

Servizio orientamento e promozione

Rapporto annuale 2024/25

Indice

1.	Lead Generation	3
2.	Eventi	4
	2.1. Eventi interni Bachelor	4
	2.2. Eventi interni Master	5
3.	Andamento preiscrizioni a.a. 2025/26	6

Premessa

Le attività di Lead generation e gli eventi vengono presentati in un report unico, in quanto non è sempre possibile suddividere attività ed eventi per programma/Facoltà: nella fase di lead, infatti, i prospects dimostrano interesse per più programmi che possono afferire a Facoltà diverse.

1. Lead Generation

Il Servizio orientamento e promozione ha gestito 12'666 contatti (lead) tramite il CRM Hubspot (+48% vs PY). Di questi, 1'201 contatti hanno iniziato a compilare il formulario di iscrizione e 802 si sono immatricolati all'USI nel a.a. 2025-26. La differenza (399) sono coloro che non hanno concluso l'iscrizione, oppure che non sono stati accettati dall'USI, o ancora che sono stati accettati, ma hanno deciso di non iscriversi.

Il Servizio orientamento e promozione ha gestito 7'731 e-mail in uscita (+43% vs PY) verso contatti da settembre 2024 a agosto 2025, con una media di oltre 644 e-mail in uscita al mese e picchi di oltre 1'932.

Questi numeri escludono le Newsletter e le email di nurturing che sono state 71'904 nel periodo preso in considerazione. Queste hanno avuto un Open rate del 43.71% e Click-Through Rate del 29.9%.

Durante il periodo preso in considerazione, il servizio ha gestito inoltre **225 appuntamenti one-to-one con potenziali candidati**, prenotati direttamente dall'utente sul sito, oltre che le consulenze al bancone che non sono però quantificabili.

Da questi 225 appuntamenti sono poi conseguite **57 immatricolazioni**.

2. Eventi

Il Servizio orientamento e promozione da settembre 2024 a agosto 2025 ha organizzato 11 eventi di orientamento nei Campus USI ai quali hanno partecipato 1'172 prospects (non sono considerati in questo numero i partecipanti di OrientaTI – 1'250 circa - in quanto siamo co-organizzatori dell'evento e non possiamo registrare le presenze).

Il 39% dei partecipanti ai nostri eventi si è immatricolata nel a.a. 2025-26 all'USI. Consideriamo questo un ottimo KPI a livello di conversione (vs 28% PY).

2.1. Eventi interni Bachelor

Abbiamo registrato 700 partecipazioni ai 7 eventi interni relativi ai programmi di Bachelor. Come descritto in dettaglio nelle tabelle a seguire, il tasso di conversione dei nostri eventi (in termini di partecipanti che poi diventano studenti immatricolati) è sempre molto buono.

Bachelor Info Day (2 edizioni)	
Utenti registrati	332
Di cui poi si sono immatricolati	153 (46%)

Bachelor Ministage (2 edizioni)	
Utenti registrati	122
Di cui poi si sono immatricolati	48 (39%)

Coloro che hanno partecipato sia al Bachelor Info day che al Bachelor Ministage (già compresi nei numeri sopra in tabella) sono stati 10 e hanno convertito in un'iscrizione al 100%.

Per quanto riguarda invece gli eventi per il Bachelor in Architettura

Bachelor Info Day ARC (2 edizioni)	
Utenti registrati	230
Di cui poi si sono immatricolati	78 (34%)

Bachelor Ministage ARC (1 edizione)	
Utenti registrati	40
Di cui poi si sono immatricolati	13 (33%)

Coloro che hanno partecipato sia al Bachelor Info day che al Bachelor Ministage (già compresi nei numeri sopra in tabella) sono stati 14 e il 36 % ha convertito in un'iscrizione. Da tenere in considerazione che per iscriversi al Bachelor in Architettura è prevista una prova d'ingresso, il che giustifica un tasso di conversione inferiore alla media di Lugano.

2.2. Eventi interni Master

Abbiamo registrato 472 partecipanti ai 4 eventi interni relativi ai programmi di Master.

Master Info Day (2 edizioni)	
Utenti registrati	330
Di cui poi si sono immatricolati	111 (34%)

Master Meetings (1 edizione)	
Utenti registrati	142
Di cui poi si sono immatricolati	75 (53%)

Per quanto riguarda invece gli eventi per i Master dell'Accademia di architettura:

Master Info Day ARC (1 edizione)	
Utenti registrati	40
Di cui poi si sono immatricolati	6 (15%)

Coloro che hanno partecipato sia al Master Info day che al Master Meetings (già compresi nei numeri sopra in tabella) sono stati 40 e hanno convertito in un'iscrizione al 73%.

3. Andamento preiscrizioni a.a. 2025/26

L'USI per l'anno accademico in corso ha registrato un moderato aumento del numero di preiscrizioni come prima scelta rispetto all'anno precedente (+6%).

Se analizziamo il numero di iscritti effettivi Bachelor e Master (Enrollments), questo è aumento del 2%, il che fa pensare a una stabile qualità dei prospects. Il Complete rate (Enrollments/Applications) è peggiorato di qualche punto percentuale passando dal 54,2% al 51,6%. Questo si motiva con il fatto che alcuni programmi hanno applicato una forte selezione dovuta alla massima capacità del programma.