



# BUSINESS PLAN

**HPA S.r.l.**

**Via Guglielmo Marconi, 28 38052 Caldonazzo (TN)**

**P.IVA 02465360226**

**Iscritta al Registro delle Imprese come Startup Innovativa: <http://bit.ly/hpa-si>**

Versione 4.0 del 10.08.2018

*DISCLAIMER: Questo documento è strettamente riservato e contiene informazioni societarie confidenziali. È pertanto vietata la riproduzione o la diffusione del Business Plan - o di informazioni in esso contenute - a chiunque e in qualsiasi circostanza, senza l'esplicito consenso di HPA s.r.l.*

## Sommario

Executive Summary .....	3
L'impresa.....	4
Soci fondatori .....	4
Richiesta di accreditamento ai sensi dell'art. 2 co. 4 lett. c) del Regolamento Spin Off dell'Università di Verona.....	6
Consulenze esterne e collaborazioni .....	6
Prodotti e servizi.....	7
BEYOND.....	7
BEYOND - Pricing .....	7
BEYOND - Workflow.....	9
BEYOND - Use case: energy market.....	9
BEYOND - Use case: technology forecast.....	9
BEYOND - Sviluppi futuri .....	10
BEYOND - Roadmap di sviluppo del prodotto .....	12
CONSULENZA.....	12
Metodo di lavoro .....	12
Value proposition .....	14
Il mercato .....	15
Primo mercato verticale (Energy).....	16
Analisi dei competitor.....	20
Elenco competitor .....	20
Analisi SWOT .....	21
Business development.....	22
La strategia di marketing.....	22
Lead generation.....	22
Brand awareness .....	23
Canali distributivi.....	23
Customer care .....	24
Costi di comunicazione e marketing.....	25
L'analisi finanziaria: capitali necessari e informazioni finanziarie.....	25
Dati societari e finanziari.....	25
Finanziamenti ottenuti.....	25
Piano economico (a 5 anni, sintesi) .....	26

## Executive Summary

Obiettivo della startup è realizzare **BEYOND**, una piattaforma web B2B per l'analisi predittiva in modalità "self service". BEYOND si rivolge in particolare alle PMI permettendo – in modo semplice ed intuitivo - di elaborare il forecasting di un evento a partire dai dati forniti in input dall'utente grazie a modelli già testati ed ottimizzati per le diverse industry (es.: energy, e-commerce, logistics, etc.). HPA mira all'eccellenza scientifica nello sviluppo di soluzioni applicate a problemi di data analytics e forecasting. In questa ottica si colloca la piattaforma predictive analytics BEYOND.

Alla qualità dei modelli matematici utilizzati, frutto del lavoro svolto dal Prof. Luca Di Persio nel corso di oltre 15 anni di ricerca accademica, BEYOND unisce l'utilizzo di banche dati esterne (es.: meteo, dati demografici, brevetti, etc.) che permettono la validazione della previsione all'interno di uno specifico dominio.

BEYOND fornisce **modelli di forecasting specifici per industry**, con una **percentuale di accuratezza superiore ai competitor** all'interno di una **piattaforma web di facile utilizzo** alla portata di utenti senza specifiche competenze scientifiche e con un **prezzo accessibile alle PMI**.

Il prodotto è offerto con un abbonamento mensile o annuale e punta a un mercato composto da due tipologie di aziende:

- a) Realtà che già utilizzano software per il forecasting - spesso sviluppato internamente e basato su modelli matematici obsoleti - e vogliono migliorare le performance delle previsioni;
- b) Realtà che hanno raccolto nel tempo enormi quantità di dati e che vogliono iniziare a generare valore aggiunto da tali dati attraverso l'analisi predittiva, per pianificare la produzione, ottimizzare i flussi di cassa, identificare i rischi, prevedere la manutenzione delle macchine.

La mission di BEYOND è **affermarsi nell'arco di tre anni come una delle piattaforme di predictive analytics leader tra le PMI**.

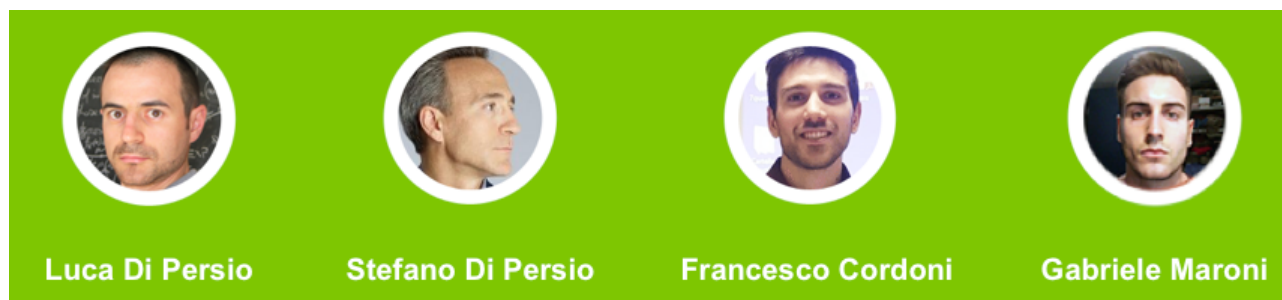
Il piano di sviluppo del business prevede di aggredire prima il mercato italiano e il settore energetico dove sono maggiori le competenze dei soci e poi avviare la promozione del prodotto sui mercati esteri, prima in Europa poi nel resto del mondo, coprendo progressivamente le altre industry con il rilascio di un nuovo verticale ogni 4-6 mesi a partire dal 2019.

Il piano economico a cinque anni prevede ricavi pari 108.000 per il 2018 (Ebitda di 17.000 €) e ricavi pari a circa 14 milioni di Euro (Ebitda di 11 milioni di Euro) per il 2023 con una crescita dei ricavi pari al 40% su base annua.

Tra le immobilizzazioni immateriali possiamo citare il know how in ambito scientifico maturato dal Prof. Luca Di Persio in oltre 15 anni di ricerca teorica e applicata.

L'investimento economico dei soci è pari al capitale sociale.

## L'impresa



**HPA** nasce a maggio del 2017 dalla passione e dall'ingegno di un team di **matematici** ed **esperti di data analytics** e **machine learning** con l'obiettivo di fornire al mercato modelli matematici in grado di migliorare le performance dei sistemi decisionali adottati dalle aziende in ogni settore merceologico.

La società è una [startup innovativa](#) iscritta al registro delle imprese sezione startup in data 16.05.2017 (requisito di innovazione tecnologica: "Team qualificato").

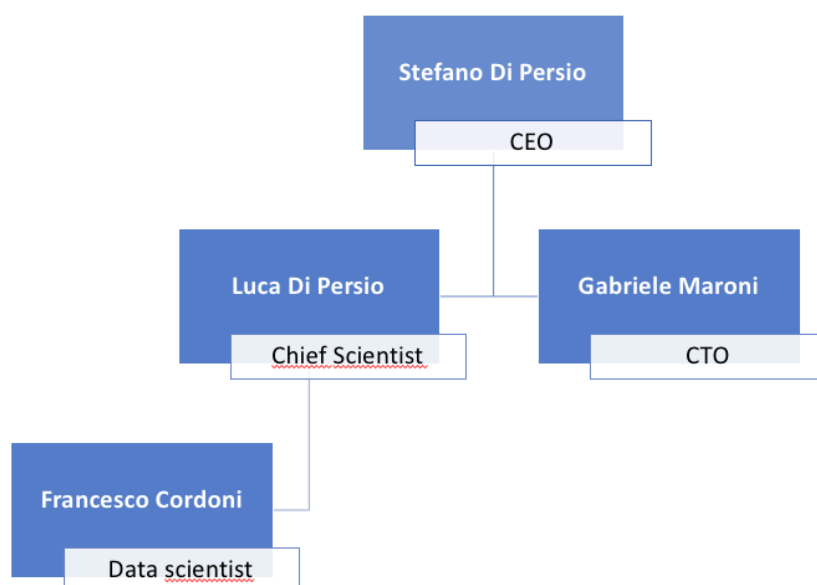
Dalla data di fondazione a oggi il team ha operato per far conoscere la startup sul mercato con la pubblicazione e la promozione del sito aziendale ([www.hpa8.com](http://www.hpa8.com)), l'apertura delle pagine aziendali su LinkedIn ([www.linkedin.com/company/h-p-a](http://www.linkedin.com/company/h-p-a)) e Twitter ([www.twitter.com/HP\\_Analytics](http://www.twitter.com/HP_Analytics)), la partecipazione a eventi di settore e startup competition (da segnalare il secondo posto al Bootstrap Demo Day organizzato da Hub Innovazione Trentino) e sfruttando il network di conoscenze dei soci. A maggio 2018, HPA si è aggiudicata un grant di 50.000 € nell'ambito dello SME Instruments (Phase I). Sono stati inoltre avviati i primi contratti di fornitura con aziende del settore ICT (Innovation Engineering), energy (Dolomiti) e della sicurezza fisica (Citel).

### Soci fondatori

- **Luca Di Persio** è nato a Roma, nel 1972. Ha un dottorato di ricerca in Matematica (Università di Trento) e ha ottenuto anche il titolo di Doct.Rer.Naturalium presso l'Università di Bonn. Luca è professore presso il Collegio di Matematica dell'Università di Verona, dove è responsabile del gruppo di Probabilità ed Applicazioni. È autore di decine di [articoli di alto impatto scientifico](#), pubblicati da riviste matematiche di livello internazionale. I suoi interessi di ricerca vanno dalla teoria dei processi stocastici allo studio dei sistemi di particelle interagenti, dallo sviluppo delle architetture di reti neurali, alla moderna finanza matematica. Tutti i suddetti temi di ricerca sono stati sviluppati in stretta connessione con una rete internazionale di collaboratori scientifici, così come con diverse società attive, ad esempio, nei mercati dell'energia, nel settore finanziario, nella gestione di reti e nello sviluppo di software. In HPA ricopre il ruolo di Chief Scientist. Possiede il 40% delle quote societarie. Successivamente alla costituzione dello spinoff, Luca Di Persio entrerà nel consiglio di amministrazione assumendo un ruolo di indirizzamento strategico della società
- **Francesco G. Cordoni** è nato a Bergamo nel 1988. Ha conseguito il titolo di dottore di ricerca in matematica presso l'Università degli studi di Trento. Attualmente è borsista di ricerca presso l'Università degli studi di Verona. È autore di diversi [articoli](#) pubblicati su importanti

riviste del settore, collaborando con gruppi di ricerca di livello internazionale. Ha inoltre collaborato con aziende italiane operanti sui mercati dell'energia elettrica al fine di sviluppare tecniche quantitative innovative. I suoi interessi di ricerca spaziano dalla teoria del controllo ottimo in ambito stocastico al deep learning, con particolare attenzione alle loro applicazioni alla moderna teoria della finanza matematica e ai mercati dell'energia. In HPA ricopre il ruolo di Data Scientist. Possiede il 25% delle quote societarie.

- **Gabriele Maroni** Gabriele Maroni nasce a Bergamo, il 6 Maggio 1988. Ha ricevuto la Laurea Magistrale con Lode in Ingegneria Informatica dall'Università degli Studi di Bergamo discutendo una tesi riguardo l'applicazione di metodi di filtraggio Bayesiano non lineare per la diagnosi dei guasti di attuatori elettromeccanici utilizzati in campo aerospaziale. Ha poi lavorato presso come Data Scientist presso la società di consulenza Reply a Milano dove ha sviluppato modelli di Machine Learning di credit scoring e previsione del churn di clienti per rinomate aziende italiane. Da Ottobre 2016 ha iniziato un dottorato di ricerca in Ingegneria e Scienze Applicate presso l'Università degli Studi di Bergamo. La sua principale attività di ricerca è nel campo dell'Ingegneria Finanziaria dove applica tecniche innovative basate sull'Analisi delle Serie Temporal e sulla Teoria del Controllo Automatico. Ha inoltre collaborato con aziende italiane e straniere nello sviluppo di progetti innovativi dove ha avuto l'opportunità di applicare tecniche di Deep Learning e di Visione Artificiale in Robotica e nel campo medico. In HPA ricopre il ruolo di CTO. Possiede il 10% delle quote societarie.
- **Stefano Di Persio**, imprenditore e digital consultant, da oltre 20 anni opera nel settore dell'ICT e della comunicazione prima in Database Informatica, poi in Sigma e presso l'Istituto Scientifico San Raffaele. Nel 2000 avvia un'attività imprenditoriale con Medita, digital agency romana che cresce acquisendo tra i propri clienti aziende di primaria importanza fino alla vendita della società nel 2013 al Gruppo Hdrà pur mantenendo il ruolo di responsabile delle attività digital. Nel 2017 decide di lasciare Hdrà e creare la startup innovativa HPA. In qualità di project manager ha diretto e coordinato progetti digital del valore di alcuni milioni di Euro per: PosteMobile, Turner, Enel, Coni, Panini, Banca Sella, Medusa Film e molti altri. Aree di competenza: marketing strategico, digital marketing, comunicazione digitale, progettazione web e mobile, project management, social media strategy. In HPA ricopre il ruolo di CEO, esperto UX/UI e responsabile Business Development. Possiede il 25% delle quote societarie.



### [Richiesta di accreditamento ai sensi dell'art. 2 co. 4 lett. c\) del Regolamento Spin Off dell'Università di Verona](#)

Tra le partnership che riteniamo strategiche per lo sviluppo di HPA, vi è l'accREDITamento della società come spin off accademico dell'Università di Verona. L'accREDITamento di HPA come "Spin Off accREDITato dell'Università di Verona", consentirà di collaborare a stretto contatto con ricercatori di alto livello scientifico che animano il Dipartimento di Informatica e il Computer Science Park.

In particolare HPA intende valorizzare i risultati della ricerca portati avanti da anni dal Prof. Luca Di Persio con lo sviluppo e l'offerta di prodotti ad alto contenuto innovativo. Tale attività richiederà a un periodo iniziale di sperimentazione della nuova idea sul mercato, utile a far acquisire al team della società una maggiore conoscenza e consapevolezza dei bisogni del mercato e delle buone pratiche imprenditoriali. Con l'accREDITamento, HPA potrà inoltre trarre beneficio dalle opportunità di networking offerte dalle aziende che già collaborano con l'Università su progetti di Ricerca e Sviluppo, anche in ambito Europeo, ed avrà la possibilità di avviare borse di studio o assegni di ricerca per risorse qualificate da coinvolgere nello sviluppo dei propri progetti.

### [Consulenze esterne e collaborazioni](#)

Consulenza legale	Studio Legale Guazzotti Avvocato Gianluca Rex
-------------------	--

Per fare fronte alle necessità iniziali di software design e marketing, attività che non rappresentano il core business di HPA ma che sono essenziali allo sviluppo dei progetti, sono state avviate delle collaborazioni con professionisti e aziende. In relazione alla crescita del business, è prevista l'internalizzazione delle attività.

Architettura e sviluppo software	LABBIT s.r.l. Ing. Niccolò Venturoli
UX Design	Dr. Emmanuel Mazzucchi

Digital Marketing	Mediamorfosi s.r.l.

## Prodotti e servizi

HPA intende sviluppare due linee di business:

1. Vendita degli abbonamenti ed eventuale customizzazione della piattaforma di analisi predittiva **BEYOND**.
2. Consulenza alle aziende finalizzata allo sviluppo, ottimizzazione e implementazione di modelli di forecasting specifici per le esigenze del cliente.

### BEYOND

BEYOND è la piattaforma web based e self-service per l'analisi predittiva sviluppata da HPA. Si rivolge principalmente alla piccola e media impresa che intende valorizzare la sempre maggiore disponibilità di dati strutturati e non, provenienti dai canali offline e online, ma che non ha al proprio interno risorse e strumenti tecnologici adeguati.

BEYOND consente anche a utenti non tecnici di utilizzare servizi integrati e modulabili per l'analisi dei dati, non necessariamente omogenei, e afferenti a canali potenzialmente diversi, mettendo in evidenza strutture, schemi e relazioni, al fine di fornire scenari previsionali sulla base delle richieste dell'utilizzatore.

Per aree quali marketing, information retrieval, fault detection, financial development scenarios, energy management, etc., BEYOND rappresenta uno strumento estremamente efficace, stante la sua capacità di fornire in output previsioni estremamente accurate, elaborate sulla base dati / serie storiche in input.

La modellistica math-based di BEYOND, sviluppata dal team scientifico di HPA, è ottimizzata per le esigenze del settore industry a partire da use case caratterizzanti il settore energy, con particolare riferimento ai problemi di data analysis, data management e production/consumption/pricing forecasting nell'ambito delle energie rinnovabili. La flessibilità degli algoritmi proprietari che costituiscono il motore principale di BEYOND, permetterà il graduale rilascio di moduli supplementari focalizzati sulle esigenze specifiche di settori diversi da quelli energy-based, in relazione alle partnership commerciali e strategiche che HPA andrà a sviluppare.

### BEYOND - Pricing

La piattaforma Beyond verrà offerta con formule di abbonamento mensile ed annuale, in base alle specifiche esigenze dell'utilizzatore finale. I piani presentano un pricing aggressivo e offerte mirate per spingere le aziende a cambiare fornitore.

- Versione FREE con un set limitato di funzioni, utile per iniziare a testare il prodotto;
- Versione STARTER con modelli di forecasting aggiuntivi, un livello di sicurezza superiore e un livello di assistenza base;

- Versione PRO con tutte le funzionalità del pacchetto STARTER oltre a un maggior numero di utenti, più spazio per i dati, supporto utenti avanzato;
- Versione ENTERPRISE: alle funzionalità presenti nel pacchetto PRO, sono associati servizi di consulenza ed eventuali implementazioni custom oltre a un supporto tecnico con operatore dedicato.

Nella tabella che segue è riportato il dettaglio delle diverse formule con l'indicazione delle funzionalità offerte e il livello di assistenza previsti all'interno di ogni pacchetto. Sono inoltre indicati i costi aggiuntivi legati al crescere del numero di utenti, ai data package addizionali, alla disponibilità della piattaforma in modalità white label.

## Pricing that makes sense for your business.

Annual Plan, Prepaid		Annual Plan, Monthly	
Starter	Standard	Pro	Enterprise
Get your project up and started for free	Pricing based on what you need	Advanced features to match all your business needs	Need something more or different?
<b>FREE</b>	<b>65 €/month</b>	<b>1.800 €/month</b>	<b>Custom</b>
Will display "Powered by BEYOND"	14 Days Free Trail	14 Days Free Trail	Ask us
Select Plan	Select Plan	Select Plan	Select Plan
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Single user</li> <li>• Dashboard</li> <li>• 500MB for your data</li> <li>• Safe storage of your data</li> <li>• Data prep and blending</li> <li>• Free forecasting models</li> <li>• Basic data visualization</li> <li>• Export in XLS and CSV</li> </ul>	All features of Starter plan, plus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Up to 5 users</li> <li>• 5GB for your data</li> <li>• Advanced forecasting models</li> <li>• Isolated workspace and data encryption for advanced safety of your data</li> <li>• One data package (standard level)</li> <li>• Advanced data visualization</li> <li>• One connector to external tools</li> <li>• Customer support</li> </ul> Optional: Additional users or additional data package on request	All features of Standard plan, plus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Up to 10 users</li> <li>• 50GB for your data</li> <li>• One data package (pro level)</li> <li>• Advanced customer support</li> </ul> Optional: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Additional users or additional data package on request</li> <li>• White label dashboard and reports</li> </ul>	All features of Pro plan, plus: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Unlimited space for your data</li> <li>• Custom forecasting models</li> <li>• Dedicated consultant</li> <li>• Priority assistance</li> <li>• Custom Connectors</li> <li>• External data sources on request</li> </ul>

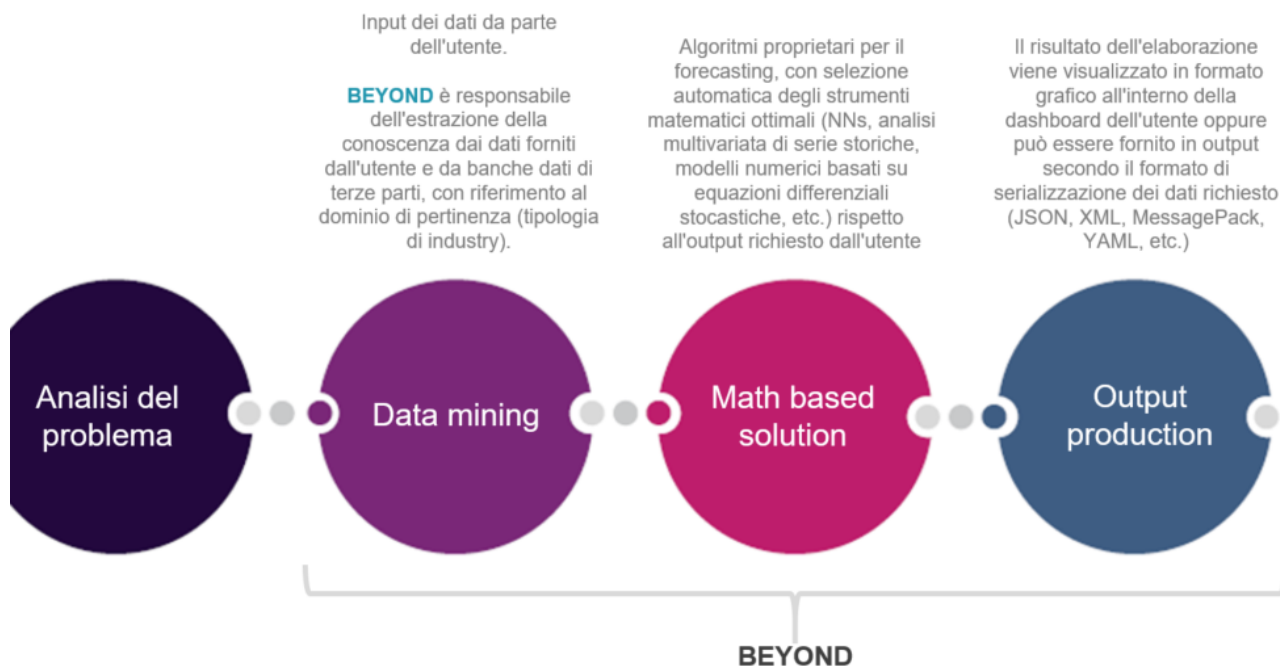
I prezzi degli abbonamenti sono stati definiti tenendo conto di due fattori:

- Tasso di ritorno legato ai costi di sviluppo e di commercializzazione della piattaforma;
- Prezzi praticati dai competitor sul mercato. Per penetrare il mercato rispetto a player già ben posizionati, con un ricco portfolio clienti e brand riconoscibili, intendiamo offrire la piattaforma con un pricing iniziale molto aggressivo (40%-50% in meno rispetto a prodotti analoghi). Prevediamo inoltre delle scontistiche dedicate per chi vorrà passare a BEYOND da altre piattaforme di analisi predittiva già presenti in azienda.

La disponibilità di una versione free e di una trial di 15 giorni per gli abbonamenti a pagamento sono stati pensati per raccogliere lead qualificati per successive attività di follow up, per far conoscere la piattaforma e per acquisire feedback utili al miglioramento del prodotto.

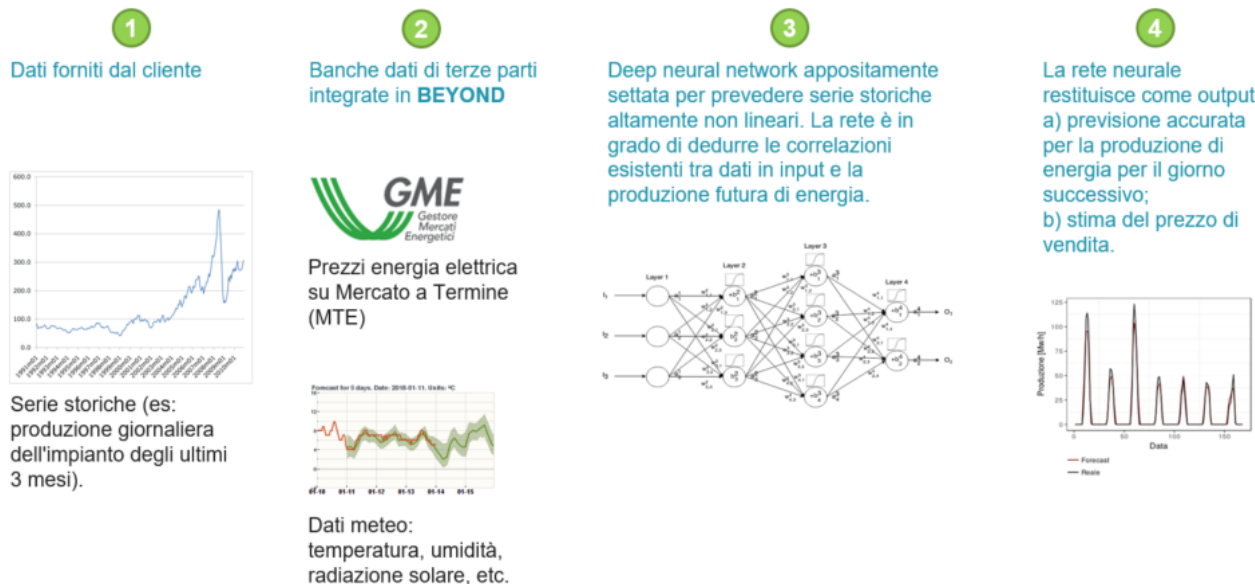


## BEYOND - Workflow



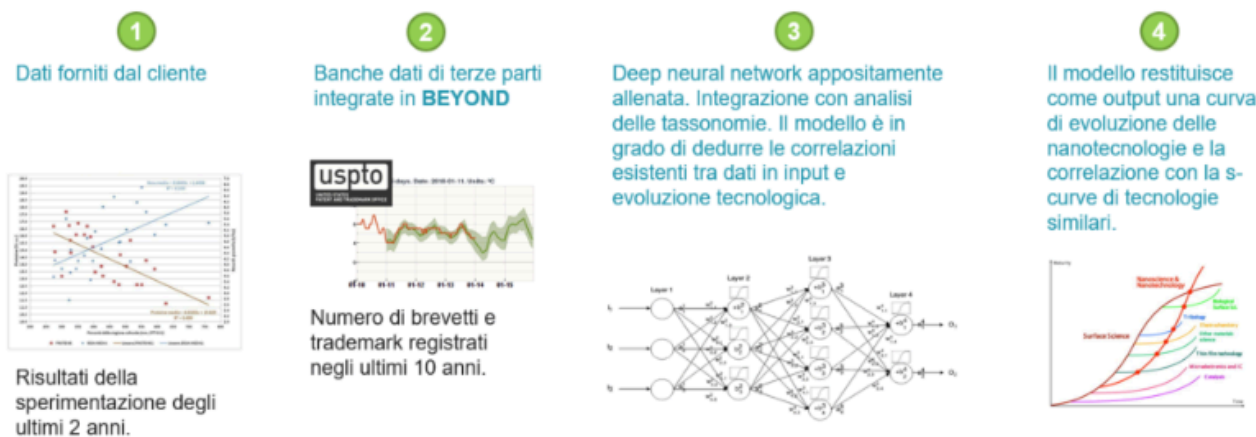
## BEYOND - Use case: energy market

Problema: Il cliente vuole prevedere la produzione di energia elettrica di un dato parco eolico o fotovoltaico per il giorno successivo e stimarne il valore sul mercato energetico.



## BEYOND - Use case: technology forecast

Il cliente vuole prevedere l'evoluzione di una determinata tecnologia nel proprio settore (es: nanotecnologie in ambito medico).



## BEYOND - Sviluppi futuri

Successivamente al settore energetico, nei successivi 3-5 anni, saranno sviluppati in collaborazione con esperti di settore, moduli ad-hoc per tutti gli altri mercati verticali. BEYOND diventerà pertanto uno strumento a disposizione delle aziende di ogni settore industriale e un punto di riferimento a livello internazionale per l'analisi di grandi masse di dati al fine dell'estrapolazione, da esse, di informazioni e strutture, con obiettivi mirati di analisi predittiva centrata sulle specifiche esigenze dell'utilizzatore tipo afferente al settore industriale di riferimento.

A seguire, forniamo una lista non esaustiva di possibili ambiti di utilizzo della piattaforma BEYOND.

- **Aerospaziale:** pianificazione traffico aeroportuale; ottimizzazione stocastica real-time per il consumo carburante; analisi probabilistico-predittiva del flusso passeggeri e generazione di scenari per la massimizzazione del tasso revenue/customer.
- **Automotive:** fault detection; diagnosi predittiva; multivariate time-series analysis e ML-based prediction per dati da sensoristica on-board /feedback costruttivi per miglioramento prodotto.
- **Bancario:** modelli NNs based per l'analisi ed il calcolo del potenziale futuro del cliente sulla base del ciclo di vita e del customer journey; modelli predittivi per favorire il winback (clienti dormienti con alto potenziale di acquisto) o prevenire l'abbandono (churn); modelli NBA (Next Best Action); ottimizzazione stocastica dell'allocazione delle risorse finanziarie dei singoli istituti visti come nodi di reti finanziarie altamente interconnesse.
- **Telecomunicazioni:** big data analysis methods a valere sulla base degli storici di traffico pro real-time optimization di reti dati, con analisi dei dati di consumo per individuare clienti cui indirizzare una specifica offerta commerciale con massimizzazione delle probabilità di accettazione singola e dei ricavi globali.
- **Energetico:** ML-time series analysis based models per la generazione di curve di produzione/consumo/dispacciamento e pricing in ambito fotovoltaico.

- Enti pubblici: previsione dei flussi di accesso dell'utenza negli uffici e organizzazione del lavoro;
- Sanitario: fault-detection e statistical data analysis models per lo sviluppo di strumenti pro-medicina preventiva, ottimizzazione delle risorse mediche, minimizzazione dei danni collaterali con modellistica costi/benefici basata tanto sulle banche dati nazionali, quanto sulle specifiche normative sanitarie vigenti.
- Assicurativo: sviluppo di prodotti assicurativi specificatamente profilati sul singolo cliente, con specifico riferimento a fattori caratterizzanti il suo profilo di rischio ed in relazione all'analisi di serie storiche d'interesse in interazione con lo sviluppo di scenari economici generali futuri, al fine di massimizzare il grado di soddisfazione dell'utente, massimizzando la revenue globale della compagnia assicurativa.
- Farmaceutico: multivariate time series analysis e strumenti predittivi stochastic-based per la determinazione di strategie di ricerca e sviluppo volte alla massimizzazione dei ricavi dalla produzione di soluzioni farmaceutiche di alto livello scientifico ed accuratezza clinica. delle malattie sanitarie volte a massimizzare il trade-off tra costi di ricerca e dei prodotti.
- Media / Intrattenimento: analisi delle serie temporali delle preferenze dei clienti su musica, film, ecc. al fine di focalizzare gli investimenti futuri e sviluppare pacchetti di intrattenimento su misura per i clienti (es: Netflix, Spotify, Deezer)
- Retail: analisi predittiva del Customer Lifetime Value (CLV) che descrive la quantità di entrate o profitti che un cliente genera durante la sua intera vita.
- Viaggi e trasporti: fleet management / customers forecasting

A seguire uno schema esemplificativo di use cases per le diverse industry.

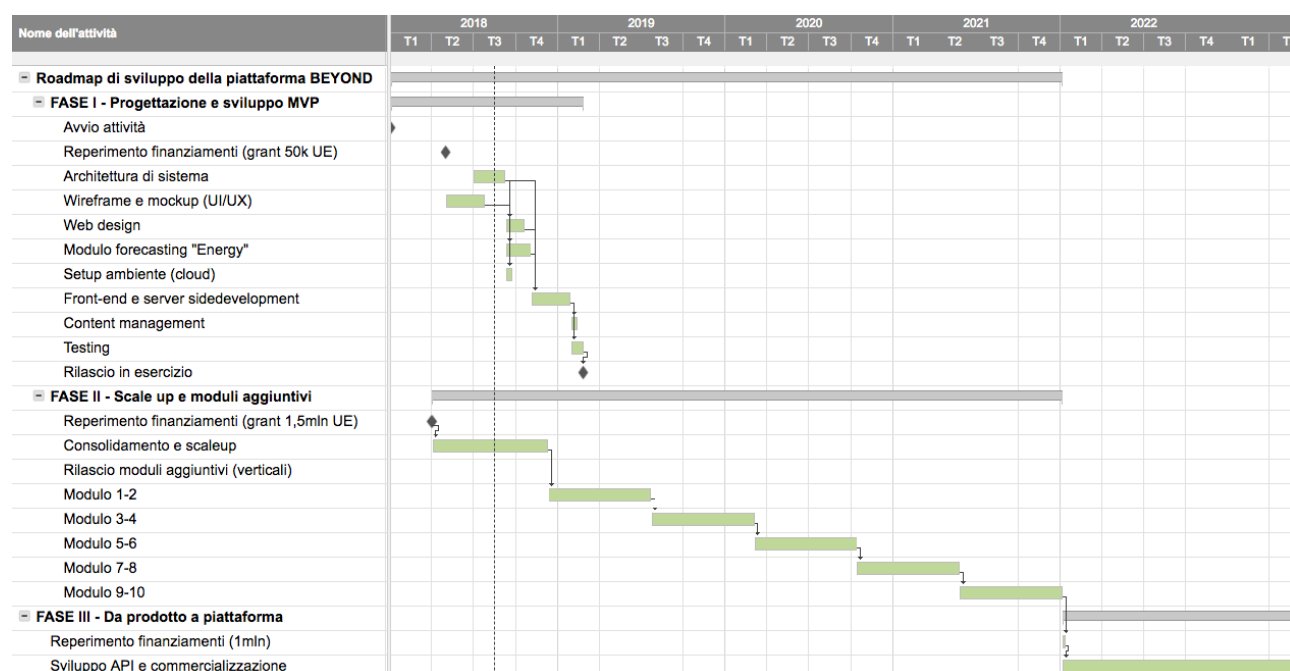
USE CASE INDUSTRY	Churn prediction	Customer Lifetime Value	Predictive maintenance	Quality assurance	Risk modeling	Production forecast	Consumption forecast	Price forecast	Trend prediction
Banking & Finance	○	○		○	○			○	
Energy	○	○	○		○	○	○	○	
Automotive	○	○	○	○	○	○			○
Insurance	○	○		○	○			○	
Logistics	○	○	○	○			○		
Manufacturing			○	○		○			
Retail	○	○						○	○
Telecoms	○	○	○						○
Pharma & Medical	○	○		○	○	○			

Un successivo percorso di sviluppo della piattaforma (5-10 anni) è rappresentato dall'evoluzione di BEYOND da prodotto per il forecasting a disposizione dell'utente finale a piattaforma per

l'implementazione di modelli di forecasting all'interno di prodotti di terze parti attraverso software di interfaccia denominato API (Application Programming Interface). Le API sono moduli software che consentono il dialogo tra due sistemi indipendentemente dal linguaggio di programmazione o dell'architettura utilizzati. Uno degli esempi di maggior successo è rappresentato da Google con il proprio servizio Maps, utilizzato dalla maggior parte dei siti e delle applicazioni che sfruttano la geolocalizzazione e le mappe per fornire un servizio (es. Uber). Le aziende che vorranno implementare dei modelli di forecasting all'interno dei propri prodotti troveranno in BEYOND una soluzione affidabile, performante e costantemente aggiornata.

La transizione da prodotto a piattaforma, consentirà di espandere ulteriormente il business di HPA e incrementare la redditività del software a parità di costi di sviluppo. Un esempio è rappresentato dall'implementazione dei modelli di forecasting finanziario di BEYOND in modalità black-box all'interno di software di risk management o asset management di assicurazioni e banche.

### BEYOND - Roadmap di sviluppo del prodotto



### CONSULENZA

In parallelo con l'avvio di BEYOND, HPA intende offrire - direttamente alle aziende o in partnership con le principali società di consulenza - la progettazione e lo sviluppo di modelli di forecasting ad hoc per le necessità del cliente. Sarà così possibile ampliare la propria rete di contatti e accreditarsi sul mercato come player qualificato e autorevole. In funzione del tipo di rapporto con l'azienda cliente, se diretto o mediato da una società di consulenza, il pricing potrà essere value-based o più semplicemente time and material.

### Metodo di lavoro

Il processo produttivo prende il via con la ricezione del brief o capitolato di progetto. Il documento viene condiviso con gli altri manager dell'azienda per arrivare nell'arco di 48/72 ore a formulare un

documento di de-brief con l'analisi delle richieste, un eventuale lista di domande e una prima ipotesi di lavoro.

Sulla base del feedback del cliente, si procede alla stesura di un'offerta formale contenente il dettaglio dei servizi offerti, un Gantt di progetto e l'offerta economica comprensiva delle condizioni di pagamento, di fatturazione e le condizioni di assistenza (SLA). Il documento viene inviato tramite un sistema di preventivazione e fatturazione web based (Harvest).

All'accettazione dell'offerta e – se previsto – alla ricezione dell'anticipo, si procede con l'acquisizione delle risorse (personale, macchinari, licenze software) necessarie per l'avvio del progetto, alla definizione di un project manager quindi si elabora una timeline dettagliata con i diversi task e si inserisce una nuova entry nel project management system (Redmine).

Da questo momento tutte le attività sono monitorate dal project manager attraverso tool di project management (es.: Redmine). Ogni task ha un owner e ogni modifica alla timeline viene automaticamente condivisa con tutti i membri dell'organizzazione. L'utilizzo di piattaforme di versioning web based (GIT) permette il lavoro e il project management remoto e questo risulta essenziale per garantire l'accesso a forza lavoro qualificata anche dall'estero.

Una volta chiuso lo sviluppo viene avviata la fase di testing e successivamente il rilascio in produzione. Una volta effettuato il deploy in ambiente di produzione, viene attivata l'assistenza tramite ticketing (Freshdesk). L'assistenza post-vendita, regolata tra le parti dal Service Legal Agreement, viene completamente gestita tramite ticketing, email e in caso di escalation, tramite linea diretta (numero telefonico) con il project manager.

Il metodo di lavoro è sintetizzato nello schema seguente:

- Business modelling
- Requirements + initial project management (user stories, CPM etc)
- UX and API design
- Object-oriented architecture design
- Neural networks programming
- Hyperparameter optimization programming
- Statistics methods for big data analysis
- Stochastic based scenario generation
- Feature design programming
- Data preprocessing programming
- Software testing
- Software deployment

## Value proposition

BEYOND è una piattaforma web self-service che offre alle piccole e medie imprese e a utenti non esperti la possibilità di sfruttare potenti modelli di forecasting per creare valore dai dati presenti in azienda.

Gli elementi distintivi di BEYOND sono di seguito riassunti:

- a) **Performance superiori.** In un benchmark con alcune piattaforme di analisi predittiva multipurpose attualmente sul mercato, BEYOND ha sviluppato previsioni con un errore percentuale medio inferiore di diversi punti rispetto ai competitor. Inoltre, all'interno di un percorso di open-innovation condotto in partnership con una delle maggiori realtà del mercato energy del Nord-Est, il motore data analytics - stochastic scenarios production di BEYOND ha nettamente battuto il benchmark costituito dall'attuale fornitore dell'azienda, fornendo un errore percentuale medio più basso di due punti percentuale, in relazione alle previsioni di produzione di energia elettrica da impianti fotovoltaici, ovvero migliorando le prestazioni rispetto al competitor di oltre il 30%.
- b) **Pricing accessibile alle piccole e medie imprese** (prezzi inferiori del 40% - 50% rispetto ai principali competitor).
- c) **Piattaforma web based.** Non richiede installazioni locali, minimizzando costi e tempi di implementazione in azienda e con una riduzione degli swtiching costs per le aziende che dispongono già di un software di forecasting.
- d) **Tool di facile utilizzo** anche per personale non tecnico (es.: marketing manager, sales manager, risk manager, etc.).
- e) **Routine automatiche** per la pulizia e la normalizzazione dei dati forniti in input dall'utente.
- f) **Elevato livello di sicurezza e riservatezza** delle informazioni fornite dal cliente grazie alla criptazione dei dati e all'utilizzo di spazi di lavoro separati.

## Il mercato

L'analisi predittiva (predictive analytics) si basa su un insieme di tecniche eterogenee che vanno dall'analisi statistico/probabilistica di serie storiche multivariate e connesso data-mining, alla generazione di scenari su base stocastica, all'utilizzo di metodologie di apprendimento automatico, con particolare riferimento allo sviluppo di algoritmi deep-neural-networks based, al fine di minimizzare l'errore previsionale sul breve/medio/lungo termine per variabili discrete e/o continue caratterizzanti un certo fenomeno fisico, economico, sociale, etc.

Lo scenario attuale è sempre più dominato dai cosiddetti “Big Data”, enormi volumi di dati che contengono informazioni preziose per gli imprenditori di ogni settore merceologico. Da sempre le aziende utilizzano i dati per prendere decisioni prima di muoversi. La novità del nuovo millennio riguarda la loro quantità ed immediatezza: tra canali digitali online e offline, oggi le informazioni disponibili vengono trasmesse in tempo reale e sono tantissime, grazie anche alla diminuzione dei costi nei vari processi di raccolta, archiviazione ed elaborazione. L'analisi predittiva diventa quindi fondamentale per renderle vive: dar loro un significato, organizzarle e tradurle in azioni concrete, così che possano lavorare per il miglioramento delle performance e la crescita del business.

L'analisi predittiva rileva le relazioni sottese tra i dati aiutando le aziende a formulare scenari previsionali del mercato, dalle tendenze emergenti al comportamento dei clienti. Man mano che cresce il numero di informazioni a disposizione, aumenta anche il grado di affidabilità dei dati raccolti.

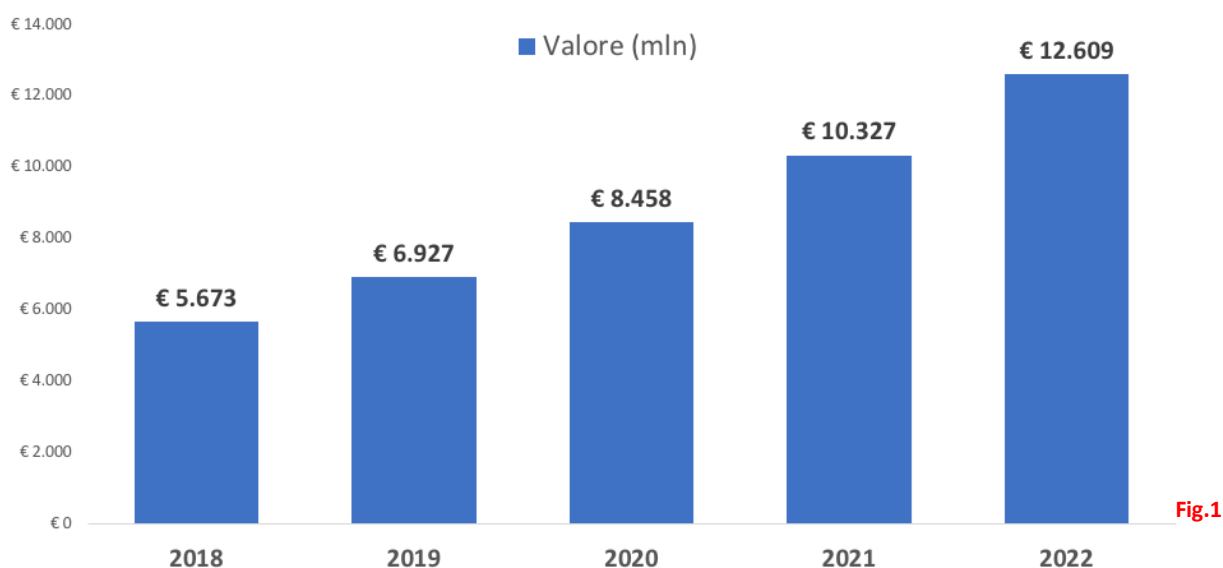
Le soluzioni di analisi predittiva possono essere declinate in ambiti di estremo interesse come, ad esempio, quello finanziario, delle telecomunicazioni, del marketing, farmaceutico/sanitario, della pubblica amministrazione e, più in generale, nella generazione di scenari probabilisticamente solidi ed accurati per guidare scelte strategiche in ambito industriale ed economico.

La piattaforma BEYOND si rivolge a un mercato B2B composto principalmente da Piccole e Medie Imprese (50-250 occupati, fatturato tra 10 e 50 milioni annui). Gli interlocutori ideali all'interno dell'azienda sono i manager di prima linea (c-level) e i quadri intermedi.

Secondo stime di Markets & Markets<sup>1</sup> il valore del mercato dell'analisi predittiva B2B (fig. 1) - suddiviso tra servizi (Managed services, Professional services, Consulting services, Support and maintenance) e soluzioni (Financial analytics, Risk analytics, Marketing analytics, Sales analytics, Customer analytics, Web and social media analytics, Supply chain analytics, Network analytics, HR analytics and legal analytics) - ha un valore nel 2018 di 5,6 miliardi di dollari che sono destinati a crescere con una percentuale del 22% su base annua fino ad arrivare a un valore del mercato di 12 miliardi di dollari nel 2022.

---

<sup>1</sup> <https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/predictive-analytics-market-1181.html>



La quota di mercato che intendiamo acquisire in un arco temporale di 5 anni è pari allo 0,1% pari a 12 milioni di Euro con una penetrazione che sarà inizialmente maggiore in Italia per poi crescere sui mercati internazionali.

### Primo mercato verticale (Energy)

In virtù della pregressa esperienza dei soci di HPA, il primo mercato che andremo ad aggredire con BEYOND è quello dell'energia, in particolare il mercato Italia, con particolare riferimento all'analisi/organizzazione degli storici ed alla produzione di scenari probabilisticamente accurati per esigenze di produzione, commercializzazione, dispacciamento e pricing nel contesto delle energie rinnovabili, con particolare riferimento dapprima al settore fotovoltaico e successivamente a quello eolico.

La liberalizzazione dei mercati energetici e dell'approvvigionamento industriale di materie prime e la convergenza del mercato del gas e dell'energia elettrica hanno imposto, in Italia come all'€ Fig.1 un fondamentale cambiamento nelle scelte strategiche degli operatori di settore che da monopoli diventano fornitori di energia e servizi annessi a prezzi concorrenziali.

Lo sviluppo della concorrenza nei mercati dell'energia elettrica e del gas ha comportato per gli operatori un accrescimento della complessità della gestione operativa. In un mercato liberalizzato, una parte sempre più significativa dei profitti provengono dalla gestione del portafoglio fonti/impieghi, che deve massimizzare il ritorno economico nel breve e nel lungo periodo, mantenendo sotto controllo il rischio connesso.

Analogamente a quanto avvenuto nei Paesi dove l'apertura del settore dell'energia alla concorrenza è stata avviata prima (Germania, Svizzera) gli operatori del settore dell'energia si sono dovuti dotare di processi, sistemi informativi e modelli di funzionamento che consentano di trarre beneficio dal nuovo scenario di mercato.

In Italia, il mercato energetico è regolato da GME (Gestore Mercati Energetici) società interamente partecipata dal Ministero dell'Economia e delle Finanze. Il GME organizza e gestisce un mercato a termine fisico (MTE), un mercato per la negoziazione di prodotti giornalieri (MPEG) con modalità di



negoiazione continua, un mercato del giorno prima (MGP) con modalità di negoziazione ad asta, un mercato infragiornaliero (MI), con modalità di negoziazione ad asta, articolato in 5 sessioni. Il GME gestisce inoltre, per conto del gestore di rete italiano Terna, il mercato del servizio di dispacciamento (MSD) mediante il quale raccoglie le relative offerte e comunica gli esiti, nonché una piattaforma per la registrazione delle transazioni concluse Over The Counter (PCE). Su tale piattaforma, le parti che hanno concluso contratti al di fuori di IPEX registrano i loro obblighi commerciali e nominano i relativi programmi di immissione e prelievo di energia elettrica che si impegnano ad eseguire nel rispetto di detti contratti. Nel 2016 il valore complessivo del mercato energetico (MPE-MGP) è stato di circa 12 miliardi di lire con un costo medio per megawattora di 42 € e una produzione di oltre 280 milioni di MWh <sup>2</sup>.

Per BEYOND, il **target primario** è rappresentato dagli operatori che si occupano di produzione (tabella 3) o gestione di impianti di produzione, commercializzazione all'ingrosso e al dettaglio e trading di energia da fonti rinnovabili (oltre 1.100 solo in Italia <sup>3</sup>). Per tali operatori, in virtù dei cosiddetti oneri di sbilanciamento, una maggiore accuratezza nelle previsioni della produzione di energia elettrica può portare risparmi annui nell'ordine di centinaia di migliaia di euro.

Come **target secondario** abbiamo individuato due tipologie di aziende:

- Aziende che offrono sistemi integrati per la gestione degli impianti e che di norma forniscono anche strumenti di forecasting come parte della suite. Nota: BEYOND sarà sempre fornito in modalità black-box ovvero il cliente non avrà mai accesso ai modelli matematici che costituiscono il know how di HPA (tabella 1).
- Aziende che operano nel trading dell'energia elettrica (tabella 2).

**Tabella 1: lista campione di aziende italiane che offrono soluzioni software per operare sui mercati energetici**

Azienda	Sito Web	Soluzioni offerte
Sinergetica	<a href="http://www.sinergetica.biz">www.sinergetica.biz</a>	Sinergetica sviluppa diverse suite di prodotti che spaziano dalla gestione delle misure di POD e PDR, all'approvvigionamento di dati da fonti eterogenee (meteo, quotazioni, misure ecc.), alla comunicazione programmatica verso sistemi terzi (nomine, bidding, dichiarazioni ecc.), agli strumenti di supporto della strategia di trading, alla raccolta dei dati di Transparency, al supporto a sistemi di fatturazione, agli strumenti per la gestione del processo ETRM.
Phinergy	<a href="http://www.phinergy.biz">www.phinergy.biz</a>	Gestione, ottimizzazione e analisi del rischio di portafogli complessi: i nostri prodotti sono costruiti con l'obiettivo di rendere strumenti complessi di facile accesso. Strutture di portafoglio complesse come quelle tipiche del settore elettrico e gas richiedono strumenti avanzati per la gestione, l'ottimizzazione e l'analisi del loro rischio. I nostri prodotti sono stati pensati e creati per rendere semplice l'accesso a strumenti quantitativi di analisi e ottimizzazione complessi per loro natura, ma indispensabili nel supportare le fasi decisionali dell'attività di Trading e Risk Management in un mercato sempre più competitivo.

<sup>2</sup> <http://www.mercatoelettrico.org/it/Statistiche/ME/DatiSintesi.aspx>

<sup>3</sup> <https://www.gse.it/media/comunicati/bastano-pochi-click-per-monitorare-la-produzione-fotovoltaica>

Trilance	<a href="http://www.trilance.com/4utility/trading">http://www.trilance.com/4utility/trading</a>	La soluzione Trading Integrated Platform (TiP) è un sistema che consente di monitorare ed ottimizzare tutte le operazioni di trading e shipping. TiP è sviluppato attorno ad un'architettura modulare che consente ampia scalabilità in termini di performance, numerosità dei dati e mercati di riferimento. È creato prevedendo un adattamento alle variazioni di mercato tramite logica plug-in per future estensioni, inoltre è totalmente integrabile nella suite 4Utility. Il software è disponibile sia per quanto riguarda le transazioni di Energia che per quelle relative al Gas.
Softeco	<a href="http://www.softeco.it/prodotti/energy-gas-retail-2">www.softeco.it/prodotti/energy-gas-retail-2</a>	Softeco Sismat ha sviluppato e commercializza la suite Energy&Gas Retail. Il prodotto è concepito espressamente per il mercato libero dell'energia e consente la gestione di tutti gli aspetti del processo di approvvigionamento e vendita di energia elettrica e gas. La suite Energy&Gas Retail supporta in modo integrato e modulare tutte le attività di Trading (Forecasting, Accesso alla Borsa dell'Energia, Gestione Portafoglio).
IFS Italia	<a href="http://www.ifs-italia.it/soluzioni">http://www.ifs-italia.it/soluzioni</a>	Ibs Italia realizza Soluzioni informatiche che indirizzano processi "core" delle Utilities ed in generale degli operatori energetici. I nostri sistemi si sono mostrati vincenti sull'intera filiera del valore, dalla Produzione di Energia Elettrica (Termo e Rinnovabile) fino alla Vendita e Trading di diverse commodities, passando attraverso il Trasporto e Distribuzione dell'Energia Elettrica. La completezza ed innovazione continua delle soluzioni ifs ci permettono anche di indirizzare con successo anche le esigenze energetiche dei grandi utenti Energivori e delle Energy Service Company (ESCO). Con ifs avete la certezza di coprire tutto il ciclo di vita dell'applicazione, sia essa fornita nella classica modalità "a progetto" con installazione presso il Data Center del Cliente, oppure in outsourcing presso il Data Center ifs (SaaS e HaaS), o ancora sia delegata a ifs la gestione del processo di business (Business Process Outsourcing).

**Tabella 2: lista campione di aziende italiane che operano direttamente nel trading dell'energia elettrica**

Azienda	Sito Web	Soluzioni offerte
BeFree	<a href="http://befreenenergy.com/servizi/trading-di-energia">http://befreenenergy.com/servizi/trading-di-energia</a>	Assistiamo i nostri clienti per le attività di trading di energia da FER. Il nostro Trading Desk ti garantisce un premio sul prezzo zonale e zero oneri di sbilanciamento. Per i clienti che si affidano al ritiro dedicato o al mercato libero, BeFree offre anche EnergyCheck, uno strumento di verifica dei corrispettivi derivanti dalla vendita dell'energia. BeFree consente ai propri clienti di massimizzare i proventi derivanti dalla vendita di energia e di azzerare i costi correlati. BeFree garantisce un premio in aggiunta al prezzo zonale per ogni megawattora (MWh) immesso nella rete elettrica e l'azzeramento degli oneri amministrativi e di sbilanciamento legati al servizio di dispacciamento dell'energia.
Green Network	<a href="https://greennetwork.it/gruppo/trading">https://greennetwork.it/gruppo/trading</a>	Il trading dell'energia elettrica e del gas è uno dei principali core Business del Gruppo Green Network. L'attività di Trading, in origine sviluppata solo per il mercato Italia, si sta estendendo a tutti i principali mercati europei, interconnessi e non con l'Italia – Svizzera, Francia, Austria, Germania. E' parte attiva, forte della sua struttura altamente specializzata e dinamica, sia nei mercati organizzati quali le varie Borse europee che nei mercati bilaterali (OTC). Negli ultimi anni il Gruppo Green Network inoltre ha investito fortemente nella market strategy e analysis market come punti di forza essenziali al successo dell'attività. Le attività di Trading sono condotte dalla sede di Roma per quanto riguarda il mercato Italia, mentre il trading internazionale viene svolto direttamente da Londra, sede strategica in termini di accesso e visione globale dei mercati.
Electradate	<a href="http://www.electrade.it/it/attivita_trading_energia">http://www.electrade.it/it/attivita_trading_energia</a>	Electrade nasce come trader di energia elettrica nel 2006. Grazie ai volumi di vendita raggiunti, alla credibilità acquisita e alle recenti evoluzioni nel mercato energetico, oggi è operatore integrato sui mercati energetici

		internazionali ed è attiva nella commercializzazione di energia elettrica e gas naturale. Il valore aggiunto di Electrade è dato dalle Trading Strategies che muovono ogni scelta di business e da una policy aziendale che va nella direzione della tutela delle controparti.
More Life Energy	<a href="http://www.morelifeenergy.it/trading-energetico.htm">http://www.morelifeenergy.it/trading-energetico.htm</a>	L'attività di trading viene gestita da More Life Trading Service che è la società del Gruppo More Life Energy nata a seguito del processo di liberalizzazione dei mercati di energia elettrica e gas naturale in atto in Italia e nel resto d'Europa. Ogni giorno il prezzo dell'energia elettrica viene contrattato per il giorno successivo su base oraria e More Life Trading Service è quotidianamente impegnata per garantire ai clienti More Life Energy le condizioni più vantaggiose. La costante presenza sulle borse dell'energia permette a More Life Trading Service di offrire prezzi aggiornati e convenienti, in linea con le evoluzioni del mercato. L'interconnessione con i mercati esteri e la grande attenzione profusa per l'attività di trading, favoriscono un approvvigionamento energetico e una gestione del rischio sempre più favorevoli e competitive secondo le esigenze di ogni singolo cliente.
Axpo	<a href="http://www.axpo.com/axpo/it/it/chi-siamo/expertise/energy-trading.html">http://www.axpo.com/axpo/it/it/chi-siamo/expertise/energy-trading.html</a>	Axpo Italia, forte dell'esperienza acquisita a livello europeo, può sicuramente essere considerata uno degli operatori italiani maggiormente orientato all'attività di trading di energia. Già attiva da anni sul mercato OTC, in Italia Axpo opera attivamente sul mercato dei future IDEX, sul mercato spot IPEX e nei mercati del gas (PSV, MGAS e PB-GAS).
Repower	<a href="https://www.repower.com/it/energia-di-repower/trading">https://www.repower.com/it/energia-di-repower/trading</a>	Siamo un operatore di riferimento nel trading di energia elettrica, gas e certificati verdi. La vocazione in questo settore viene da lontano: affonda le radici in oltre cento anni di scambi di energia elettrica effettuati prima tramite le linee ad altissima tensione fra Svizzera e Italia e oggi operando in tutte le principali Borse europee dell'energia. In particolare in Italia, sin dal suo ingresso nel mercato nel 2002, il desk di Milano si occupa dell'ottimizzazione degli asset produttivi e dell'approvvigionamento per i propri clienti, partecipando anche alla messa a mercato dei volumi importati dall'estero.

**Tabella 3: lista campione di aziende proprietarie di grandi impianti di produzione energia rinnovabile (fotovoltaico, eolico) e che gestiscono in proprio la vendita di energia elettrica al GME o corrispondente ente nelle diverse nazioni europee.**

Azienda	Luogo	Tipologia impianto	Megawatt nominali
Sunpower Corp. - SunRay Renewable	Montalto di Castro (VT)	Fotovoltaico	84MW
Benetton	Cirio Agricola	Fotovoltaico	7,5MW
Benetton	Maccarese S.p.A.	Fotovoltaico	3MW
Ergy Capital	Serravalle Scrivia (AL)	Fotovoltaico	4,7MW
Altre aziende	Elenco degli impianti fotovoltaici in Italia, suddivisi per Regione	Fotovoltaico	<a href="http://atlasole.gse.it/atlasole">http://atlasole.gse.it/atlasole</a>

Altre aziende	Elenco impianti fotovoltaici in Europa	Fotovoltaico	<a href="https://www.solarplaza.com/channels/archive/11326/top-20-pv-portfolios-in-europe-who-owns-what/">https://www.solarplaza.com/channels/archive/11326/top-20-pv-portfolios-in-europe-who-owns-what/</a>
---------------	--	--------------	---

## Analisi dei competitor

### Elenco competitor

Per l'analisi dei competitor Abbiamo condotto una ricerca tra le aziende presenti su Crunchbase all'interno della categoria "Predictive analytics" ottenendo 1.042 risultati. Tra queste abbiamo quindi identificato le piattaforme che presentano delle analogie con BEYOND in termini di tipologia dei servizi offerti e struttura dell'offerta (SaaS). Da un punto di vista delle dimensioni e del posizionamento sul mercato, le aziende selezionate sono tutte realtà consolidate, con fatturato compreso tra i 50 e con 150 milioni di €, un ricco portfolio clienti e una copertura internazionale.

La matrice che segue compara le principali funzionalità presenti in BEYOND con i competitor al fine di identificare gli elementi distintivi della nostra piattaforma.

	HPA (BEYOND)	ALTERYX	DATA ROBOT	KNIME	C3 IOT	ANGOSS	RAPID MINER
EASY TO USE (NO CODING)	YES	YES	YES	NO	NO	YES	YES
SELF SERVICE SOLUTION	YES	NO	NO	YES	NO	NO	YES
REPEATABLE WORKFLOW	YES	YES	YES	NO	NO	NO	YES
SCALABILITY	YES	YES	YES	NO	YES	YES	YES
MULTIPURPOSE	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
API	YES	NO	NO	NO	NO	NO	NO
MULTIPLE DATA SOURCES	YES	YES	YES	YES	YES	YES	YES
THIRD PART DATA	YES	YES	NO	NO	NO	NO	NO
AFFORDABLE PRICING FOR SME	YES	NO	NO	YES	NO	YES	YES

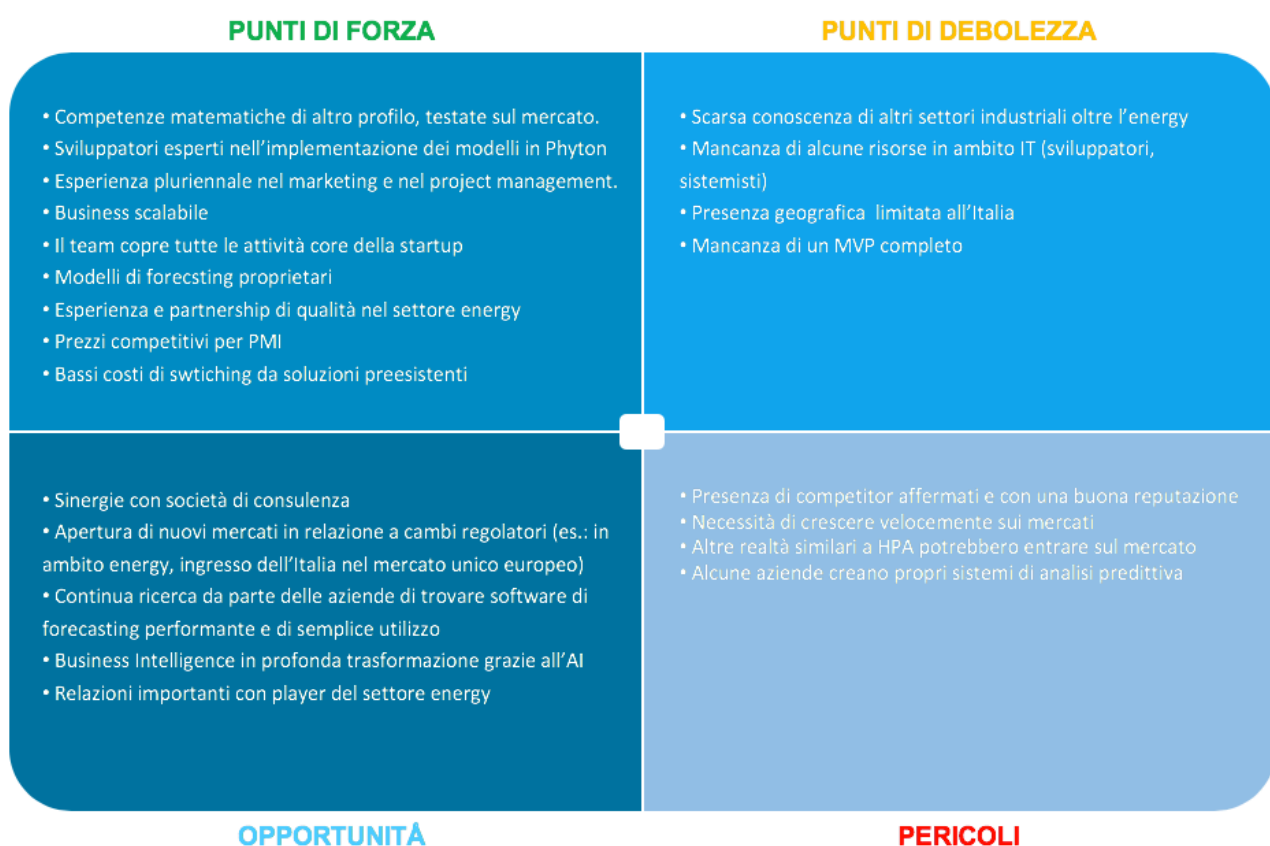
Abbiamo infine collocato tutti i principali player su una mappa di posizionamento per evidenziare il rapporto tra completezza della soluzione e pricing.



Conclusione: sul mercato non sono disponibili piattaforme “self service” complete e con un pricing accessibile anche alle PMI come quella da noi proposta.

L'offerta di BEYOND risulta **unica** e **distintiva** sul mercato.

## Analisi SWOT



## Business development

### La strategia di marketing

Diversamente da altre realtà sul mercato (es: Rapidminer, Knime, Alteryx, etc.) il nome del prodotto ovvero BEYOND non corrisponde al nome della società HPA (es.: Windows per Microsoft). Nel disegno del logo e nella scelta del nome a dominio (beyond.com), abbiamo deciso di utilizzare il simbolo dell'infinito già presente nella costruzione del marchio HPA. La politica di brand sarà focalizzata inizialmente sull'affermazione del nome del prodotto. Questo consentirà ad HPA di poter lanciare sul mercato anche altri prodotti e servizi godendo, anche nei rapporti di pura consulenza, di una propria riconoscibilità.



La piattaforma sarà disponibile sul mercato in due lingue: italiano e inglese. Il sito [www.beyond.com](http://www.beyond.com) (la doppia "o" del dominio si lega al concetto di infinito presente nel logo) avrà una serie di pagine informative sull'azienda (chi siamo, il team, etc.) e sul prodotto (funzionalità, pricing, FAQ, etc.) oltre ad ospitare la form di registrazione dei nuovi utenti, la form di login/password reminder e l'accesso alla piattaforma vera e propria, disponibile - a seconda del piano sottoscritto - all'interno di una sottodirectory della url principale (es.: [beyond.com/acme](http://beyond.com/acme)) o come dominio di terzo livello (es.: [acme.beyond.com](http://acme.beyond.com)).

La strategia di comunicazione e marketing sarà incentrata, almeno inizialmente, su attività digitali che consentono una migliore misurabilità dei risultati. Nella scelta dei social abbiamo deciso di privilegiare i canali che si rivolgono ai professionisti ovvero LinkedIn e Twitter. In un secondo momento, con la crescita della popolarità e del numero di utenti della piattaforma, è ipotizzabile la creazione anche di pagina aziendale in Facebook come strumento per l'ingaggio e la fidelizzazione della community di utilizzatori.

Il piano di comunicazione e marketing prevede l'utilizzo dei principali strumenti di marketing digitale differenziando le iniziative in base all'obiettivo: lead generation e brand awareness.

### Lead generation

- **Keyword advertising.** Definizione di campagne Adwords in grado di intercettare le ricerche dei prospect con keyword mirate (es.: "predictive analytics", "piattaforma analisi predittiva", "energy forecasting", "sales forecasting", etc.) in italiano e in inglese. Le campagne sfrutteranno le funzionalità di targeting per pubblico offerte da Adwords così da poter indirizzare gli annunci agli utenti in base ai loro interessi o ai siti che visitano. Gli utenti saranno diretti a una landing page contenente la form di registrazione alla piattaforma in modalità trial.

- **Display advertising.** Creazione di campagne banner da utilizzare sia sulla rete display di Google (GDN) con la stessa logica del keyword adv (parole chiave) che su magazine e portali che si rivolgono a un target business di potenziali utilizzatori di BEYOND (es.: [corrierecomunicazioni.it](http://corrierecomunicazioni.it), [economyup.it](http://economyup.it), [renewableenergyworld.com](http://renewableenergyworld.com)). Saranno valutate anche le sezioni specialistiche all'interno di portali generalisti ([www.ilsole24ore.com/tecnologie.shtml](http://www.ilsole24ore.com/tecnologie.shtml), [www.repubblica.it/tecnologia](http://www.repubblica.it/tecnologia), etc.). Al click sul banner, gli utenti saranno diretti a una landing page contenente la form di registrazione alla piattaforma in modalità trial.
- **Social Media Advertising.** Saranno attivati degli account social su Linkedin e Twitter e avviate delle campagne di lead generation finalizzate alla registrazione di nuovi utenti alla piattaforma. La profilazione del pubblico per lingua, nazione e interessi consentirà di procedere con campagne mirate e ottenere in tempi rapidi lead qualificati.

### Brand awareness

- **Social media marketing.** I canali social business oriented quali Linkedin e Twitter saranno utilizzati inizialmente per acquisire – anche attraverso post sponsorizzati - una fan base di utenti interessati ai temi tecnologici e di business collegati alla piattaforma BEYOND. Una volta raggiunto il numero di 500-800 fan/follower e in linea con lo sviluppo della piattaforma, ai post editoriali e informativi, saranno aggiunti post di prodotto (nuove funzionalità, tips&tricks, video tutorial, etc.). Come repository di tutti i materiali video, sarà attivato un canale YouTube.
- **Inbound marketing.** Produzione di white paper e altri articoli divulgativi in grado di attirare l'attenzione di aziende in target con l'obiettivo La pubblicazione avverrà sia su canali di proprietà (sito web, pagina Linkedin, profilo Twitter) che a pagamento (magazine di settore). Saranno inoltre attivate delle landing page per l'acquisizione di lead (nome, cognome, email, azienda, ruolo) per successive attività di email marketing.
- **Partecipazione a blog e gruppi di lavoro** in target e in tema, su Linkedin e altri social network con l'obiettivo di stimolare discussioni su temi di comune interesse e avviare relazioni professionali per condividere conoscenza e per ingaggiare potenziali clienti, partner, collaboratori.

Alle attività on-line saranno affiancate iniziative di networking quali:

- **Partecipazione ad eventi** dedicati al mondo dei big data (es.: <https://bigdataaldn.com>) e del data analytics (es.: <https://www.gartner.com/en/conferences/emea/data-analytics-germany>), in Italia e all'estero, come relatori o espositori con finalità di posizionamento del brand, business development e per individuare partnership commerciali o industriali.
- **Partecipazione a startup competition e hackaton** in Italia e all'estero per brand awareness e per entrare in contatto con investitori e professionisti (data scientist, developer, data visualizer, etc.) che vogliano entrare a fare parte del team.

### Canali distributivi

BEYOND è una piattaforma online e B2B pertanto il canale distributivo preferenziale è diretto: dal produttore (HPA) all'acquirente finale (azienda cliente) attraverso la sottoscrizione di un



abbonamento mensile o annuale che può essere effettuato online con pagamento tramite carta di credito, Paypal o bonificio bancario.

In parallelo con la vendita diretta, intendiamo stringere accordi con società di consulenza aziendale (es.: Cap Gemini, PNO Consultants, McKinsey, etc.) alle quali offriremo una scontistica sul prezzo di acquisto e training dedicato in cambio dell'inserimento del nostro prodotto all'interno della loro offerta di servizi. Per garantire l'affermazione del brand BEYOND sul mercato, la versione white label del prodotto sarà disponibile solo a partner selezionati.

Prevediamo inoltre di stabilire degli accordi di co-marketing con i data provider o altri provider tecnologici selezionati così da garantire ulteriore visibilità al brand senza costi aggiuntivi.

### Customer care

La relazione con il cliente è importante in ogni fase della crescita dell'azienda, per raccogliere importanti feedback sul prodotto in chiave manutentiva ed evolutiva, per offrire supporto tecnico e assicurarsi la piena soddisfazione del cliente, per stabilire con lui una relazione stabile e duratura (fidelizzazione). D'altra parte l'utilizzo di strumenti CRM evoluti con una gestione centralizzata dei canali (email, chat, social) e un supporto di primo livello automatizzato (chatbot) consente di ridurre il numero di persone dedicate al supporto clienti e di scalare velocemente in caso di necessità.

I canali di comunicazione e il tipo di supporto saranno differenziati in base al tipo di utenza e all'abbonamento sottoscritto. Per gli utenti non registrati, i medesimi canali saranno sfruttati anche per acquisire nuovi clienti.

- **Utente non registrato.** Canali disponibili: form di contatto; email generica ([info@beyoond.com](mailto:info@beyoond.com)); chat con operatore commerciale attiva in orario di ufficio (GMT+1); chatbot.
- **Utente registrato, abbonamento free.** Canali disponibili: sistema di ticketing con presa in carico immediata (autoreply) e risposta garantita entro 48h; helpdesk twitter con risposta dell'operatore entro 1h e apertura del ticket; chat con supporto tecnico di primo livello attiva in orario di ufficio (GMT+1); chatbot.
- **Cliente, licenza Standard.** Canali disponibili: sistema di ticketing con presa in carico immediata (autoreply) e risposta garantita entro 24h; helpdesk twitter con risposta dell'operatore entro 1h e apertura del ticket; chat con supporto tecnico di primo livello attiva in orario di ufficio (GMT+1); chatbot.
- **Cliente, licenza Pro.** Canali disponibili: sistema di ticketing con presa in carico immediata (autoreply) e risposta garantita entro 12h; helpdesk twitter con risposta dell'operatore entro 1h e apertura del ticket; chat con supporto tecnico di primo livello attiva in orario di ufficio (GMT+1); chatbot.
- **Cliente, licenza Enterprise.** Canali disponibili: consulente dedicato; sistema di ticketing con presa in carico immediata (autoreply) e risposta garantita entro 12h; helpdesk twitter con risposta dell'operatore entro 1h e apertura del ticket; chat con supporto tecnico di primo livello attiva in orario di ufficio (GMT+1); chatbot.



Sarà attivato un sistema di monitoraggio delle fonti pubbliche (social, blog, siti, etc.) delle menzioni relative a prodotto (BEYOND) e società (HPA) per identificare eventuali commenti negativi e intervenire di conseguenza.

#### Costi di comunicazione e marketing

Per le attività di comunicazione e marketing del progetto BEYOND, inclusa l'attivazione di un CRM come sopra descritto, intendiamo destinare una percentuale del 20% dei ricavi nei due anni di lancio per attestarsi al 4%-8% negli anni successivi.

### L'analisi finanziaria: capitali necessari e informazioni finanziarie

#### Dati societari e finanziari

La società è stata costituita in data 28.04.2017 con capitale sociale di 5.000 €  
Ha sede in Trentino, a Caldonazzo (TN) in via Guglielmo Marconi, 28 38052.

#### Finanziamenti ottenuti

**Febbraio 2018** | HPA si aggiudica 2.000 € alla startup competition organizzata da Hub Innovazione Trentino (HIT) al termine di un percorso di incubazione della durata di 6 mesi.



**Maggio 2018** | HPA vince Fase I dello SME Instruments e si aggiudica un grant di 50.000 € che sarà utilizzato interamente per la partecipazione alla Fase II del medesimo piano, con una richiesta di ulteriore finanziamento di 1,5mln di Euro.



**GRANT AGREEMENT**

**NUMBER — 817342 — BEYOND**

This Agreement ('the Agreement') is between the following parties:

**on the one part,**

the **Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises (EASME)** ('the Agency'), under the powers delegated by the European Commission ('the Commission'),

represented for the purposes of signature of this Agreement by Head of Unit, Executive Agency for Small and Medium-sized Enterprises, OPERATIONS, H2020 SME, Bernd REICHERT,

**and on the other part,**

'the beneficiary':

**HPA SRL (HPA)**, established in VIA GUGLIELMO MARCONI 28, CALDONAZZO 38052, Italy, VAT number: IT02465360226, represented for the purposes of signing the Agreement by CEO, Stefano DI PERSIO.

Piano economico (a 5 anni, sintesi)

Nel piano economico sotto riportato, consideriamo il 2018 come anno 0 durante il quale sarà messo a punto l'MVP da rilasciare sul mercato a clienti selezionati. Nel 2019 ipotizziamo l'avvio della commercializzazione del prodotto, l'ingresso di uno o più investitori e l'accensione di prestiti a lungo termine che saranno impegnati nella messa a punto e nella commercializzazione della piattaforma. Prevediamo una crescita costante dei ricavi a partire dai 383.200 € del primo anno fino ad arrivare ai 3.736.760 del 2023. Dal quarto anno il rapporto utile/ricavo è pari al 20% in linea con la media di settore. Inoltre, uno dei punti cardine dell'azienda è l'investimento in ricerca e sviluppo e grazie alle attuali normative sarà possibile godere di benefici fiscali fino al 2020.

Piano economico sintetico					
	YEAR 1	YEAR 2	YEAR 3	YEAR 4	YEAR 5
	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ricavi</b>	383.200 €	642.400 €	1.248.800 €	2.443.600 €	3.736.760 €
<b>Percentuale di crescita</b>		88%	88%	88%	58%
<b>Costi</b>	-405.371 €	-727.377 €	-1.125.448 €	-1.730.578 €	-2.361.811 €
<b>Utile/perdita</b>	-10.011 €	-102.437 €	72.347 €	497.016 €	955.464 €

Il piano economico di dettaglio è disponibile all'interno del file „Piano economico HPA.xls“