AUTHOMIA

PIANO DI UTILIZZO

USE OF FUNDS

Destinazione e piano di utilizzo dell'investimento di un importo compreso tra 50.000 e 120.000 euro

50–120 k €
RACCOLTA PREVISTA

60 %
ALLA RETE COMMERCIALE

7,69–16,67 %
DEL CAPITALE SOCIALE

01 Obiettivo dell'investimento

Authomia intende raccogliere un importo compreso tra 50.000 e 120.000 euro per accelerare la crescita commerciale della società e sviluppare una rete distributiva nazionale dedicata ai propri prodotti SaaS, Marty e Fluxor.

L'investimento è finalizzato principalmente al passaggio da una fase di sviluppo e consolidamento tecnologico a una fase di espansione commerciale strutturata, con l'obiettivo di trasformare le potenzialità dei prodotti proprietari in una base clienti più ampia e in una crescita progressiva dei ricavi ricorrenti.

La priorità non è aumentare indiscriminatamente la struttura aziendale o sostenere costi fissi elevati, ma costruire un sistema di acquisizione e distribuzione replicabile, basato sulla collaborazione con agenti, rivenditori, concessionari non esclusivi, software house e partner tecnologici.

Il capitale raccolto consentirà inoltre di sostenere le attività di marketing, consolidare gli aspetti dei prodotti maggiormente rilevanti per la commercializzazione e organizzare i processi di attivazione e assistenza dei nuovi clienti.

50–120 k€	**12 mesi**	**60%**
RACCOLTA PREVISTA	ORIZZONTE DI IMPIEGO	ALLA RETE COMMERCIALE

02 Ripartizione delle risorse

DESTINAZIONE	PERCENTUALE	IMPORTO PREVISTO (MIN. 50.000 € / MAX. 120.000 €)
Sviluppo della rete commerciale	60%	30.000 € / 72.000 €
Marketing e lead generation	20%	10.000 € / 24.000 €
Evoluzione e consolidamento prodotti	10%	5.000 € / 12.000 €
Onboarding e customer success	5%	2.500 € / 6.000 €
Capitale circolante e operatività	5%	2.500 € / 6.000 €
Totale	**100%**	**50.000 € / 120.000 €**



Sviluppo della rete commerciale	**60%**	30.000 € / 72.000 €
Marketing e lead generation	**20%**	10.000 € / 24.000 €
Evoluzione e consolidamento prodotti	**10%**	5.000 € / 12.000 €
Onboarding e customer success	**5%**	2.500 € / 6.000 €
Capitale circolante e operatività	**5%**	2.500 € / 6.000 €

03 Dettaglio delle destinazioni

A. Sviluppo della rete commerciale – 60.000 €

La quota principale dell'investimento sarà destinata alla costruzione, all'attivazione e allo sviluppo della rete commerciale di Authomia.

L'obiettivo è creare un'organizzazione distributiva in grado di ampliare progressivamente la presenza di Marty e Fluxor sul mercato italiano, riducendo nel tempo la dipendenza dalle attività di vendita gestite direttamente dal fondatore.

LE RISORSE SARANNO IMPIEGATE PER:

- ricerca, selezione e attivazione di agenti e collaboratori commerciali;
- individuazione e sviluppo di accordi con rivenditori e concessionari software;
- recruiting e onboarding dei partner distributivi;
- formazione commerciale e tecnica sui prodotti;
- predisposizione di strumenti, documentazione e materiali a supporto della vendita indiretta;
- supporto alle prime attività di presentazione e acquisizione clienti;
- gestione, coordinamento e sviluppo delle relazioni con la rete;
- definizione di procedure e strumenti per monitorare le attività e i risultati dei singoli canali.

Particolare attenzione sarà riservata alla creazione di rapporti con operatori già presenti nel mercato B2B e dotati di una propria rete di clienti, così da valorizzare relazioni commerciali esistenti e accelerare la diffusione dei prodotti senza dover costruire ogni rapporto commerciale da zero.

La strategia prevede lo sviluppo parallelo di un canale diretto, attraverso agenti e collaboratori, e di un canale indiretto, attraverso rivenditori, concessionari e partner tecnologici.

Questo modello permetterà ad Authomia di ampliare progressivamente la propria copertura territoriale mantenendo una struttura organizzativa flessibile e una maggiore attenzione ai costi fissi.

LA RIPARTIZIONE OPERATIVA PREVISTA PER QUESTA VOCE È LA SEGUENTE:

ATTIVITÀ	BUDGET INDICATIVO (MIN. / MAX.)
Ricerca, selezione e recruiting	3.000 € / 7.200 €
Onboarding e formazione commerciale	2.500 € / 6.000 €
Materiali e strumenti per la vendita	2.000 € / 4.800 €
Attivazione territoriale e supporto alla rete	4.000 € / 9.600 €
Provvigioni e incentivi di avviamento	13.500 € / 32.400 €
Coordinamento e gestione della rete	3.500 € / 8.400 €
Fondo per esigenze commerciali impreviste	1.500 € / 3.600 €
Totale	**30.000 € / 72.000 €**

Le risorse destinate a provvigioni e incentivi saranno utilizzate prevalentemente per remunerare le vendite effettivamente generate, secondo accordi commerciali definiti con agenti, collaboratori e partner. Eventuali incentivi di avviamento saranno valutati in funzione delle attività svolte e degli obiettivi concordati.

13.500–32.400 €
PROVVIGIONI E INCENTIVI

4.000–9.600 €
ATTIVAZIONE TERRITORIALE

30.000–72.000 €
TOTALE RETE COMMERCIALE

B. Marketing e lead generation – 20.000 €

Una parte dell'investimento sarà destinata alla generazione di opportunità commerciali e al rafforzamento della visibilità dei prodotti, con attività coordinate con lo sviluppo della rete distributiva.

LE INIZIATIVE PREVISTE COMPRENDONO:

- campagne pubblicitarie digitali rivolte ai segmenti di mercato di riferimento;
- attività di acquisizione e qualificazione di contatti B2B;
- produzione di contenuti, presentazioni e materiali dimostrativi;
- realizzazione di webinar e iniziative di presentazione dei prodotti;
- comunicazione e promozione attraverso i canali aziendali;
- strumenti per la gestione, la qualificazione e il monitoraggio dei lead;
- campagne e iniziative di co-marketing con rivenditori e partner;
- supporto promozionale alle attività commerciali della rete.

L'obiettivo è costruire un sistema di marketing continuativo che contribuisca sia alla generazione di nuovi contatti per la vendita diretta, sia alla creazione di opportunità che possano essere sviluppate attraverso i partner distributivi.

Il marketing non sarà quindi considerato un'attività separata dalla rete commerciale, ma uno strumento a supporto dell'acquisizione clienti e della diffusione di Marty e Fluxor.

LA RIPARTIZIONE OPERATIVA PREVISTA È LA SEGUENTE:

ATTIVITÀ	BUDGET INDICATIVO (MIN. / MAX.)
Campagne pubblicitarie digitali	3.500 € / 8.400 €
Acquisizione e qualificazione contatti B2B	1.500 € / 3.600 €
Produzione contenuti e materiali dimostrativi	1.500 € / 3.600 €
Webinar ed eventi di presentazione	1.000 € / 2.400 €
Co-marketing con partner commerciali	1.500 € / 3.600 €
Landing page, tracciamento e automazioni	1.000 € / 2.400 €
Totale	**10.000 € / 24.000 €**

La strategia prevederà due percorsi paralleli: l'acquisizione diretta di nuovi clienti e il supporto promozionale ai partner, che potranno utilizzare le attività e i materiali di Authomia per sviluppare opportunità all'interno del proprio portafoglio clienti.

Il budget sarà utilizzato progressivamente, privilegiando inizialmente i segmenti che dimostreranno maggiore interesse e migliori tassi di conversione.

3.500–8.400 €	**1.500–3.600 €**	**10.000–24.000 €**
CAMPAGNE DIGITALI	CO-MARKETING PARTNER	TOTALE MARKETING

C. Evoluzione e consolidamento dei prodotti – 10.000 €

Una quota dell'investimento sarà riservata al miglioramento continuo di Marty e Fluxor, con particolare attenzione agli aspetti che possono incidere direttamente sulla commercializzazione, sull'esperienza degli utenti e sulla capacità di supportare una base clienti crescente.

GLI INTERVENTI POTRANNO COMPRENDERE:

- miglioramento dell'esperienza utente e delle interfacce;
- ottimizzazione delle procedure di configurazione e attivazione;
- sviluppo di integrazioni richieste dai segmenti di mercato prioritari;
- miglioramento delle prestazioni, dell'affidabilità e della scalabilità delle piattaforme;
- realizzazione di strumenti e funzionalità a supporto delle dimostrazioni commerciali;
- adeguamenti tecnici derivanti dai feedback raccolti durante le attività di vendita e utilizzo.

LA RIPARTIZIONE OPERATIVA PREVISTA È LA SEGUENTE:

ATTIVITÀ	BUDGET INDICATIVO (MIN. / MAX.)
Integrazioni e funzionalità prioritarie	2.000 € / 4.800 €
Miglioramento UX e procedure di attivazione	1.000 € / 2.400 €
Prestazioni, affidabilità e scalabilità	1.000 € / 2.400 €
Strumenti per demo e presentazioni	500 € / 1.200 €
Monitoraggio e sicurezza tecnica	500 € / 1.200 €
Totale	**5.000 € / 12.000 €**

Le attività saranno orientate prioritariamente a interventi con ricadute concrete sulla facilità di adozione dei prodotti, sulla loro competitività e sulla capacità di rispondere alle esigenze dei clienti acquisiti.

D. Onboarding e customer success – 5.000 €

Le risorse saranno destinate all'organizzazione delle attività necessarie per accompagnare i nuovi clienti nelle prime fasi di utilizzo dei prodotti e favorire la continuità del rapporto nel tempo.

IN PARTICOLARE, SONO PREVISTE ATTIVITÀ DI:

- assistenza nelle prime fasi di configurazione e attivazione;
- formazione degli utenti;
- realizzazione di guide operative e documentazione;
- supporto ai partner nelle prime attivazioni dei clienti;
- raccolta e analisi dei feedback;
- monitoraggio delle esigenze e delle criticità segnalate dagli utilizzatori.

LA RIPARTIZIONE OPERATIVA PREVISTA È LA SEGUENTE:

ATTIVITÀ	BUDGET INDICATIVO (MIN. / MAX.)
Guide operative e contenuti formativi	750 € / 1.800 €
Supporto alla configurazione dei clienti	750 € / 1.800 €
Formazione tecnica dei partner	500 € / 1.200 €
Strumenti e procedure di assistenza	500 € / 1.200 €
Totale	**2.500 € / 6.000 €**

L'obiettivo è rendere il processo di attivazione progressivamente più semplice e standardizzato, riducendo le difficoltà iniziali e favorendo l'adozione effettiva delle piattaforme.

Un processo di onboarding strutturato rappresenta inoltre un elemento importante per sostenere la crescita della rete distributiva, consentendo ai partner di operare con procedure e strumenti condivisi.

E. Capitale circolante e operatività – 5.000 €

Una quota dell'investimento sarà destinata a sostenere le esigenze operative connesse alla fase di espansione commerciale.

Le risorse potranno contribuire alla copertura di spese amministrative, tecnologiche e organizzative, oltre che di eventuali necessità operative non pianificate.

LA RIPARTIZIONE INDICATIVA È LA SEGUENTE:

ATTIVITÀ	BUDGET INDICATIVO (MIN. / MAX.)
Infrastruttura e servizi tecnologici	1.000 € / 2.400 €
Spese amministrative e contabili	750 € / 1.800 €
Contrattualistica e supporto legale	500 € / 1.200 €
Margine operativo per esigenze impreviste	250 € / 600 €
Totale	**2.500 € / 6.000 €**

Questa disponibilità consentirà di mantenere maggiore flessibilità nella gestione delle attività durante la fase di sviluppo, senza dover destinare risorse eccessive a costi strutturali permanenti.

1.000–2.400 €
INFRASTRUTTURA E SERVIZI

750–1.800 €
SPESE AMMINISTRATIVE

500–1.200 €
CONTRATTUALISTICA E LEGALE

250–600 €
MARGINE PER IMPREVISTI

04 Cronoprogramma di utilizzo dell'investimento

L'impiego del capitale sarà distribuito indicativamente nell'arco dei primi 12 mesi dalla disponibilità effettiva delle risorse.

L'obiettivo è procedere per fasi successive, adeguando l'intensità degli investimenti all'effettiva attivazione della rete commerciale e alla risposta del mercato.

PERIODO	PERCENTUALE	IMPORTO PREVISTO (MIN. 50.000 € / MAX. 120.000 €)
Mesi 1–3	20%	10.000 € / 24.000 €
Mesi 4–6	30%	15.000 € / 36.000 €
Mesi 7–9	25%	12.500 € / 30.000 €
Mesi 10–12	25%	12.500 € / 30.000 €
Totale	**100%**	**50.000 € / 120.000 €**

MESI 1–3
20%
10.000 € / 24.000 €

MESI 4–6
30%
15.000 € / 36.000 €

MESI 7–9
25%
12.500 € / 30.000 €

MESI 10–12
25%
12.500 € / 30.000 €

Prima fase – Preparazione e attivazione (mesi 1–3)

La fase iniziale sarà dedicata alla preparazione degli strumenti commerciali, alla ricerca e selezione dei primi agenti e partner, alla definizione degli accordi distributivi e all'avvio delle attività di marketing.

Saranno inoltre organizzati i processi di formazione, onboarding e supporto alla rete.

Seconda fase – Sviluppo commerciale (mesi 4–6)

In questa fase l'attenzione sarà concentrata sull'attivazione dei partner selezionati, sulla generazione di opportunità commerciali e sull'acquisizione dei primi clienti attraverso i diversi canali.

Le campagne di marketing saranno progressivamente orientate verso i segmenti e le iniziative che avranno mostrato maggiore efficacia.

Terza fase – Espansione (mesi 7–9)

La terza fase sarà dedicata all'ampliamento della rete distributiva e al rafforzamento dei canali che avranno dimostrato una maggiore capacità di generare vendite.

Le risorse saranno concentrate sulle attività con migliori prospettive di conversione e sul consolidamento dei processi commerciali e di attivazione.

Quarta fase – Consolidamento (mesi 10–12)

L'ultima fase del primo ciclo di investimento sarà dedicata all'ottimizzazione della rete, allo sviluppo dei partner più performanti e al miglioramento dell'efficienza complessiva del modello distributivo.

L'obiettivo sarà consolidare i risultati raggiunti e definire le priorità per la successiva fase di crescita.

Le percentuali rappresentano una pianificazione indicativa dell'impiego delle risorse e potranno essere rimodulate in funzione dell'andamento delle attività, delle opportunità commerciali e delle esigenze operative.

05 Risultati attesi e indicatori di monitoraggio

L'impiego delle risorse è finalizzato a creare le condizioni necessarie per accelerare la crescita commerciale di Authomia e rendere progressivamente più efficace il modello distributivo.

I PRINCIPALI RISULTATI ATTESI RIGUARDANO:

- attivazione e sviluppo di una rete commerciale diretta e indiretta;
- incremento del numero di agenti, rivenditori e concessionari effettivamente operativi;
- ampliamento della copertura territoriale sul mercato italiano;
- aumento delle opportunità commerciali generate e gestite attraverso i diversi canali;
- crescita del numero di clienti abbonati a Marty e Fluxor;
- incremento dei ricavi ricorrenti mensili e del valore annualizzato degli abbonamenti;
- progressiva standardizzazione dei processi di vendita, attivazione e assistenza;
- costruzione di un modello distributivo replicabile, capace di sostenere l'espansione futura.

Per valutare l'efficacia dell'investimento saranno monitorati indicatori specifici:

8	9	12 mesi
RISULTATI ATTESI	INDICATORI DI MONITORAGGIO	CICLO DI INVESTIMENTO

INDICATORI DI MONITORAGGIO

AREA	INDICATORE
Rete commerciale	Agenti e collaboratori attivati
Distribuzione	Rivenditori e concessionari convenzionati
Produttività	Partner che hanno generato almeno una vendita
Marketing	Lead qualificati generati
Conversione	Percentuale di lead trasformati in clienti
SaaS	Nuovi abbonamenti Marty e Fluxor
Ricavi	MRR e ARR acquisiti
Fidelizzazione	Tasso di rinnovo e abbandono
Efficienza	Costo di acquisizione cliente (CAC)

Particolare attenzione sarà riservata alla distinzione tra partner semplicemente convenzionati e partner effettivamente produttivi. Il numero di accordi sottoscritti, infatti, non rappresenta da solo un indicatore sufficiente della capacità distributiva: sarà determinante verificare quanti partner riescano concretamente a generare nuove acquisizioni.

I risultati saranno perseguiti attraverso un utilizzo progressivo e orientato agli obiettivi delle risorse disponibili, tenendo conto dell'effettiva risposta del mercato e delle performance dei singoli canali.

06 Coerenza con le previsioni di crescita

Il piano di utilizzo delle risorse è strettamente collegato agli obiettivi di sviluppo commerciale e alle proiezioni economiche previste per il triennio 2027–2029.

La crescita attesa della base clienti di Marty e Fluxor dovrà essere sostenuta da una combinazione di acquisizione diretta e distribuzione indiretta, con un progressivo ampliamento del numero di operatori commerciali attivi.

Per questo motivo, il monitoraggio dell'investimento non si limiterà alla verifica delle spese sostenute, ma sarà collegato all'andamento delle attività commerciali e alla loro capacità di generare ricavi ricorrenti.

SARANNO DISTINTI:

- clienti acquisiti direttamente da Authomia;
- clienti acquisiti attraverso agenti e collaboratori;
- clienti acquisiti attraverso rivenditori, concessionari e partner tecnologici.

Questa distinzione consentirà di valutare la produttività dei singoli canali, individuare quelli maggiormente efficaci e orientare le risorse verso le iniziative con migliori prospettive di crescita.

L'obiettivo è costruire un modello nel quale l'investimento iniziale contribuisca alla creazione di una rete commerciale capace di generare acquisizioni anche successivamente alla conclusione del primo ciclo di finanziamento.

07 Coerenza con l'operazione societaria

La raccolta prevista è pari a un importo compreso tra 50.000 e 120.000 euro, a fronte di una valutazione societaria post-money compresa tra 650.000 e 720.000 euro, corrispondente a una valutazione pre-money di 600.000 euro.

L'operazione prevede l'assegnazione complessiva di una partecipazione compresa tra il 7,6923% e il 16,6667% del capitale sociale all'investitore o agli investitori, a fronte dell'intero importo raccolto.

Il capitale sarà utilizzato per finanziare una fase strategica di accelerazione commerciale, nella quale il valore dei prodotti proprietari sviluppati da Authomia dovrà tradursi progressivamente in una base clienti più ampia, maggiori ricavi ricorrenti e una rete distributiva stabile.

La scelta di destinare la quota prevalente dell'investimento allo sviluppo commerciale riflette la volontà di valorizzare il lavoro tecnologico già realizzato e concentrare le risorse sulla capacità di raggiungere il mercato.

Authomia intende quindi utilizzare il capitale raccolto come leva per ampliare la propria capacità di acquisizione e distribuzione, mantenendo una struttura aziendale flessibile, contenendo i costi fissi e costruendo le basi per una crescita sostenibile nel medio-lungo periodo.

50–120 k€	600 k€	650–720 k€	7,69–16,67%
RACCOLTA	PRE-MONEY	POST-MONEY	CAPITALE ASSEGNATO

AUTHOMIA

www.authomia.it