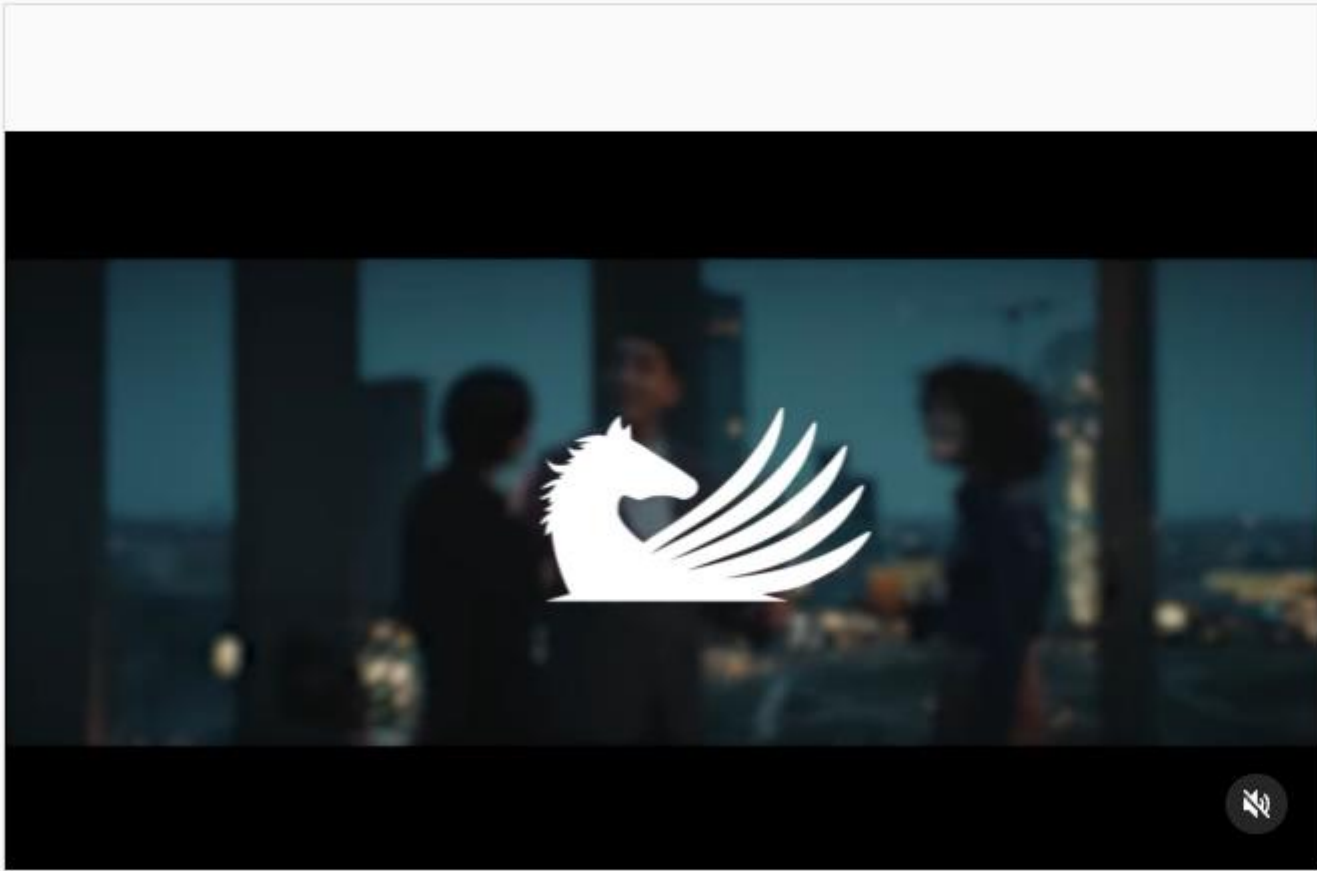
Studenti	Totali	di cui donne	di cui stranieri	Anno di riferimento
Immatricolati	6.379	1.867	166	2020/2021
Iscritti	65.611	30.388	831	2020/2021
Laureati	11.378	5.086	66	2020



Presenza di numerosissime campagne ADV (oltre 600) tra vari social, compresi Facebook e Instagram. Si tratta spesso di campagne mirate, con contenuti adattati alle caratteristiche del social di destinazione.

The screenshot shows the Meta Ad Library interface. At the top, there are navigation links: "Libreria inserzioni", "Report della Libreria inserzioni", and "API Ad Library". Below this is a search bar with "Italia" selected for location and "Università telematica Pegaso" for the search term. A "Parola chiave" field and "Filtri" button are also visible. The results are filtered by "Lancio nel mese di settembre 2022". Three ads are displayed, each with a "Vedi dettagli dell'inserzione" button. The first ad is for "Università telematica Pegaso" with ID 614725973634213, featuring a blue background with "50%". The second ad is for "Università telematica Pegaso" with ID 409067867972780, featuring a stack of books and "50%". The third ad is for "Università telematica Pegaso" with ID 611706920442351, featuring a green background with "50%".





pachiralocation • [Follow](#) ...

pachiralocation L'università telematica Pegaso ha lanciato una nuova campagna, prodotta da Think Cattleya per presentare un'università più flessibile e digitalizzata. L'idea dello spot è proprio quello di presentare un'università accessibile per tutti con un semplice dispositivo elettronico e che porti i propri studenti ad ottenere grandi risultati. Tra i vari spazi utilizzati c'è anche la

Liked by [the_corridor](#) and others

SEPTEMBER 2



Grazie dell'attenzione !

Mauro Di Giacomo - Digivis

m.digiacomo@digivis.eu

