

La Commissione Orientamento di Ateneo in data 8 maggio 2017 ha discusso la possibilità di utilizzare i servizi di Ladybird s.r.l., possessore del sito Docsity per l'attività di orientamento. La proposta contrattuale include di 3 prodotti principali:

1. Invio di 150.000 email profilate in base al corso di studio;
2. Utilizzo di banner promozionali all'interno del sito con 330.000 visualizzazioni (impressions);
3. Inserimento di un articolo con rilancio, due post su pagine Facebook con alta frequentazione da parte di studenti (+100.000 follower) e realizzazione di n. 3 messaggi.

Prima dell'affidamento del contratto si è ritenuto utile svolgere un'istruttoria supplementare di cui si riporta una sintesi qui di seguito. La parte preponderante dell'attività contenuta nel servizio offerto da DocSity è costituita dall'invio di e-mail profilate (punto 1). Tale servizio di orientamento (in distanza) costituisce il carattere distintivo del prodotto. DocSity traccia le attività svolte dagli studenti che si sono registrati al sito e attraverso le informazioni raccolte durante la navigazione dell'utente (studente) all'interno del sito è in grado di profilare gli studenti in base alle età e interessi. Da qui è in grado di identificare quali corsi di studio possono essere di maggior interesse per lo studente.

Le altre due attività sono principalmente svolte a rinforzo dell'attività principali con la funzione di rafforzare il nome e l'immagine dell'ateneo (punto 2 e 3).

Quali sono i competitor? L'analisi è stata effettuata utilizzando come parola chiave "dispense di economia aziendale" nel motore di ricerca google. Dall'analisi delle prime 40 entrate, una volta tolti i link alle pagine personali agli appunti dei docenti, sono emersi i seguenti siti classificati per tipologia (marketplace, community, sito tematico, associazione studentesca), modalità di funzionamento del servizio, richiesta o meno di credenziali d'accesso. Attraverso l'analisi dei siti web è stata inoltre condotta una breve analisi sulle fonti di entrata (Tabella 1).

Tabella 1. Siti identificati e caratteristiche

Sito	Tipologia / modalità di funzionamento	Cre den ziali	Fonti di entrata
www.skuola.net	<b>Marketplace:</b> i ragazzi possono rendere disponibili i loro appunti gratuitamente o a pagamento	si	Pubblicità generica: es: booking.com; krave; ford Idea; Kellogg's grave
www.docsity.com	<b>Community:</b> i ragazzi possono o pagare un'iscrizione o mettere a disposizione gratuitamente i loro appunti	si	Abbonamento 4,99€ al mese; sponsorizzazione corsi di laurea e master.
doc.studenti.it	<b>Sito tematico</b> per gli studenti delle scuole superiori.	si	Pubblicità generica e sponsorizzazione a corsi di laurea; articoli sponsorizzati
Studocu.com	<b>Community:</b> i ragazzi possono o pagare un'iscrizione o mettere a disposizione gratuitamente i loro appunti.	si	Abbonamento premium: 5,99€ al mese. Non c'è pubblicità.
www.quaestiones.com	<b>Community.</b> Sito artigianale e poco funzionale sulle domande d'esame	si	Pubblicità generiche o su tematiche della scuola (Academia: teatro della scala; compra & vendi su libracciio.it trivago)
vivereeconomia.it	Associazione studentesca. Sito molto semplice	no	no
www.inftub.com	<b>Sito tematico</b> che contiene documenti e	si	Pubblicità generica

	articoli online soprattutto per studenti scuole superiori.		
appunti.studentville.it	<b>Sito tematico</b> di raccolta appunti.	no	Pubblicità generica
www.studiamo.it	<b>Sito tematico</b> con contenuti strutturati sulle varie discipline. Svolge attività gratuita di divulgazione	no	Donazioni

La specificità dell'attività di DocSity dipende dal fatto che il sito sia una Community a cui si accede attraverso credenziali e che svolge attività di orientamento attraverso sponsorizzazioni a corsi di laurea.

Dall'elenco qui considerato si evince che ci sono due siti che potenzialmente offrono un servizio comparabile a quello di docsity: Studocu e quaestiones. Studoco è controllato da StudeerSnel B.V., una società olandese. Dal sito non emerge la possibilità di avere un contatto diretto con il fornitore e non risulta che effettuino tale attività di mailing profilando gli studenti. Non ci sono sedi in Italia. Anche il fatto che non ci sia pubblicità, banner, ecc. porta ad escludere che la loro attività sia da collegarsi con quella di orientamento degli atenei (almeno in Italia). La loro fonte principale è costituita da abbonamenti sottoscritti dagli studenti. Per quanto concerne Quaestiones si ravvisa che il sito è artigianale. Agli studenti non è richiesto il pagamento per il servizio e le entrate sono sponsorizzazioni generiche o riferite ai temi della scuola.

Sulla base di questa analisi si ritiene che DocSity abbia delle caratteristiche di specificità e unicità per l'attività di orientamento. Si segnala, infine, che la ditta Ladybird s.r.l. è presente sul Mepa della Consip.

Delegato del Rettore per  
l'Orientamento e il placement  
Prof. Marco Alderighi