



Geoweb oltre i servizi

Vision 2026 - 2029

Per la professione. Ogni giorno.

Da **oltre 25 anni** Geoweb accompagna l'evoluzione della professione tecnica, trasformando servizi, dati e tecnologia in strumenti concreti per **semplificare il lavoro quotidiano** e **valorizzare le competenze dei Geometri**.

Fondata nel 2000, partecipata da **CNGeGL** e **Sogei**, conta oggi **oltre 55.000 iscritti**.

AFFIDABILITÀ

Solidità e riferimento istituzionale

ECOSISTEMA

Dati, servizi, software e formazione integrati

SEMPLIFICAZIONE

Un solo accesso, castelletto nazionale e pagamenti a consuntivo

VICINANZA

Assistenza specialistica e ascolto della professione

INNOVAZIONE

Tecnologia e AI al servizio delle competenze

Oggi → Domani

Meno complessità, più continuità nel lavoro.

Non solo una piattaforma di servizi, ma un punto di riferimento costante per il professionista: dall'accesso alle banche dati alle attività catastali, dalla rappresentazione del territorio alle valutazioni immobiliari, dalla formazione agli strumenti per lo studio.

Da piattaforma di servizi a **piattaforma di valore e opportunità**, capace di accompagnare il lavoro di oggi e contribuire a costruire nuove occasioni per la professione di domani.

*La tecnologia cambia.
Il valore della competenza resta*



Un modello solido da far evolvere

Geoweb affronta il prossimo ciclo di sviluppo partendo da un **patrimonio consolidato** di utenti, competenze, infrastrutture, relazioni e servizi.

La sfida è far evolvere questo modello verso **nuove traiettorie di crescita**, rafforzando la capacità di conoscere e interpretare il mercato, anticiparne le esigenze e trasformarle in nuove soluzioni e opportunità.

Un percorso che richiede di far evolvere insieme offerta, relazione con il cliente, competenze, processi e organizzazione, mantenendo i servizi al centro di un ecosistema più ampio e dinamico.

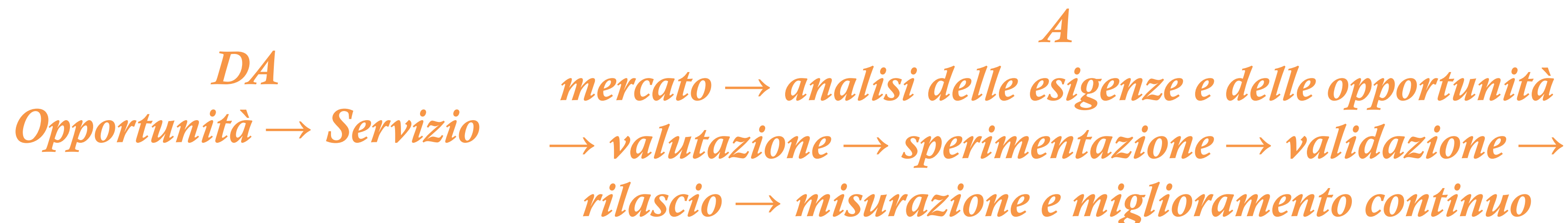
L'innovazione non nasce da iniziative occasionali, ma da un processo strutturato e continuo che consente di intercettare i bisogni dei professionisti, trasformarli in nuove opportunità e validare le soluzioni prima del rilascio.

Nuovo paradigma di crescita

Geoweb ha costruito il proprio vantaggio competitivo sulla semplificazione dei processi, la convenienza e la capacità di aggregare servizi ad alto valore.

L'evoluzione del mercato richiede oggi di valorizzare questa base ampliando le leve di sviluppo:
conoscere meglio il cliente e i suoi bisogni, cogliere nuove opportunità, innovare l'offerta e ampliare progressivamente il mercato servito.

Il cambiamento riguarda quindi anche il modo in cui Geoweb sviluppa le proprie iniziative:



Il *core business* resta il punto di partenza, ma **il cliente** diventa parte del processo attraverso cui Geoweb individua, sviluppa e valida nuove soluzioni.

Sei leve, un unico modello

Il modello di evoluzione si articola in **sei leve interdipendenti**, che integrano sviluppo del *business*, tecnologia, organizzazione e processi.

Il valore non deriva dalle singole iniziative, ma dalla loro capacità di **agire come un sistema unico** per sostenere crescita, fidelizzazione, efficienza e posizionamento di Geoweb.

- 1. Più valore per il cliente, lungo tutta la relazione*
- 2. Innovazione e AI come moltiplicatori del valore*
- 3. Partnership e apertura dell'ecosistema*
- 4. Ampliare progressivamente il mercato servito*
- 5. Trasformare la community in un asset competitivo*
- 6. Capitale umano e ottimizzazione dei processi*

1. Più valore per il cliente

lungo tutta la relazione

Evolvere dalla fruizione del singolo servizio a una relazione più ampia e continuativa con il professionista, accompagnandolo nell'operatività, nella crescita delle competenze e nell'accesso a nuove opportunità.

Assistenza, formazione, community e strumenti digitali diventano così leve per aumentare il valore della relazione, la fidelizzazione e l'utilizzo dell'ecosistema Geoweb.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Esperienza personalizzata:** profilazione, dashboard e suggerimenti basati su profilo, interessi e utilizzo.
- **Assistenza digitale:** evoluzione di Geo-AI come assistente nell'ecosistema Geoweb.
- **Competenze:** formazione personalizzata e valorizzazione del profilo professionale.
- **Community e opportunità:** panel, networking e GaaS per connettere domanda e offerta professionale.
- **Customer & Market Intelligence:** integrazione di dati, feedback e comportamenti per anticipare bisogni, trend e opportunità.

2. Innovazione e AI

come moltiplicatori di valore

L'AI è una leva trasversale del percorso, capace di **generare valore su due fronti**: aumentare efficienza e capacità interna e rendere più evoluti, personalizzati e contestuali i servizi e il supporto al professionista.

La sua **adozione** dovrà essere **progressiva e governata**, con competenze, regole, sicurezza e presidio umano, utilizzando la tecnologia per amplificare le capacità delle persone e liberare risorse verso attività a maggiore valore.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **AI per il professionista**: assistenza, personalizzazione e supporto intelligente.
- **AI per dati e mercato**: analisi e valorizzazione dei dati per anticipare trend e bisogni.
- **AI per lo sviluppo**: scouting, partnership e validazione di nuove soluzioni.
- **AI per processi e produttività**: automazione e copilot per liberare capacità a maggiore valore.
- **AI per competenze e conoscenza**: knowledge management, AI Literacy e sviluppo delle competenze.
- **AI Governance**: regole, sicurezza, conformità, fornitori e presidio umano.

3. Partnership

e apertura dell'ecosistema

Sviluppare un modello di *partnership* più strutturato, selettivo e flessibile, capace di **ampliare il valore dell'ecosistema** e accelerare l'accesso a competenze, tecnologie e nuovi mercati.

Valutare le collaborazioni sulla base di valore, sostenibilità, rapidità e rischio, adottando **livelli di integrazione differenziati** e garantendo la continuità delle direttrici strategiche.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Scouting & Partnership Intelligence:** ricerca strutturata di partner, tecnologie e opportunità.
- **Valutazione e prioritizzazione:** selezione per valore, sostenibilità, rischio, scalabilità e coerenza strategica.
- **Sperimentazione e integrazione:** pilot e livelli di integrazione flessibili in funzione del valore generato.
- **Modelli di collaborazione:** revenue sharing, co-marketing, marketplace e partnership per nuovi mercati.
- **Risk management e contingency:** presidio dei rischi, dipendenze e scenari alternativi.
- **Performance & portfolio management:** monitoraggio e focalizzazione sulle partnership a maggiore valore.

4. Ampliare progressivamente

il mercato servito

Valorizzare gli *asset*, le infrastrutture e gli investimenti già disponibili, ampliando progressivamente il mercato verso altre categorie tecniche e riducendo la dipendenza dal mercato storico.

L'estensione dovrà essere graduale e selettiva, accompagnata da una segmentazione capace di adattare servizi, *customer journey*, comunicazione e proposta di valore alle esigenze dei diversi *target* professionali.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Market assessment e prioritizzazione:** selezione dei segmenti a maggiore potenziale e compatibilità con Geoweb.
- **Segmentazione e proposta di valore:** value proposition, customer journey e offerte differenziate per mercato.
- **Estensione dell'offerta:** apertura selettiva dei servizi e pilot prima dello scale-up.
- **Scalabilità dell'ecosistema:** valorizzazione di infrastrutture, servizi e competenze su più verticali professionali.
- **Sviluppo del mercato e delle relazioni:** partnership e ampliamento delle opportunità e della platea professionale.

5. Trasformare la community

in un asset competitivo

Trasformare la base utenti e la rete di relazioni di Geoweb in una *community* attiva e permanente, capace di rafforzare la conoscenza del mercato, individuare nuovi bisogni e contribuire allo sviluppo e alla validazione delle soluzioni.

Panel, survey, territorio e coinvolgimento di professionisti, Collegi e stakeholder diventano strumenti di ascolto e co-progettazione, trasformando il patrimonio relazionale e informativo in un asset distintivo e competitivo.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Community e panel:** coinvolgimento continuativo dei professionisti in ascolto, sperimentazione e validazione.
- **Territorio e stakeholder:** Geoweb Incontra e rete dei Collegi come presidio permanente di relazione e ascolto.
- **Co-progettazione:** Co-design Lab, Beta Community ed Early Adopters per sviluppare e validare nuove soluzioni.
- **Community & Market Intelligence:** integrazione di dati, feedback e interazioni per anticipare trend, bisogni e opportunità.
- **Patrimonio relazionale:** giovani professionisti, network di competenze e community come asset strategico e distintivo.

6. Capitale umano

e ottimizzazione dei processi

La crescita di Geoweb richiede un'organizzazione capace di evolvere insieme al mercato, valorizzando persone, competenze ed esperienza e riducendo la concentrazione del know-how. Formazione, condivisione delle competenze, evoluzione dei processi, automazione e AI diventano leve integrate per rafforzare la capacità organizzativa e sostenere nel tempo la trasformazione delineata dalla prospettiva aziendale.

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Competenze e resilienza:** mappatura delle competenze critiche, key-person dependency e piani di successione.
- **Know-how:** mentoring, affiancamento e knowledge base per diffondere e preservare la conoscenza.
- **Formazione e nuove competenze:** AI Literacy e percorsi customizzati per ruolo coerenti con la strategia.
- **Evoluzione dei processi:** semplificazione, standardizzazione e progressiva automazione dei workflow.
- **AI e automazione:** strumenti intelligenti per liberare capacità, migliorare qualità e ridurre errori.
- **Capacity planning:** gestione dei carichi di lavoro e sviluppo o acquisizione selettiva delle professionalità necessarie.

Relazione con il cliente

Assistenza, comunicazione e dati per evolvere da una relazione prevalentemente reattiva e generalista a una relazione più personalizzata, predittiva e contestuale.

Dati, automazione e AI consentono di anticipare bisogni e offrire informazioni, supporto e proposte più pertinenti, liberando al contempo le persone dalle attività standardizzabili per concentrarle sulla relazione, sull'ascolto e sui casi a maggiore valore.

Obiettivo: passare da "utente che accede a un servizio" a "cliente che riconosce Geoweb come interlocutore continuativo per la propria attività professionale".

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Conoscenza integrata dell'utente:** Single Customer View basata sui diversi touchpoint Geoweb.
- **Segmentazione e customer journey:** percorsi, contenuti e comunicazioni differenziati per profilo e momento della relazione.
- **Relazione predittiva e contestuale:** dati e AI per anticipare bisogni e proporre soluzioni pertinenti.
- **Customer Care aumentato:** self-service, Geo-AI e automazione per valorizzare l'assistenza a maggiore complessità.
- **Customer & Market Intelligence:** integrazione dei dati per individuare criticità, trend e opportunità e orientare l'evoluzione dell'offerta.

Comunicazione, territorio e dati

La **comunicazione** deve diventare una **leva integrata** della crescita, utilizzando segmentazione, automazione, *customer journey* e personalizzazione per rafforzare e rendere più misurabili *engagement*, conversione, fidelizzazione e utilizzo dei servizi.

Parallelamente, Geoweb deve recuperare un **presidio selettivo del territorio**, attraverso Collegi, Ordini, *webinar* ed eventi capaci di generare ascolto, relazioni, *feedback* e nuove opportunità.

Dati digitali, presenza sul territorio e relazione con la *community* devono convergere in un sistema unitario di conoscenza del mercato, creando un **ciclo continuo in cui Geoweb trasferisce valore, raccoglie insight e li utilizza per orientare servizi, partnership, comunicazione e nuove traiettorie di crescita.**

Comunicazione, territorio e dati

Possibili ambiti di intervento e iniziative

- **Comunicazione data-driven:** segmentazione, automazione e personalizzazione per aumentare engagement, conversione e utilizzo.
- **Misurazione della crescita:** KPI di comunicazione integrati con indicatori di comportamento e business.
- **Presidio territoriale:** presenza selettiva attraverso Geoweb Incontra, eventi di settore e proprietari.
- **Integrazione fisico-digitale:** touchpoint connessi in una relazione continuativa con il professionista.
- **Communication & Market Intelligence:** integrazione degli insight per orientare servizi, partnership e nuove opportunità di sviluppo.

Le condizioni per crescere

La trasformazione richiede la capacità di selezionare, coordinare e misurare le iniziative, attraverso un modello trasversale che integri le diverse funzioni aziendali.

- **Supporto istituzionale:** coinvolgimento attivo dell'azionista di maggioranza nel sostenere le direttrici strategiche del percorso, favorendo relazioni, interlocuzioni e opportunità funzionali al posizionamento e allo sviluppo di Geoweb. È una condizione abilitante.
- **Governance:** responsabilità chiare nella valutazione e prioritizzazione delle iniziative
- **Processo:** percorso strutturato dal bisogno al pilot, fino alla validazione e allo scale-up
- **Competenze:** sviluppo di capacità su dati, AI, partnership, customer experience e digitale, con presidio e trasferimento delle competenze critiche.
- **Risorse:** budget e capacità organizzativa coerenti con le priorità.
- **Misurazione:** KPI di adozione, utilizzo, soddisfazione, conversione, retention, efficienza e ritorno economico.
- **Compliance e legalità:** introduzione del Modello di Organizzazione, Gestione e Controllo ex D.Lgs. 231/2001, in sostituzione delle Misure di prevenzione della corruzione e trasparenza, quale presidio unificato di legalità e controllo interno.

Criteri comuni di valutazione consentono di passare da opportunità isolate a una *pipeline* di iniziative prioritarie, comparabili e governabili.

Un percorso graduale, selettivo e misurabile, articolato in tre fasi di maturazione del modello:

CONSOLIDARE E SPERIMENTARE | 2026–2027

Strutturare ascolto e valutazione delle opportunità, avviare pilot su AI e automazione, rafforzare competenze e *know-how*, sperimentare panel, *partnership*, comunicazione e nuovi *format* territoriali

SCALARE CIÒ CHE GENERA VALORE | 2027–2028

Portare a regime le soluzioni validate, estendere AI e automazione, consolidare competenze e *succession planning* ed evolvere *community*, *partnership*, *customer journey* ed *engagement*

AMPLIARE IL PERIMETRO | 2028–2029

Estendere progressivamente il mercato servito, evolvere i modelli commerciali, consolidare le *partnership* istituzionali e rafforzare il posizionamento nazionale di Geoweb, sulla base dei risultati raggiunti e della condivisione strategica con gli azionisti.

Direzione e misura della crescita

LA DIREZIONE

Consolidare il modello che ha reso Geoweb solida, facendo evolvere i servizi in un ecosistema più ampio, capace di integrare innovazione, conoscenza del cliente, competenze, *partnership* e nuovi mercati.

Obiettivo 2029: rafforzare Geoweb come ecosistema nazionale di riferimento per i professionisti tecnici, aperto, innovativo e vicino al cliente, sostenuto da un'organizzazione competente, resiliente e capace di evolvere.

COME MISURARE IL PERCORSO

- **Crescita e diversificazione:** ricavi, marginalità e contributo delle nuove iniziative.
- **Adozione e valore:** utenti attivi, utilizzo, penetrazione e *cross-usage* dei servizi.
- **Fidelizzazione e relazione:** *retention*, soddisfazione ed *engagement*.
- **Innovazione:** *pilot*, validazione e time-to-market.
- **Capitale umano ed efficienza:** competenze critiche, *know-how*, AI e automazione.

*Sperimentare prima di investire. Validare prima di scalare.
Misurare prima di consolidare.*

IA - Infrastruttura proprietaria, scalabile e resiliente

2026 - Costruzione della capacità IA

€ 94.500 – Investimenti materiali

ON-PREMISES

- Costruzione della nuova capacità elaborativa dedicata all'IA
- Infrastruttura proprietaria
- Potenziamento delle dotazioni tecnologiche a supporto di sviluppo e operatività

Obiettivo strategico: creare una base tecnologica direttamente governata da Geoweb su cui sviluppare e far evolvere le iniziative IA.

2027 - Potenziamento ed evoluzione verso il modello ibrido

€ 44.000 – Investimenti materiali

Potenziamento della capacità elaborativa e dell'infrastruttura tecnologica

+ € 75.000 – Software, CLOUD e resilienza

- € 20.000 → nuovi software e strumenti applicativi
- € 35.000 → capacità elaborativa **Cloud** a supporto dell'infrastruttura on-premises
- € 20.000 → **sicurezza e resilienza** infrastrutturale

ON-PREMISE come infrastruttura core

Governance • continuità • capacità elaborativa dedicata

+

CLOUD come capacità elastica

Scalabilità • gestione dei picchi • supporto alla potenza elaborativa

=

MODELLO IA IBRIDO: Capacità tecnologica governata internamente, progressivamente scalabile e resiliente, in grado di crescere insieme ai casi d'uso IA