AUTHOMIA

MODELLO DI BUSINESS

BUSINESS MODEL

Piattaforme proprietarie, servizi tecnologici e rete commerciale

4	2	SaaS
AREE OPERATIVE	PIATTAFORME PROPRIETARIE	RICAVI RICORRENTI

00 Sommario

Il modello di business di Authomia: piattaforme proprietarie in abbonamento, sviluppo software, rete commerciale e consulenza tecnologica.

01 Il modello di business 03

02 Le quattro aree operative 04

03 Struttura dei ricavi 08

04 Scalabilità e sostenibilità del modello 09

05 Obiettivi strategici 10

IL MODELLO IN SINTESI

Quattro aree operative complementari, due piattaforme proprietarie — MARTY e FLUXOR — distribuite in abbonamento, e una rete di agenti, rivenditori e partner come principale motore di espansione.

01 Il modello di business

AUTHOMIA adotta un modello di business diversificato, fondato sullo sviluppo e sulla commercializzazione di piattaforme software proprietarie, sull'erogazione di servizi tecnologici e sulla costruzione di una rete di partner commerciali.

Il modello nasce con un obiettivo preciso: sviluppare prodotti digitali capaci di generare ricavi ricorrenti e distribuirli su un mercato progressivamente più ampio, affiancando a questa attività servizi tecnologici destinati alle imprese che necessitano di soluzioni specifiche.

La strategia attribuisce un ruolo centrale alle piattaforme MARTY e FLUXOR, considerate i principali asset proprietari su cui costruire la crescita futura della società. Lo sviluppo della rete commerciale rappresenta la leva attraverso cui accelerarne la diffusione, raggiungendo clienti e segmenti di mercato che difficilmente potrebbero essere presidiati attraverso la sola vendita diretta.

Il modello si articola in quattro aree operative tra loro complementari.

LE QUATTRO AREE OPERATIVE

01	02	03	04
Piattaforme SaaS	**Sviluppo software**	**Rete commerciale**	**Consulenza**

02 Le quattro aree operative

01 Piattaforme proprietarie Software as a Service (SaaS)

La commercializzazione di MARTY e FLUXOR costituisce il principale asse strategico del modello di business AUTHOMIA.

Le due piattaforme si rivolgono a mercati ed esigenze differenti, ma condividono un'impostazione comune: trasformare i dati aziendali in informazioni strutturate e strumenti di supporto alle decisioni.

- MARTY è dedicato al mondo e-commerce e consente alle aziende di analizzare le performance del proprio business digitale, mettendo in relazione dati commerciali, clienti, prodotti e attività di marketing.
- FLUXOR si rivolge a professionisti e imprese e nasce per offrire una visione più chiara dell'andamento economico e finanziario dell'attività, attraverso l'elaborazione dei dati aziendali e amministrativi.

Entrambi i prodotti, in fase avanzata di testing e consolidamento, sono destinati a essere commercializzati attraverso un modello di abbonamento, con piani tariffari differenziati in funzione delle caratteristiche della piattaforma, delle funzionalità disponibili e delle esigenze organizzative dei clienti.

Le principali componenti di ricavo previste sono:

- Abbonamenti mensili e annuali.
- Piani tariffari progressivi.
- Moduli e funzionalità aggiuntive.
- Servizi di configurazione, integrazione e implementazione.
- Eventuali servizi complementari a supporto dell'utilizzo delle piattaforme.

La natura ricorrente degli abbonamenti consente di costruire nel tempo una base di ricavi ripetuti, favorendo la stabilità economica e la possibilità di pianificare gli investimenti futuri.

Un ulteriore elemento di sviluppo è rappresentato dall'incremento del valore medio per cliente, attraverso l'adozione di piani superiori, l'attivazione di moduli aggiuntivi e l'ampliamento dei servizi utilizzati.

La distribuzione in modalità cloud permette inoltre di rendere disponibili le piattaforme a un numero crescente di aziende, valorizzando un'unica infrastruttura tecnologica e contenendo l'incremento dei costi per ogni nuovo cliente, pur mantenendo gli investimenti necessari in infrastruttura, assistenza e sviluppo.

02 Sviluppo software e soluzioni personalizzate

AUTHOMIA mantiene una seconda area di attività dedicata alla progettazione e allo sviluppo di soluzioni software personalizzate.

L'esperienza maturata nello sviluppo di piattaforme web, applicazioni aziendali, sistemi gestionali e-commerce e integrazioni tra sistemi consente alla società di rispondere a esigenze tecnologiche specifiche che non trovano una risposta adeguata nei prodotti standard disponibili sul mercato.

Le attività comprendono:

- Progettazione e sviluppo di software su commessa.
- Realizzazione di piattaforme web e applicazioni aziendali.
- Integrazione tra gestionali, sistemi informativi e piattaforme esterne.
- Automazione di processi operativi e amministrativi.
- Manutenzione, assistenza ed evoluzione delle soluzioni realizzate.

Questa linea di business rappresenta una fonte di ricavi complementare rispetto alla commercializzazione dei prodotti proprietari.

Consente inoltre di mantenere un rapporto diretto con le esigenze delle imprese, intercettando problematiche operative e opportunità di innovazione che possono contribuire all'evoluzione delle piattaforme AUTHOMIA.

Nel tempo, la società intende privilegiare gli interventi a maggiore valore tecnologico e le attività coerenti con il proprio ecosistema, evitando che lo sviluppo su commessa assorba risorse necessarie alla crescita dei prodotti SaaS.

03 Rete commerciale, partnership e rivenditori

La costruzione di una rete commerciale strutturata rappresenta una delle principali direttrici di sviluppo di AUTHOMIA e uno degli ambiti prioritari di impiego delle risorse derivanti dalla campagna di investimento.

La società intende sviluppare un sistema distributivo articolato, composto da figure commerciali dirette e partner indipendenti già presenti nel mercato dei servizi tecnologici e digitali.

I principali interlocutori individuati sono:

- Agenti e collaboratori commerciali.
- Rivenditori e concessionari software non esclusivi.
- Software house e system integrator.
- Web agency ed e-commerce agency.
- Consulenti informatici e professionisti che operano a contatto con le imprese.

L’obiettivo è coinvolgere operatori che dispongono già di relazioni consolidate con aziende potenzialmente interessate a MARTY e FLUXOR, consentendo loro di ampliare la propria offerta attraverso la commercializzazione delle piattaforme AUTHOMIA.

Il sistema di collaborazione prevede accordi commerciali e meccanismi commissionali collegati ai contratti acquisiti, con condizioni differenziate in funzione del canale e del ruolo svolto dal partner.

Questo approccio consente di estendere la presenza commerciale sul territorio nazionale senza dover sostenere integralmente i costi di una rete vendita composta esclusivamente da personale interno.

La strategia prevede uno sviluppo progressivo della rete, partendo dalla selezione dei primi partner e dalla definizione di procedure commerciali e operative replicabili, per arrivare a una copertura territoriale più ampia.

La rete distributiva non rappresenta soltanto un canale di acquisizione clienti, ma un elemento strutturale del modello di crescita: ogni nuovo partner potenzialmente attivo può contribuire alla diffusione delle piattaforme e alla generazione di nuovi ricavi ricorrenti.

04 Consulenza tecnologica e trasformazione digitale

AUTHOMIA affianca allo sviluppo dei prodotti e delle soluzioni software attività di consulenza tecnologica rivolte alle imprese.

L’obiettivo è supportare le aziende nell’individuazione e nell’adozione di strumenti digitali in grado di migliorare l’organizzazione, l’efficienza operativa e la gestione delle informazioni.

Le attività comprendono:

- Analisi dei processi aziendali e dei flussi informativi.
- Consulenza per la digitalizzazione e l'automazione.
- Progettazione di architetture e infrastrutture software.
- Integrazione di sistemi e applicazioni.
- Individuazione di opportunità di utilizzo dell'intelligenza artificiale.
- Supporto all'introduzione di nuove tecnologie nei processi aziendali.

Questa attività genera opportunità di ricavo diretto e permette di sviluppare relazioni con imprese che possono successivamente adottare le piattaforme proprietarie.

La consulenza costituisce quindi un'attività complementare al modello SaaS, mantenendo AUTHOMIA a contatto con il mercato e con le sue esigenze tecnologiche.

03 Struttura dei ricavi

Il modello economico di AUTHOMIA combina ricavi ricorrenti e ricavi derivanti da singole attività progettuali.

Ricavi ricorrenti

- Abbonamenti alle piattaforme MARTY e FLUXOR.
- Canoni relativi a moduli e funzionalità aggiuntive.
- Contratti continuativi di assistenza e manutenzione.
- Servizi tecnologici erogati su base periodica.

Ricavi non ricorrenti

- Progetti di sviluppo software personalizzato.
- Attività di integrazione e implementazione.
- Consulenza e progettazione tecnologica.
- Interventi evolutivi e attività progettuali specifiche.

La distribuzione attraverso agenti, rivenditori e partner non costituisce una linea di ricavo separata, ma un canale commerciale finalizzato alla generazione di contratti e abbonamenti sulle piattaforme proprietarie.

Nel medio-lungo periodo, AUTHOMIA intende incrementare progressivamente il peso dei ricavi ricorrenti sul totale, riducendo la dipendenza dalle attività su commessa e costruendo una struttura economica maggiormente prevedibile e scalabile.

04 Scalabilità e sostenibilità del modello

Uno degli elementi distintivi del modello di business AUTHOMIA è la possibilità di valorizzare le piattaforme proprietarie attraverso una distribuzione su larga scala.

A differenza delle attività tradizionali basate prevalentemente sulla vendita di ore di lavoro, il modello SaaS permette di commercializzare lo stesso prodotto presso una pluralità di clienti, generando ricavi ripetuti nel tempo senza dover sviluppare una soluzione distinta per ogni azienda.

La modularità delle piattaforme, l'evoluzione progressiva delle funzionalità, l'automazione dei processi e l'integrazione di tecnologie basate sull'intelligenza artificiale costituiscono ulteriori leve per ampliare il valore offerto ai clienti.

La crescita richiederà comunque investimenti proporzionati in infrastruttura tecnologica, sviluppo, assistenza, onboarding e acquisizione commerciale. L'obiettivo sarà quindi mantenere un equilibrio tra incremento della base clienti, qualità del servizio e sostenibilità dei costi operativi.

La combinazione tra prodotti proprietari, competenze tecnologiche e distribuzione attraverso partner consente ad AUTHOMIA di perseguire una crescita che non dipenda esclusivamente dall'aumento delle risorse impiegate nei singoli progetti.

05 Obiettivi strategici

Attraverso questo modello di business, AUTHOMIA intende perseguire i seguenti obiettivi:

- Costruire una base crescente di clienti abbonati alle piattaforme MARTY e FLUXOR.
- Incrementare il valore medio generato da ciascun cliente attraverso piani e servizi aggiuntivi.
- Sviluppare una rete commerciale nazionale composta da agenti, rivenditori e partner tecnologici.
- Ampliare la presenza nei segmenti di mercato di riferimento attraverso canali distributivi differenti.
- Valorizzare le competenze di sviluppo software e consulenza come attività complementari ai prodotti proprietari.
- Sviluppare nuove soluzioni e funzionalità a partire dalle tecnologie e dalle competenze già acquisite.
- Incrementare progressivamente il peso dei ricavi ricorrenti rispetto a quelli derivanti da singoli progetti.
- Costruire una struttura organizzativa e operativa in grado di sostenere la crescita senza un incremento proporzionale dei costi.

L'obiettivo di AUTHOMIA è costruire una società tecnologica con prodotti proprietari, competenze verticali e una rete distributiva capace di raggiungere un mercato ampio.

Un modello nel quale lo sviluppo tecnologico costituisce la base, la rete commerciale rappresenta il principale motore di espansione e i ricavi ricorrenti SaaS diventano progressivamente la componente centrale della sostenibilità economica e della crescita aziendale.

AUTHOMIA

www.authomia.it