

# L'UTILIZZO DEGLI OPEN DATA IN LUBE INDUSTRIES

*Dalla raccolta dei dati alle metriche  
outward-looking*



Dott. Roberto Del Gobbo  
*Responsabile Ufficio Studi*

Macerata 04/03/2016

# Company snapshots

- La Lube Industries è attiva sul mercato dei mobili per cucina da più di **50 anni**.
- Oggi è la **prima azienda** in ITALIA per numero di cucine vendute.
- La produzione viene realizzata in uno stabilimento di **110.000 mq**, con una struttura che conta più di **600 dipendenti**.
- Negli ultimi 10 anni il **fatturato** dell'azienda è più che raddoppiato, arrivando a quota **170 milioni di €**

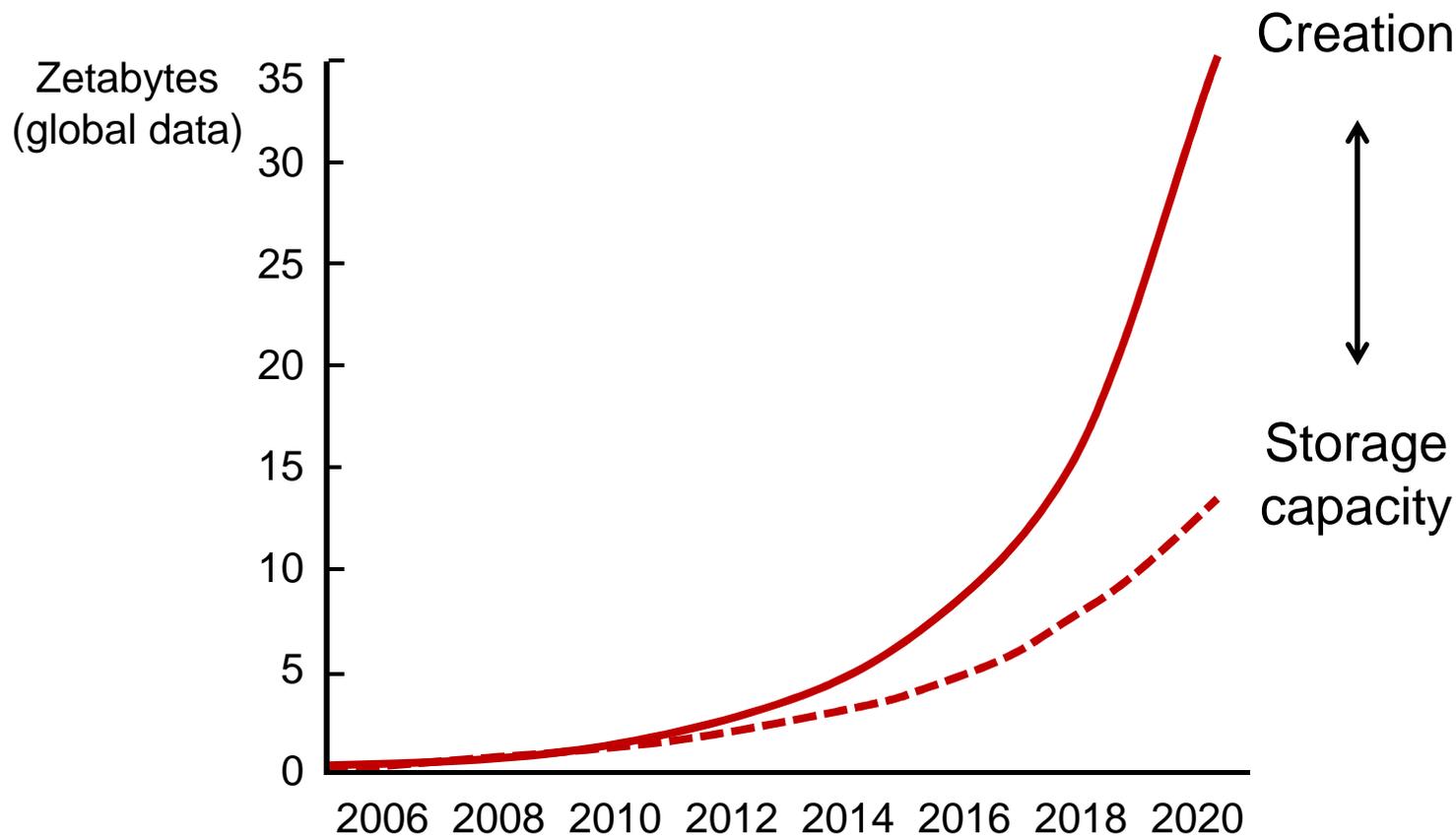


# Il sistema cliente/prodotto

- **1.600** punti vendita in tutto il mondo
- **76** paesi nel mondo in cui LUBE esporta le proprie cucine
- **300** cucine prodotte ogni giorno
- **50** modelli di cucine per oltre **455** finiture
- **160** possibili personalizzazioni del piano di lavoro



# I processi di creazione e storage dei dati

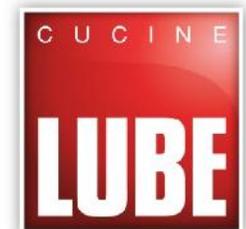


Fonte: P. Verhof, 2016



# Gli Open Data nel processo di data augmentation

		Data Type	
		Structured	Unstructured
Data Source	External	Open data Demographic data Market research data	Social Media (Google, Facebook, Twitter, etc) External sensor data Blogs
	Internal	Sales data CRM data Campaign data Usage data	Customer contact data (email, call center, website) Mobile data

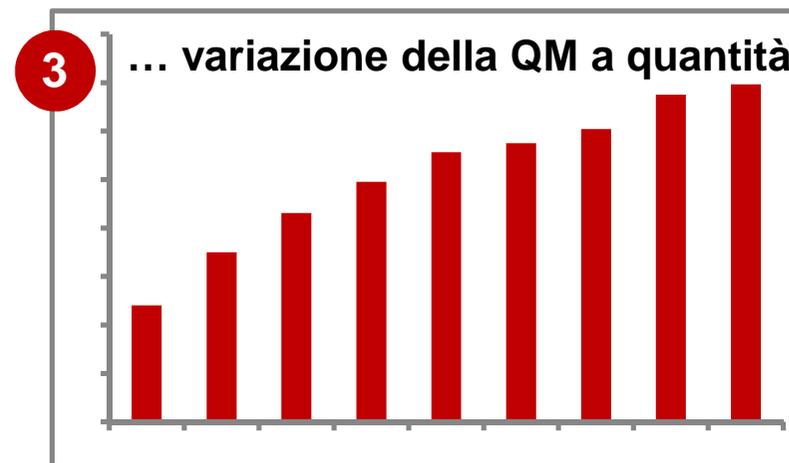
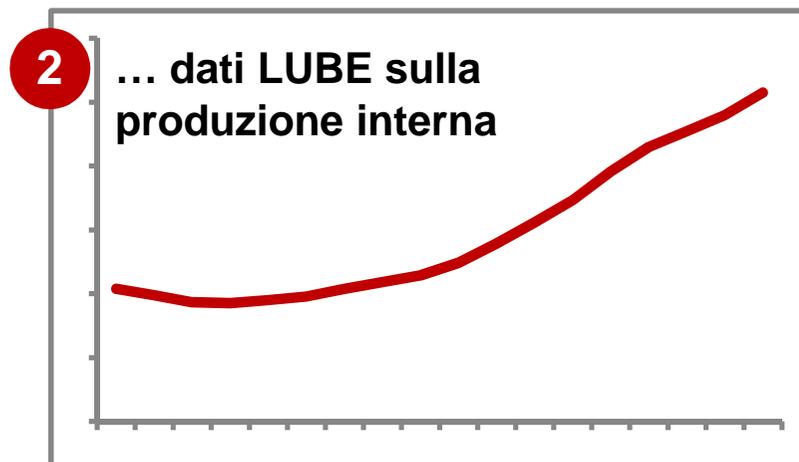


# Metriche e strategie di analisi dei dati

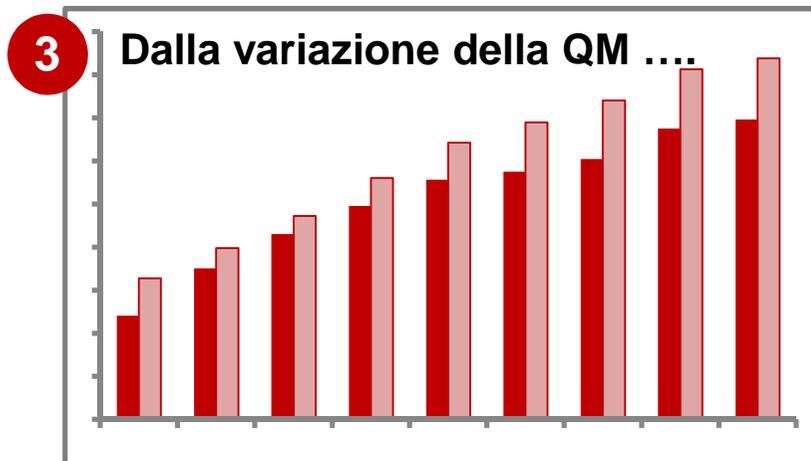
		Data Type	
		Structured	Unstructured
Data Source	External	<b>Metriche outward looking</b> Dashboard, Analytics	<b>Metriche outward looking</b> Data mining, Data modelling
	Internal	<b>Metriche inward looking</b> Dashboard, Reports, Monitors	<b>Metriche inward looking</b> Data mining, Data modelling



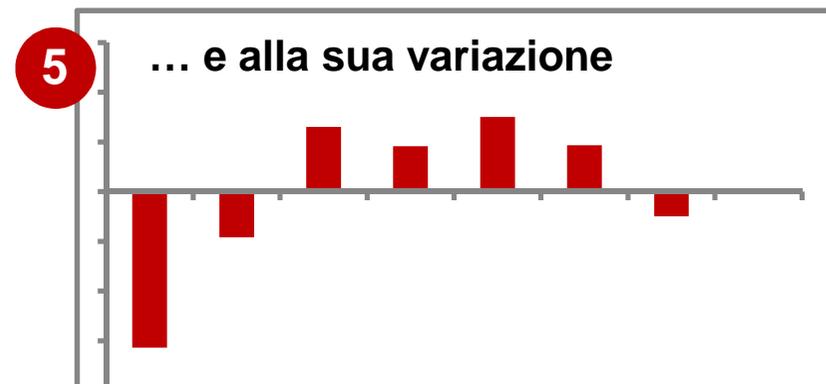
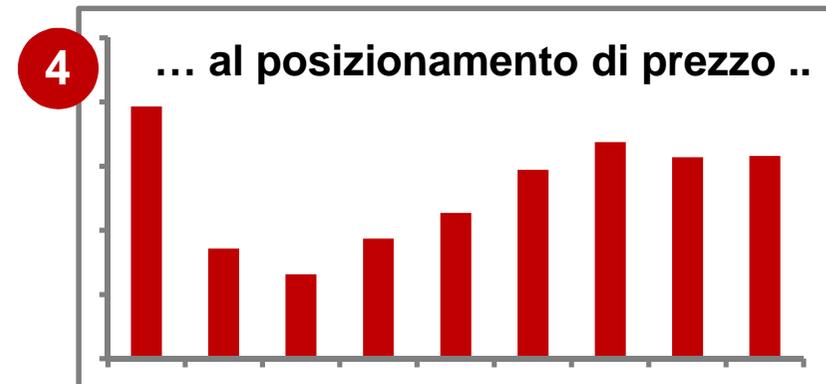
# Esempio 1: variazione della posizione competitiva



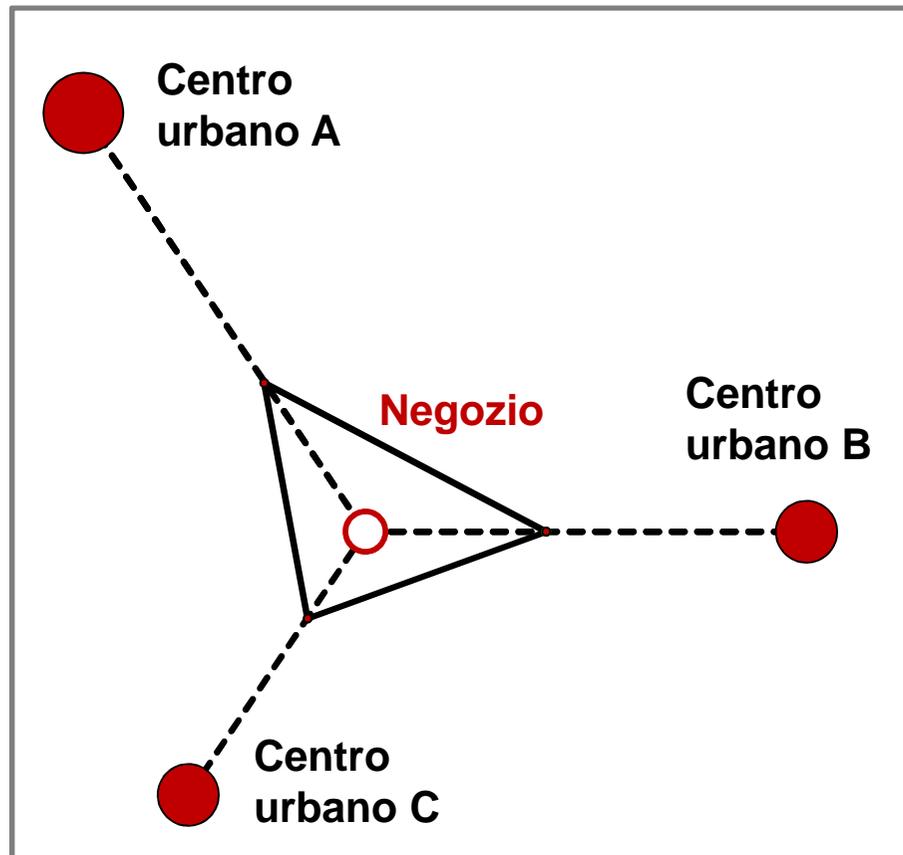
# Esempio 1: il posizionamento di prezzo



■ var. a quantità  
■ var. a valore



# Esempio 2: il bacino commerciale di un nuovo punto vendita



## Modello di gravitazione di Huff

La probabilità che un consumatore scelga di rivolgersi ad un particolare esercizio commerciale dipende da:

1. la **dimensione** del punto vendita
2. la **distanza** tra il punto vendita e la residenza del consumatore

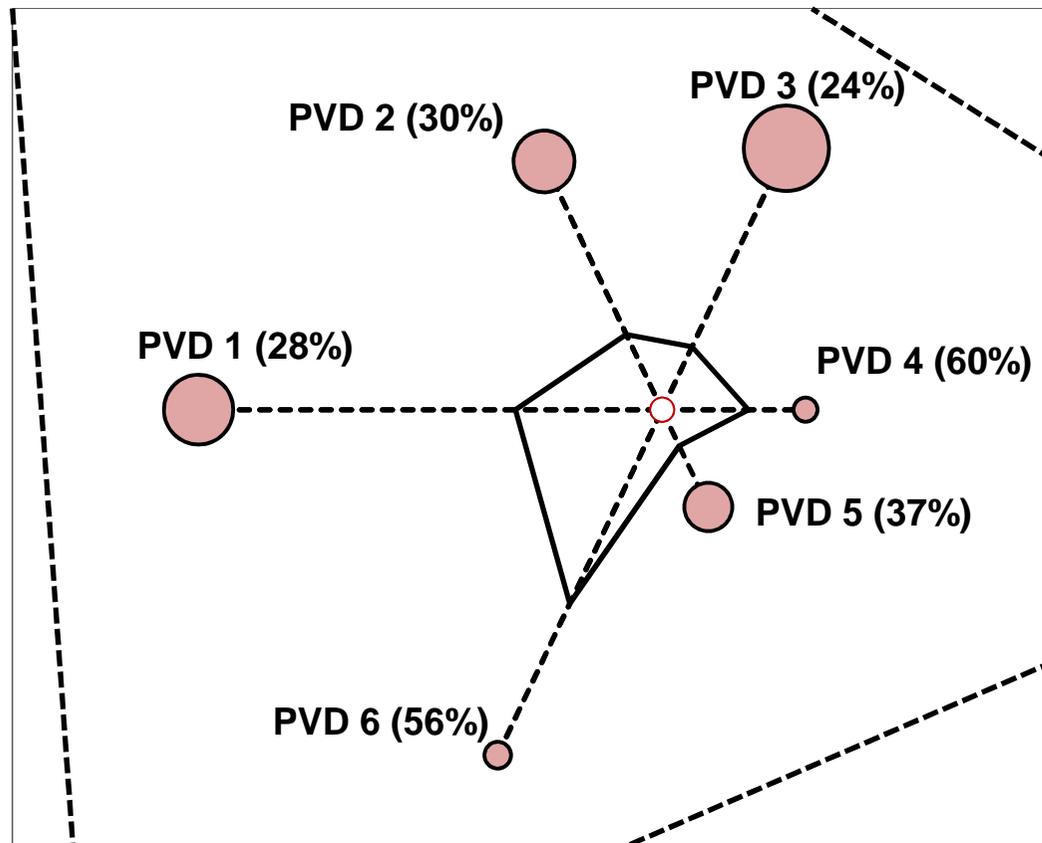
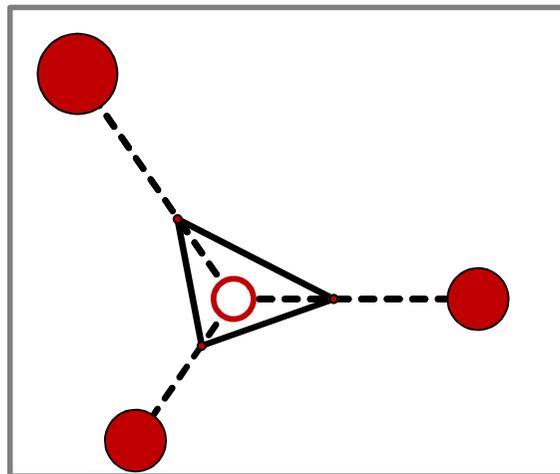
Moltiplicando tale probabilità per il **numero totale dei residenti** nell'area si ottiene il numero dei consumatori propensi ad effettuare acquisti presso quel determinato punto vendita.

# Esempio 2: il bacino commerciale di un nuovo punto vendita



Comune	Nuclei
Civitanova Marche	11.194
Corridonia	4.358
Macerata	11.704
Montecosaro	2.018
Morrovalle	2.889
Montegranaro	3.823
Porto Sant'Elpidio	7.246
Sant'Elpidio a Mare	5.001

# Esempio 2: la capacità di attrazione di un nuovo punto vendita



# Esempio 3: la copertura numerica dei distributori


 I.Stat variazione di prova  
 il tuo accesso diretto alla statistica italiana

Imprese e risorse umane **Ateco (gruppi)**

Personalizza | Esportazioni | Grafici | La tua interrogazione

Territorio: Italia  
 Tipo dato: numero imprese attive  
 Classe di acedetti: totale  
 Impresa con dipendenti: totale  
 Carattere artigianale: totale  
 Anno: 2013

	imprenditore individuale, libero professionista e lavoratore autonomo	società in nome collettivo	società in accomandita semplice	altra società di persone diversa da anc e ses	società per azioni, società in accomandita per azioni
→ <b>Ateco 2007</b>					
commercio all'ingrosso di mobili, tappeti e articoli per l'illuminazione	1.470	300	590		122
commercio al dettaglio di mobili di articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa in esercizi specializzati	18.111	4.688	3.524	24	44

Webmobili > Negozi Webmobili

webmobili

Cerca un prodotto...

PRODOTTI → | **NEGOZI →** | CATALOGHI AZIENDE → | OUTLET DESIGN

### NEGOZI D'ARREDAMENTO

BENVENUTO nell'area di ricerca dedicata ai Negozi d'arredamento! Scegli uno dei percorsi di ricerca proposti per trovare il punto vendita che meglio possa soddisfare le tue esigenze.

**NEGOZI ↓**

- Abruzzo
- Basilicata
- Calabria
- Campania
- Emilia Romagna
- Friuli Venezia Giulia
- Lazio
- Liguria
- Lombardia
- Marche
- Molise
- Piemonte
- Puglia
- Sardegna
- Sicilia
- Toscana
- Trentino Alto Adige
- Umbria
- Veneto

**TROVA SULLA MAPPA**



**RICERCA PER CATEGORIA PRODOTTO**

SCEGLI L'AREA CASA →

- Arredobagno
- Camera da letto
- Camera ragazzi
- Complementi
- Cucine
- Divani
- Elettrodomestici
- Giardino
- Illuminazione
- Materassi
- Porta e serramenti

**RICERCA PER MARCA**

SCEGLI L'AZIENDA →

- Accademia del Mobile
- Acerbis International
- Adele-c



# Esempio 3: la valutazione dell'attività di acquisizione clienti

Regione	Attivi	Nuovi	Quota %
MARCHE	87	8	9,2
ABRUZZO	112	10	8,9
LAZIO	83	12	14,5
TOSCANA	109	15	13,8
UMBRIA	44	1	2,3

Internal data

Metrica inward-looking

Totale	Copertura %
285	30,5
313	35,8
642	12,9
1.046	10,4
174	25,3

Open data

Metrica outward-looking



# Esempio 3: la definizione degli obiettivi della rete di vendita



# Grazie per l'attenzione

r.delgobbo@cucinelube.it  
roberto.delgobbo@unimc.it

