

Realizzato da

Giugno 2023

Net
Consulting³
Empowering your Digital Business

&

inno3
Innovazione, Informazione, Incontro

POSITION PAPER

IL POSIZIONAMENTO E LE COMPETENZE DI AEONVIS
NEL MERCATO IT E DIGITALE ITALIANO



Powered by

AEONVIS
20th ANNIVERSARY

Il Position Paper è stato curato da NetConsulting cube, Gruppo attivo nel settore delle analisi di mercato e della consulenza ICT per vendor e aziende utenti. Grazie alla testata online Inno3, NetConsulting cube offre anche servizi di comunicazione digitale.

Autrice: Alessandra Pinza (Project Manager di NetConsulting cube)

Indice dei contenuti

1.	Il contesto attuale del mercato IT e digitale in Italia.....	1
2.	Le prospettive di sviluppo del mercato IT e digitale italiano	3
3.	Il ruolo strategico dei Service Provider	5
4.	Il posizionamento e le competenze di Aeonvis	7
4.1	Chi è Aeonvis.....	7
4.2	La proposta commerciale di Aeonvis	8
4.2.1	Business e System Integration.....	9
	SAP.....	9
	Salesforce.....	9
	Supply Chain Planning	10
	Digital & Business Analytics	10
4.2.2	PM & Governance e Management Consulting.....	11
4.2.3	Application Maintenance	12
4.3	La value proposition di Aeonvis ad oggi e in previsione	12
	Partnership e acquisizioni	13
	Risorse umane	13

Indice delle figure

Figura 1 - Il mercato digitale in Italia, 2020-2022	1
Figura 2 - Il mercato del Software, Soluzioni e Servizi ICT in Italia, 2020-2022	2
Figura 3 - Il mercato digitale in Italia, 2022-2026E	3
Figura 4 - Principali iniziative messe in atto dai Service Provider	5
Figura 5 - I numeri di Aeonvis	7
Figura 6 - Le referenze di Aeonvis	8
Figura 7 - Il framework di offerta	8
Figura 8 - I numeri della BU SAP	9
Figura 9 - I numeri della BU Salesforce	10
Figura 10 - Ambiti applicativi, partner e obiettivi della BU Supply Chain Planning	10
Figura 11 - Gli highlight della practice Digital & Business Analytics	11
Figura 12 - Gli highlight della BU PM & PMO	11
Figura 13 - I servizi di Application Maintenance	12

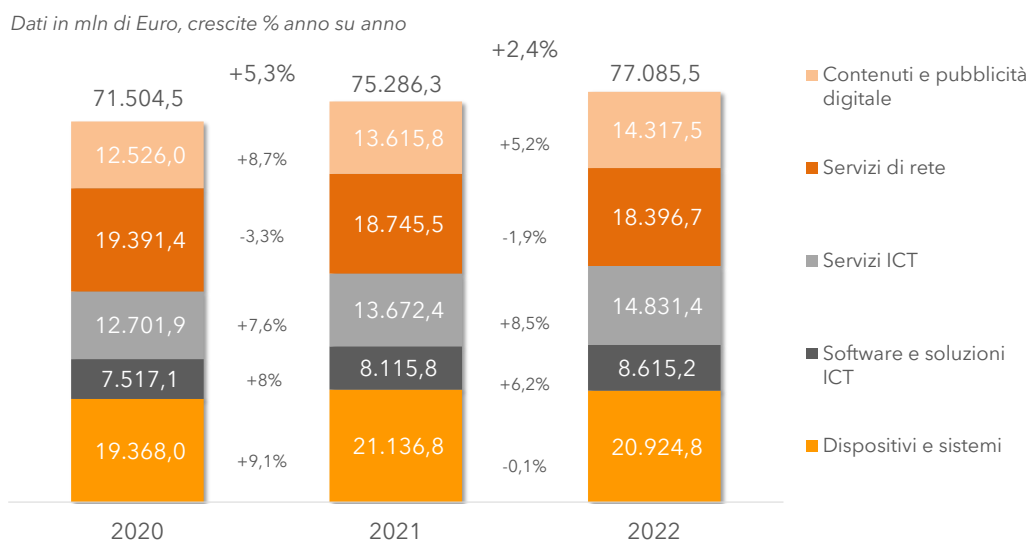
1. Il contesto attuale del mercato IT e digitale in Italia

Secondo NetConsulting cube, a fine 2022, il mercato digitale italiano ha raggiunto un valore di oltre 77 miliardi di Euro per effetto di una crescita del 2,4%, in consolidamento rispetto alla crescita di fine 2021.

Il trend in decelerazione è imputabile prevalentemente al calo della spesa per l'acquisto e aggiornamento di **Dispositivi e sistemi** (-1% contro il +9,1% del 2021) e, in misura inferiore, al rallentamento degli investimenti per la fruizione di **Contenuti e Pubblicità Digitali** (+5,2% contro il +8,7%). In entrambi i segmenti, quindi, la spinta derivante dalla remotizzazione delle attività lavorative e dalla digitalizzazione di ogni aspetto della vita quotidiana, che nel biennio 2020-2021 aveva raggiunto il suo picco a fronte delle conseguenze della pandemia da Covid-19, appare in progressiva riduzione. Va, inoltre, segnalato il calo della spesa per **Servizi di rete TLC** (-1,9%) che, sebbene in miglioramento rispetto alla rilevazione del 2021 e nonostante il continuo incremento del traffico mobile voce e dati, riflette la persistenza di un'elevata pressione competitiva che comporta cali tariffari significativi.

In controtendenza positiva appaiono i segmenti **Software e Soluzioni ICT**, la cui dinamica appare sostanzialmente in linea con quella registrata nel 2021 (+6,2%), e **Servizi ICT**, all'interno del quale, nel 2022, NetConsulting cube ha rilevato un'ulteriore accelerazione della spesa (+8,5% rispetto al 2021, Fig. 1).

Figura 1 - Il mercato digitale in Italia, 2020-2022



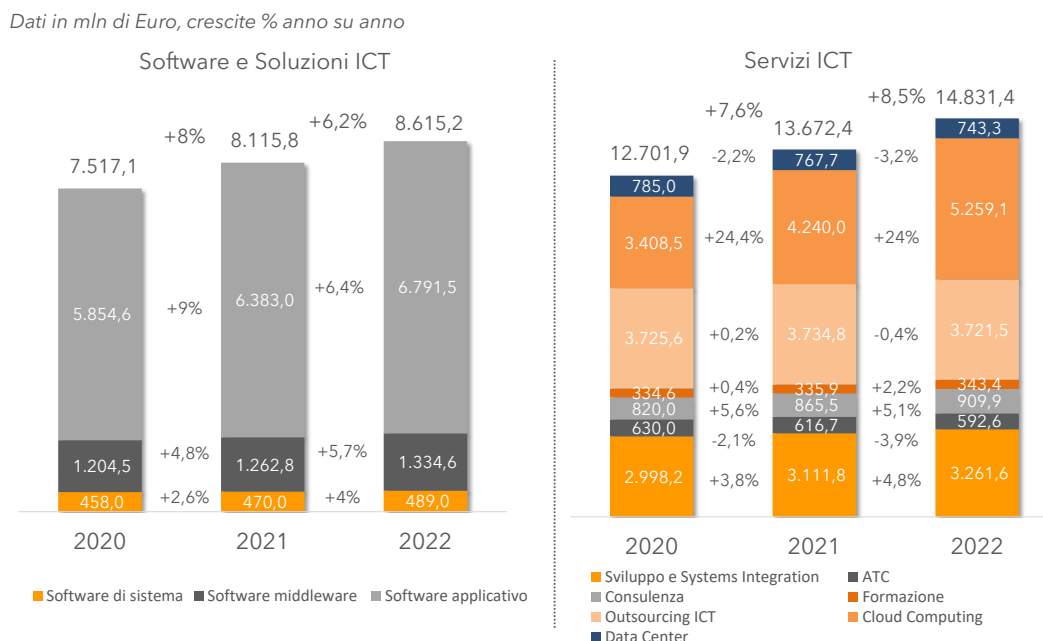
Fonte: NetConsulting cube, 2023

La crescita dei segmenti Software, Soluzioni e Servizi ICT descritta precedentemente è riconducibile principalmente al moltiplicarsi di progetti finalizzati alla Digital Transformation di un'ampia gamma di processi aziendali, con l'obiettivo di raggiungere una maggiore efficienza ed efficacia operativa.

Ciò comporta, in prima battuta, un aumento della domanda di soluzioni applicative specifiche e di piattaforme digitali (IoT, intelligenza artificiale, etc.) così come una crescente esigenza di modernizzare le soluzioni in uso. Questi razionali trovano riscontro puntuale nelle stime di NetConsulting cube secondo cui la crescita del mercato del Software e delle Soluzioni ICT è trainato dal segmento del **Software applicativo** che, nel 2022, ha sfiorato la soglia dei 6,8 miliardi di Euro grazie ad una crescita del 6,4%. Cresce, in particolare, la domanda di soluzioni orizzontali e verticali a supporto dei principali processi aziendali, a partire da quelli corporate per

arrivare alle attività che presiedono alla produzione e al contatto con la clientela finale che è sempre più multicanale. Meno, intenso appare, invece, l'incremento del mercato del **Software middleware**, sostenuto dall'esigenza di tool di sicurezza e di IT management - per far fronte alla crescente ibridizzazione delle infrastrutture, e soprattutto del **Software di sistema**, in cui incremento è dovuto essenzialmente all'aggiornamento dei sistemi operativi del parco hardware installato (Fig. 2).

Figura 2 - Il mercato del Software, Soluzioni e Servizi ICT in Italia, 2020-2022



Fonte: NetConsulting cube, 2023

L'adozione di soluzioni software e piattaforme digitali trova nei Servizi ICT una componente abilitante imprescindibile. A fine 2022, la maggiore crescita ha riguardato i servizi di **Cloud Computing** (+24%) che, nella componente applicativa, rappresentano ormai un'opzione tecnologica all'ordine del giorno non più solo a supporto delle componenti software di tipo tattico, (Web conferencing, collaboration, posta elettronica e produttività individuale), ma anche e soprattutto degli applicativi core aziendali e della loro evoluzione (CRM, HR, etc.).

Seguono i servizi di **Sviluppo e System Integration**, e **Consulenza**, in aumento rispettivamente del 4,8% e 5,1%, grazie ad una domanda intensa guidata dalle esigenze di ammodernamento tecnologico, in ambito applicativo e infrastrutturale, derivanti dai tanti piani di Digital Transformation. Tali piani sostengono anche la domanda di servizi di **Formazione** (+2,2%), fondamentali per innescare i processi di cambiamento necessari per successo delle iniziative di digitalizzazione.

I Servizi di **Outsourcing ICT** hanno chiuso il 2022 con un andamento sostanzialmente stabile, anche se orientato al calo per effetto della concorrenza esercitata dai servizi Cloud e del calo delle tariffe, soprattutto di quelle associate ai servizi di elaborazione. All'interno del segmento, crescono i servizi di **Application management**, a supporto della manutenzione ed evoluzione delle applicazioni in uso.

In calo appare anche il mercato dei Servizi di **Data Center**, anch'essi penalizzati dalla crescita del modello as a Service, e di **Assistenza Tecnica**, che da tempo soffrono di un calo della domanda derivante dalle performance elevate di apparati e dispositivi hardware e dai periodi di garanzia sempre più lunghi.

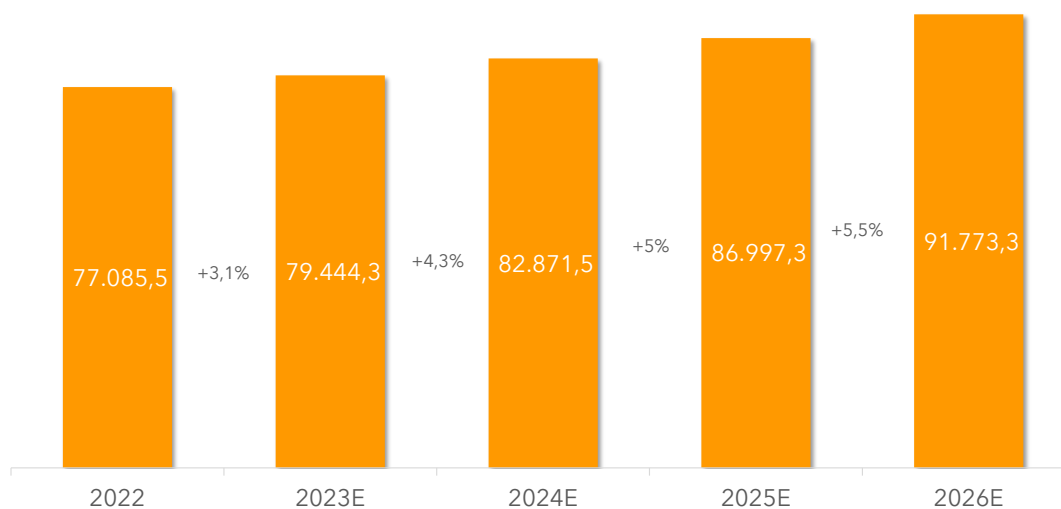
2. Le prospettive di sviluppo del mercato IT e digitale in Italia

L'evoluzione futura del mercato digitale dipende da una serie di fattori. La crescita del comparto è legato, in prima battuta, a quanto aziende ed enti riusciranno ad accedere e a utilizzare in modo concreto le risorse messe a disposizione dal **PNRR** a supporto dei progetti di digitalizzazione del Paese. Il progresso del mercato sarà, inoltre, condizionato dal **rialzo dei costi** esterni ed interni al settore ICT che renderà sempre più costosa la transizione digitale e dall'**incertezza** della situazione economica **nazionale ed internazionale** così come dal perdurare delle difficoltà **geopolitiche mondiali**.

Da questo punto di vista, NetConsulting cube ritiene che tra il 2023 e il 2026, gli elementi elencati precedentemente non dovrebbero influenzare in modo negativo lo sviluppo del mercato. È, infatti, ipotizzabile un incremento dell'impiego delle risorse economiche del PNRR e un minore impatto dell'inflazione che dovrebbero consentire al mercato digitale di proseguire e rafforzare il suo percorso di crescita, e di essere meno vulnerabile al possibile peggioramento del contesto geopolitico. Nel periodo in esame, il mercato digitale italiano dovrebbe, quindi, svilupparsi con un tasso di crescita medio annuo del 4,9% corrispondente ad un valore pari a poco meno di 92 miliardi di Euro nel 2026 (Fig. 3). La crescita del mercato digitale è più sostenuta nel comparto business, con un tasso di crescita media annua pari al 6,7% con un picco del 7,2% per le grandi aziende.

Figura 3 - Il mercato digitale in Italia, 2022-2026E

Dati in mln di Euro, crescite % anno su anno



Fonte: NetConsulting cube, 2023

In continuità con lo scenario attuale, inoltre, la crescita del mercato digitale italiano sarà prevedibilmente guidata dalla domanda di Servizi ICT, e di Software e Soluzioni ICT, il cui mercato complessivo tra il 2022-2026 è previsto crescere con una velocità ben superiore alla media di mercato lungo l'intero periodo, a conferma di quanto la Digital Transformation non abbia ancora esaurito la sua portata nell'ecosistema business nazionale.

NetConsulting cube prevede, quindi, che le aziende continueranno a cercare nelle tecnologie digitali un valido supporto all'efficacia dei processi interni, delle attività che presiedono alla produzione o comunque all'erogazione dell'offerta, del contatto con la clientela finale:

- l'automazione dei processi interni grazie all'adozione di specifiche soluzioni a supporto delle principali funzioni corporate in combinazione con soluzioni di Big Data & Advanced

Analytics e Cybersecurity consente di velocizzare le attività e i processi decisionali, di effettuare controlli tempestivi e in real-time nonché di gestire al meglio i rischi;

- l'uso di applicazioni tecniche (soluzioni per il magazzino, la logistica, la gestione di fornitori etc.), soluzioni IoT e di tecnologie emergenti, di strumenti per la protezione, analisi e valorizzazione di dati permettono un'ottimizzazione delle principali fasi delle Supply Chain aziendali, inclusa la produzione;
- l'utilizzo di piattaforme digitali facilita la creazione di nuove filiere finalizzate alla creazione o innovazione di nuovi prodotti/servizi;
- le tecnologie digitali mettono, infine, a disposizione delle aziende nuovi canali digitali, consentono di ottimizzare i tradizionali canali commerciali e di marketing, aiutano le aziende nell'attrarre, acquisire e coinvolgere i clienti oltre che a migliorarne il servizio e l'experience.

3. Il ruolo strategico dei Service Provider

I driver che caratterizzano ad oggi e in futuro lo sviluppo del mercato IT e digitale italiano mettono in luce l'importanza delle soluzioni software così come dei servizi di **System Integration**, **Consulenza** e di **Application Management**, che sono fondamentali per implementare e introdurre gli applicativi in azienda e per mantenerli aggiornati in chiave correttiva ed evolutiva.

Ciò evidenzia il ruolo strategico giocato oggi dai **Service Provider**, a cui è richiesto un sempre maggiore impegno nell'ottimizzazione delle proprie strategie di offerta in modo da supportare ed accompagnare al meglio i percorsi di trasformazione tecnologica degli utenti finali.

Ad oggi, per aumentare la propria efficacia, i Service Provider devono, innanzitutto, avviare iniziative di **sviluppo** del proprio **portafoglio di offerta** in linea con l'affermazione dei principali Digital Enabler agendo su tre leve principali:

- potenziamento delle attività di **Ricerca & Sviluppo**, anche attraverso la collaborazione con istituti di ricerca e università per la gestione congiunta di progetti di ricerca;
- finalizzazione di **operazioni aziendali** volte all'acquisizione di realtà con competenze tecnologiche e offerte che possano arricchire la proposta commerciale;
- rafforzamento e rivisitazione dell'ecosistema di **partner**, privilegiando quei player, a volte competitor, che hanno un posizionamento di primo piano in ambito tecnologico e che possono supportare efficacemente il rinnovo dell'offerta.

Gli impatti organizzativi di queste iniziative sono molteplici e possono includere la creazione di divisioni di R&S, comitati e community per l'innovazione, centri di innovazione e competence center - molto importanti anche da un punto di vista commerciale visto che spesso rappresentano luoghi in cui clienti e prospect possono testare concretamente le proposte tecnologiche dei fornitori. Si rileva, inoltre, il potenziamento delle divisioni dedicate alla gestione delle partnership esistenti e dello sviluppo di nuove alleanze e, più in generale, una forte attenzione all'assunzione di personale adeguato.

Figura 4 - Principali iniziative messe in atto dai Service Provider



Fonte: NetConsulting cube su fonti varie, 2023

Secondariamente, è cruciale che i Service Provider investano nella **reingegnerizzazione dell'offerta** a partire dall'identificazione e valorizzazione, all'interno del portafoglio, di soluzioni software e servizi a maggior valore, passando per l'individuazione di sinergie tra le diverse componenti di offerta e, quindi, la formulazione di bundle commerciali in grado di indirizzare -

anche con un approccio commerciale pull - le esigenze, verticali e non, delle aziende utenti. Marketing e Vendite, con il supporto delle figure di prevendita, che meglio conoscono le dinamiche della domanda, sono le divisioni maggiormente coinvolte in queste iniziative.

Rinnovo e ristrutturazione dell'offerta non esauriscono, però, gli ambiti su cui i Service provider devono attivarsi. Molte iniziative hanno, infatti, riguardato anche la fase di **delivery**. È essenziale, in questo caso, la creazione di divisioni di prodotto/servizio focalizzate sulle nuove aree di offerta, la concretizzazione di modelli a matrice che coniughino le competenze di prodotto/servizio con un approccio verticale o comunque focalizzato sui clienti, e il focus sul recruiting di risorse con competenze che possano garantire il successo commerciale, ovvero che i prodotti veicolati e i servizi erogati rispondano ai bisogni delle aziende utenti. Da segnalare, infine, il necessario forte controllo dell'avanzamento di progetti e commesse in modo da mantenerne monitorata la marginalità agendo su tempi e costi.

4. Il posizionamento e le competenze di Aeonvis

Per affrontare le sfide di un mercato ad alta complessità, è necessario potersi avvalere del supporto di partner fidati capaci di intercettare le mutate esigenze, offrendo soluzioni professionali ad alta specializzazione e personalizzazione.

In questo contesto si posiziona Aeonvis, società di consulenza organizzativa e tecnologica ad alta specializzazione.

Aeonvis, infatti, è un Service Provider che negli anni è riuscito a recepire le dinamiche di sviluppo del mercato IT e digitale italiano e a adattarsi ai cambiamenti del comparto tecnologico mettendo in atto azioni ed iniziative a supporto della sua efficacia.

Oggi l'azienda è in grado di aiutare i clienti nell'ideare, pianificare, realizzare e gestire la propria trasformazione digitale integrando tecnologie, processi, organizzazione e capitale umano.

Prova di ciò sono alcuni suoi peculiari aspetti distintivi:

- la **proposta commerciale**, costruita attorno a segmenti tecnologici a maggior crescita che meglio rispondono alle esigenze della domanda;
- la **value proposition** attuale e futura, che fa leva sulla collaborazione con partner di primo piano nel contesto di mercato - anche internazionale, più recentemente sull'acquisizione di realtà specializzate per ottimizzare e rinnovare il supporto all'utenza finale, e sull'attenzione alle risorse umane e alle loro skill.

4.1 Chi è Aeonvis

Aeonvis offre servizi di consulenza organizzativa e tecnologica ed è attiva sul mercato da oltre 20 anni attraverso quattro sedi localizzate a Milano, filiale principale, Torino, Padova e Roma.

250 sono oggi i consulenti che compongono l'organico dell'Azienda. Un team -- che nel tempo ha consentito ad Aeonvis di svolgere oltre 500 progetti.

La maggioranza delle attività sono svolte in Italia ma il peso della componente estera sta crescendo in misura considerevole. Ad oggi sono circa 130 i progetti implementati in oltre 50 Paesi, tra Europa, Nord e Sud America, Medio Oriente, Asia - con un focus rilevante sulla Cina (dove Aeonvis collabora con una società di consulenza locale), Australia (Fig. 5). A questo proposito, si segnala che attualmente circa il 30% del fatturato di Aeonvis è generato da clienti esteri e da progetti realizzati fuori dall'Italia.

Figura 5 - I numeri di Aeonvis



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, 2023

La base commerciale di Aeonvis include oltre 120 aziende, di medio-grandi dimensioni, attive in tutti i principali settori con un peso particolarmente significativo della filiera industriale e retail -

e, in particolare, dei comparti automotive, chimico e farmaceutico, CPG, fashion - di operatori di servizio nonché di realtà multinazionali. L'immagine sottostante raggruppa le principali referenze di Aeonvis classificate per cluster settoriale di riferimento.

Figura 6 - Le referenze di Aeonvis



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

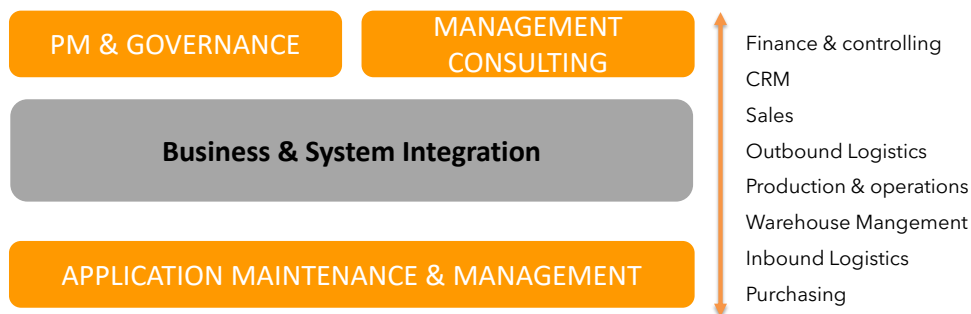
4.2 La proposta commerciale di Aeonvis

Sono quattro gli ambiti principali di offerta indirizzati da Aeonvis::

- **Business e System Integration:** tali servizi rappresentano la prima e più rilevante area di offerta, anche perché storicamente più consolidata. Le attività in quest’ambito fanno riferimento a specifiche piattaforme applicative, ambiti funzionali e digitali di primaria importanza per le aziende indirizzate, ovvero SAP e Salesforce, Supply Chain Planning e Digital & Business Analytics;
- **PM & Governance:** Aeonvis supporta i propri clienti mettendo a disposizione risorse e team in grado di gestire progetti estremamente articolati svolti da altri partner tecnologici assicurando una governance rigorosa degli step progettuali;
- **Management Consulting:** ancora marginale in termini di volumi ma molto importante ai fini del supporto ai clienti in ambito strategie IT e change management. È spesso erogata nell’ambito di contratti di PM & Governance;
- **Application Maintenance:** in quest’ambito, l’azienda eroga i servizi necessari a gestire e garantire il buon funzionamento delle piattaforme implementate presso i clienti.

Il framework dell’offerta di Aeonvis vede la Business e System Integration centrale, a supporto delle attività di PM & Governance e Management Consulting, e a sua volta sostenuta dai servizi di Application Maintenance. Questo portafoglio permette all’azienda di abilitare le strategie di crescita dei clienti con riferimento a tutte le principali divisioni aziendali (Fig. 7).

Figura 7 - Il framework di offerta



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

4.2.1 Business e System Integration

I servizi di Business e System Integration vengono veicolati attraverso tre Business Unit distinte (SAP, Salesforce, Supply Chain Planning) e una practice (Digital & Business Analytics).

SAP

La prima BU è dedicata all'implementazione e deployment nonché manutenzione e gestione di soluzioni **SAP**. I servizi erogati sono molteplici: process design, system configuration/integration, SAP Basis System Management, ABAP Factory, AMS and Customer Service, PMO.

Aeonvis è Service Partner di SAP dal 2005. In questo periodo di tempo, l'azienda ha implementato oltre 200 progetti e ha finalizzato più di 20 contratti di Application Management. Ad oggi, dispone di più di 100 FTE esperti nei principali ambiti funzionali SAP e più di 35 FTE focalizzati sul linguaggio ABAP. Complessivamente, le risorse di Aeonvis in ambito SAP detengono oltre 30 certificazioni (Fig. 8).

Figura 8 - I numeri della BU SAP



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

Dal 2005, Aeonvis ha mantenuto aggiornate le sue competenze SAP e oggi indirizza le piattaforme SAP e SAP S/4HANA, nelle declinazioni on-premise e Cloud, in molteplici ambiti funzionali (Sourcing & Procurement, Supply Chain, Sales, Ominichannel, Finance & Controlling) e in relazione a specifici comparti, in primis il Fashion (SAP AFS – Apparel & Footwear Solution, SAP FMS – Fashion Management Solution, SAP HANA for Fashion).

Inoltre, a supporto delle piattaforme SAP, Aeonvis lavora anche sulla piattaforma Neptune che consente di portare su Web e Mobile qualunque applicazione aziendale, incluse quelle SAP.

Salesforce

La seconda BU è dedicata alla piattaforma **Salesforce**. Aeonvis, per rafforzare le sue competenze in questo ambito ha recentemente acquisito **Artmatica Partners**, la cui partnership con Salesforce è iniziata nel 2015.

Artmatica Partners, società di consulenza basata a Roma, è da sempre focalizzata sulla piattaforma Salesforce e, in particolare, sull'implementazione di personalizzazioni ad hoc a supporto dei processi di marketing automation, sales, customer service e field service.

Grazie al contributo di Artmatica Partners, Aeonvis vanta oltre 30 specialisti con un totale di circa 40 certificazioni. Sono decine i progetti implementati in svariati settori, tra cui Sanità e Lifescience, Food & Beverage, Retail e Servizi, Industria (Fig. 9). L'azienda è, inoltre, in grado di erogare i servizi di System Integration & Consulting, Salesforce Orgs Configuration, Multi Cloud Support, Salesforce Orgs Customization, AMS & Customer Service, PMO.

Figura 9 - I numeri della BU Salesforce



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

Supply Chain Planning

La BU Supply Chain Planning è dedicata all'implementazione, manutenzione e gestione di soluzioni in ambito Supply Chain e le relative criticità - Sales & Operations Planning, Forecasting / Demand Planning, Capacity Planning, Master Production Schedule, Distribution Requirement Planning, Material Requirement Planning, Resource Planning e Sequencing - con un focus particolarmente significativo su previsioni di vendita e domanda, pianificazione delle catene di fornitura, sostenibilità, ottimizzazione del capitale circolante e delle risorse impiegate, resilienza, grazie anche ad una efficace valorizzazione dei dati (Fig. 10).

Per indirizzare queste tematiche, Aeonvis si avvale di partnership con SAP, Blue Yonder (precedentemente JDA Software Group) e, soprattutto, **Kinaxis**, società canadese che offre una piattaforma di SCM e di pianificazione, ed è in grado di schierare un team di risorse altamente qualificate su diverse iniziative di Supply Chain Planning.

Figura 10 - Ambiti applicativi, partner e obiettivi della BU Supply Chain Planning



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

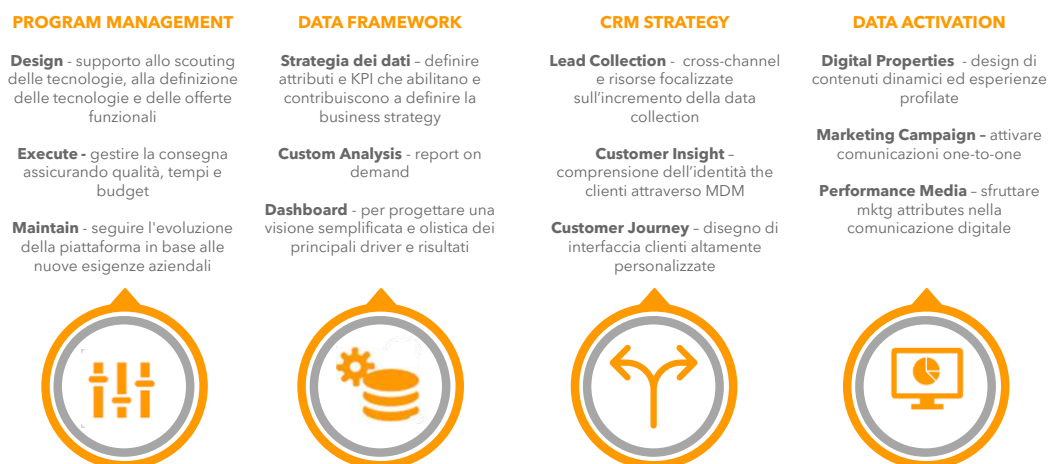
Digital & Business Analytics

La practice Digital & Business Analytics aiuta le aziende a costruire una piattaforma dati focalizzata sul cliente su cui poggiare le proprie iniziative in ambito Digital Marketing e CRM.

In dettaglio, Aeonvis pone attenzione sugli aspetti tecnologici di sviluppo, realizzazione e manutenzione della piattaforma, sulla definizione della strategia di analisi e reporting dei dati, sulla valorizzazione dei dati a supporto di iniziative di CRM e Digital Marketing (Customer Engagement & Journey, Lead Management, Campaign Management, Fig. 11).

Tutte le attività svolte dai clienti (interazioni, comportamenti, canali utilizzati, etc.) vengono tracciate e possono essere monitorate da qualsiasi stakeholder aziendale attraverso dashboard e report, volti a fornire dettagli leggibili e semplici, ed informazioni immediatamente fruibili.

Figura 11 - Gli highlight della practice Digital & Business Analytics



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

4.2.2 PM & Governance e Management Consulting

I servizi di PM & Governance e Management Consulting vengono erogati attraverso una BU specifica, PM & PMO, in cui operano più di 60 risorse, con competenze ed esperienza pluriennali a supporto di attività di governance e business analysis e relative certificazioni (PMP - Professional Scrum Master, PMP - Project Management Professional, etc.).

Sono più di 30 i progetti svolti da questa BU in un'ampia gamma di settori (CPG, Automotive, Fashion & Luxury, Sanità, Fig. 12).

Figura 12 - Gli highlight della BU PM & PMO



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

La BU oltre ad erogare servizi specifici a supporto del Project Management e della Governance (definizione del turnaround del programma di turnaround e della roadmap, Program/Project Management per la pianificazione e il monitoraggio, Governance ICT, Benchmarking IT e

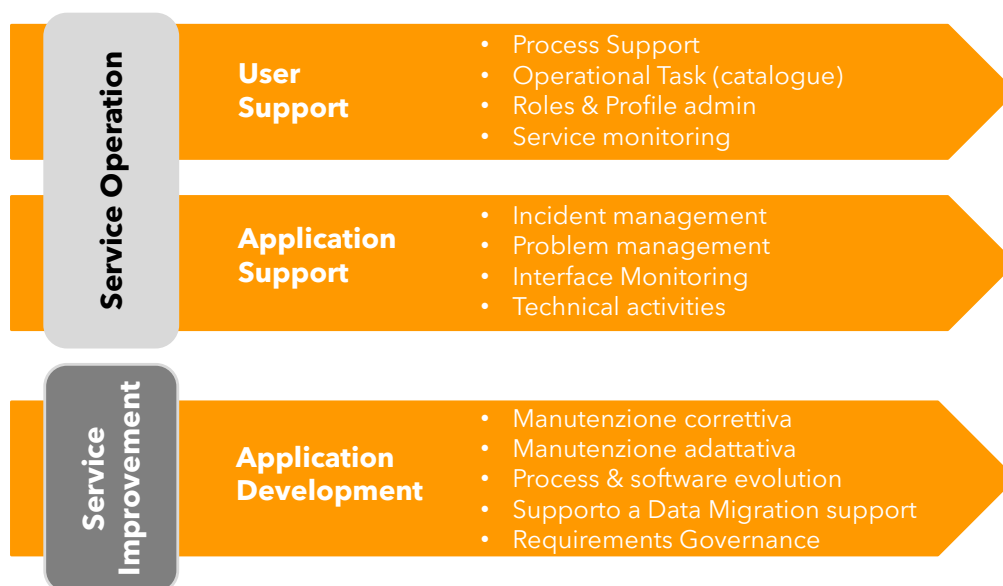
valutazione del software, Quality Assurance) offre anche un supporto consulenziale fortemente centrato su tematiche di Corporate Performance Management, IT Strategy e Change Management.

4.2.3 Application Maintenance

Aeonvis offre servizi di Application Maintenance dal 2016. Dapprima focalizzati sul mondo SAP, i servizi di Application Maintenance hanno gradualmente aumentato la loro copertura consentendo il presidio non solo di piattaforme ERP ma anche di soluzioni digitali, di CRM e di Supply Chain Planning.

L’offerta di Aeonvis garantisce un adeguato supporto sia all’utente finale (supporto al processo, definizione del catalogo delle attività operative, amministrazione di ruoli e profili, monitoraggio del servizio) sia alle figure tecniche delle aziende clienti in relazione al funzionamento delle applicazioni (incident management, problem management, interface monitoring, attività tecniche) e della loro ottimizzazione (manutenzione correttiva, adattativa ed evolutiva, supporto alla migrazione dei dati, Fig. 13).

Figura 13 - I servizi di Application Maintenance



Fonte: NetConsulting cube su materiale Aeonvis, Giugno 2023

I servizi di Application Maintenance sono veicolati grazie a Service Manager certificati ITIL e ad un team di oltre 30 risorse che operano on site, da remoto o near-shore, a seconda delle richieste.

I servizi sono disponibili in italiano e inglese e coprono un periodo di 15 ore dalle 9 di mattina alle 24.

Negli ultimi 2 anni, hanno usufruito dei servizi di Application Maintenance di Aeonvis 30 clienti per un totale di 15.000 ticket.

4.3 La value proposition di Aeonvis ad oggi e in prospettiva

In questi vent’anni di esperienza, Aeonvis ha saputo evolvere e rafforzare le proprie competenze. Oggi Aeonvis risponde alle esigenze delle aziende clienti con una value proposition basata su tre pillar:

- un’offerta costruita - come visto precedentemente - sul connubio tra supporto consulenziale e tecnologico;

- un focus intenso sulla finalizzazione di partnership e acquisizioni per rafforzare la proposta commerciale;
- un'attenzione forte alle risorse umane impegnate nella delivery dei servizi e alle loro skill.

Partnership e acquisizioni

Guardando alle partnership, negli anni, Aeonvis ha sviluppato forti relazioni con vendor quali **SAP, Neptune, Salesforce**, Blue Yonder e **Kinaxis** per poter operare al meglio sulle loro piattaforme e soluzioni.

Aeonvis collabora, inoltre, con una società di consulenza asiatica che le ha permesso di ampliare le proprie attività in area APAC e di supportare aziende italiane che hanno avviato filiali commerciali e produttive proprio in tali geografie.

Per quanto riguarda le acquisizioni, l'integrazione di Artmatica Partners è stata fondamentale per allargare l'offerta al mondo Salesforce e per indirizzare, quindi, il segmento applicativo as a Service, tra i più dinamici nel contesto IT e digitale.

In prospettiva futura, Aeonvis non esclude la possibilità di estendere ulteriormente il perimetro delle partnership ed acquisizioni, per due motivi principali:

- da un lato, per ampliare l'offerta in una logica di best of breed proponendo il meglio per ognuno degli ambiti indirizzati. Di particolare interesse appaiono il Cloud e la Cybersecurity, elementi fondamentali e sempre presenti nei percorsi di digital transformation delle aziende utenti, e le tematiche di Corporate Performance Management, particolarmente importanti nell'ambito dei servizi di Management Consulting;
- dall'altro, per continuare a sostenere l'internazionalizzazione delle attività fino ad arrivare all'apertura di una nuova sede all'estero.

Risorse umane

Per Aeonvis, l'asset più importante però sono le persone ed è sulle risorse umane che l'azienda concentra le proprie attenzioni:

- focalizzandosi sul recruiting di personale (sono circa 60 le persone che sono entrate in Aeonvis nell'ultimo anno): giovani laureati - nella maggioranza dei casi in discipline STEM - e figure più senior, essenziali per la gestione di clienti di grandi dimensioni e per interloquire con tutti i C-level;
- formando le risorse: l'azienda eroga formazione per oltre 700 giorni all'anno, per potenziare competenze tecniche, soft skill e la conoscenza di lingue straniere, grazie all'aiuto di formatori esterni;
- ascoltando i dipendenti in modo costante: colloqui periodici con l'HR e con i manager e, novità di quest'anno, il counselling aziendale.

Il riscontro di queste attività è molto positivo. Le risorse sono gratificate dalla possibilità di essere ascoltate e supportate da un management team senior ed esperto e di coltivare le proprie competenze in linea con lo sviluppo del mercato.



Realizzato da

Net
Consulting³
Empowering your Digital Business

&

inno3
Innovazione, Informazione, Incontro

Powered by

AEONVIS
20th ANNIVERSARY