

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, superando i **180 milioni di €**.

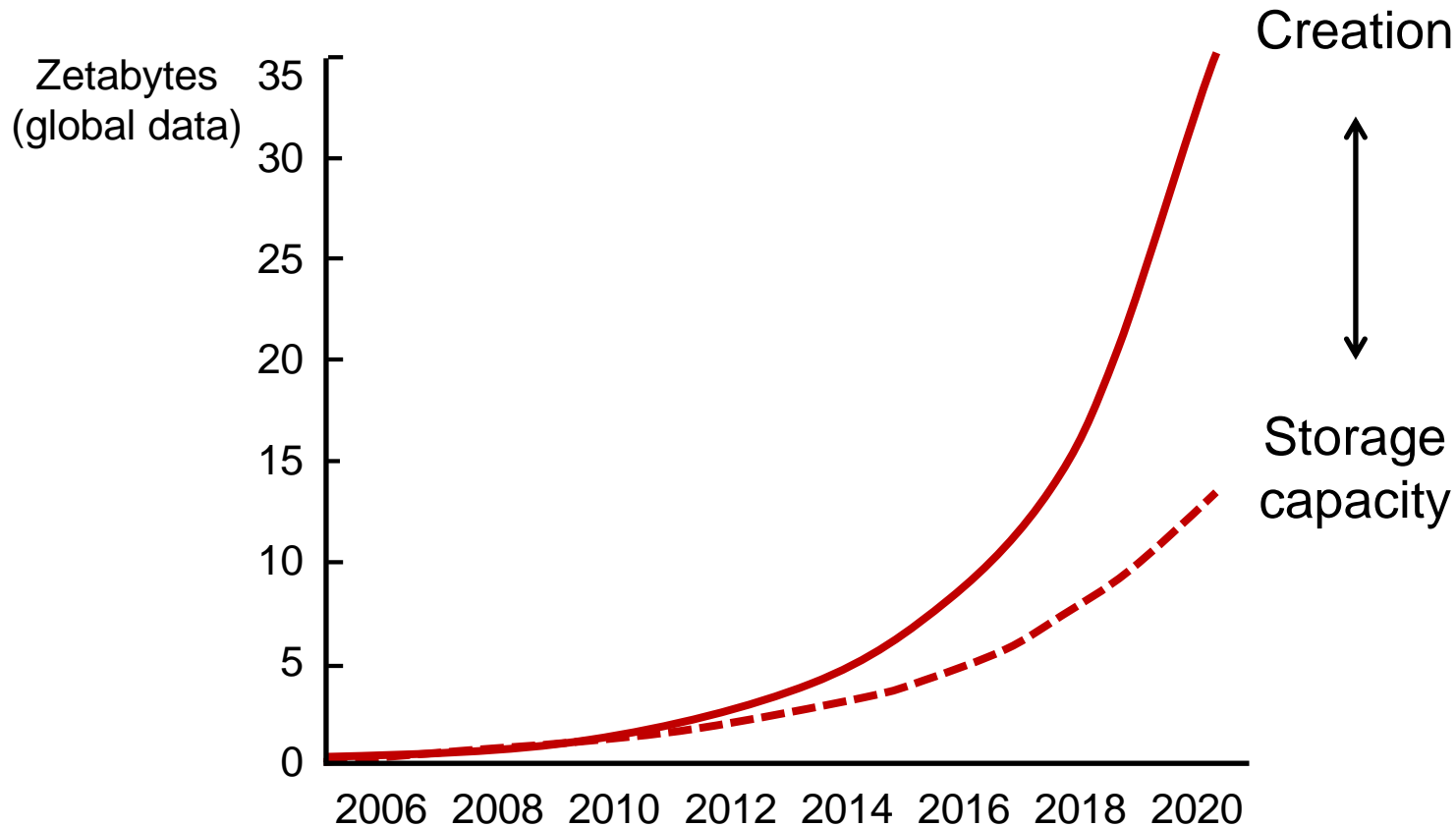


Il sistema cliente/prodotto

- **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	<ul style="list-style-type: none">Open dataDemographic dataMarket research data	<ul style="list-style-type: none">Social Media data (Google, Facebook, Twitter, etc)External sensor data
	Internal	<ul style="list-style-type: none">Sales dataCRM dataCampaign dataUsage data	<ul style="list-style-type: none">Customer contact data (email, call center, website)Mobile data



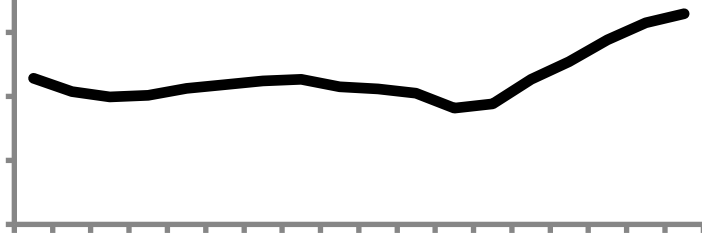
Metriche e strategie di analisi dei dati

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

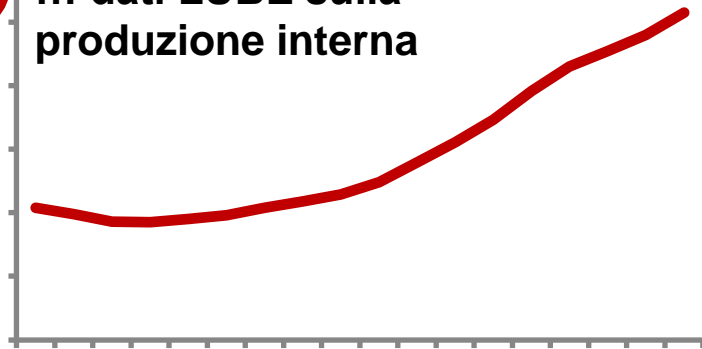


Esempio 1: la valutazione della posizione competitiva

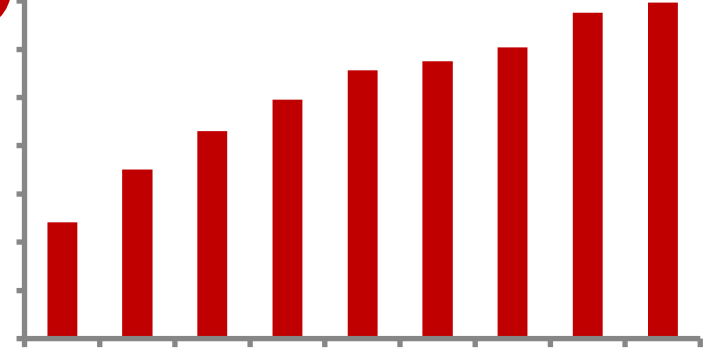
1 Dati ISTAT sulla produzione del settore ...



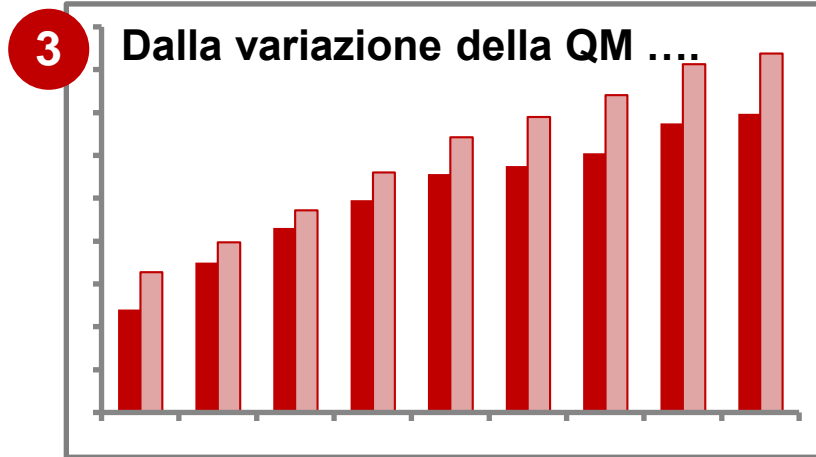
2 ... dati LUBE sulla produzione interna



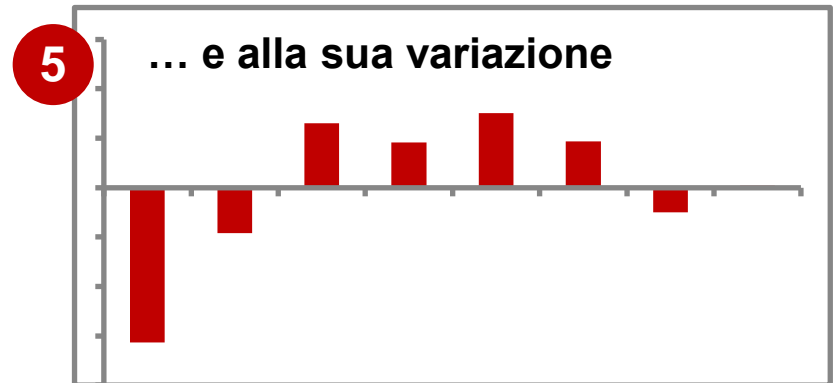
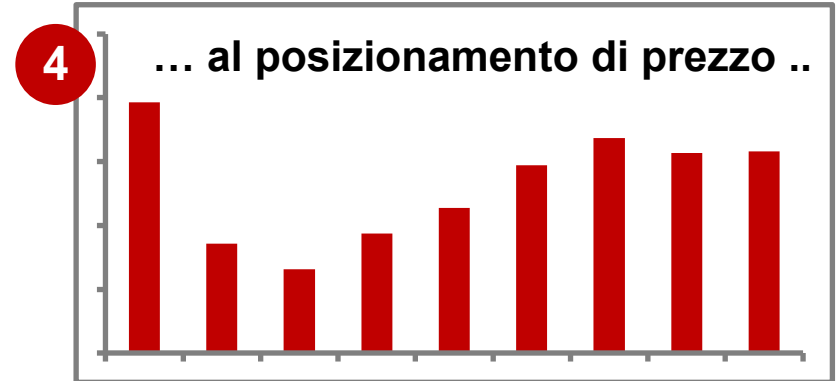
3 ... variazione della QM a quantità



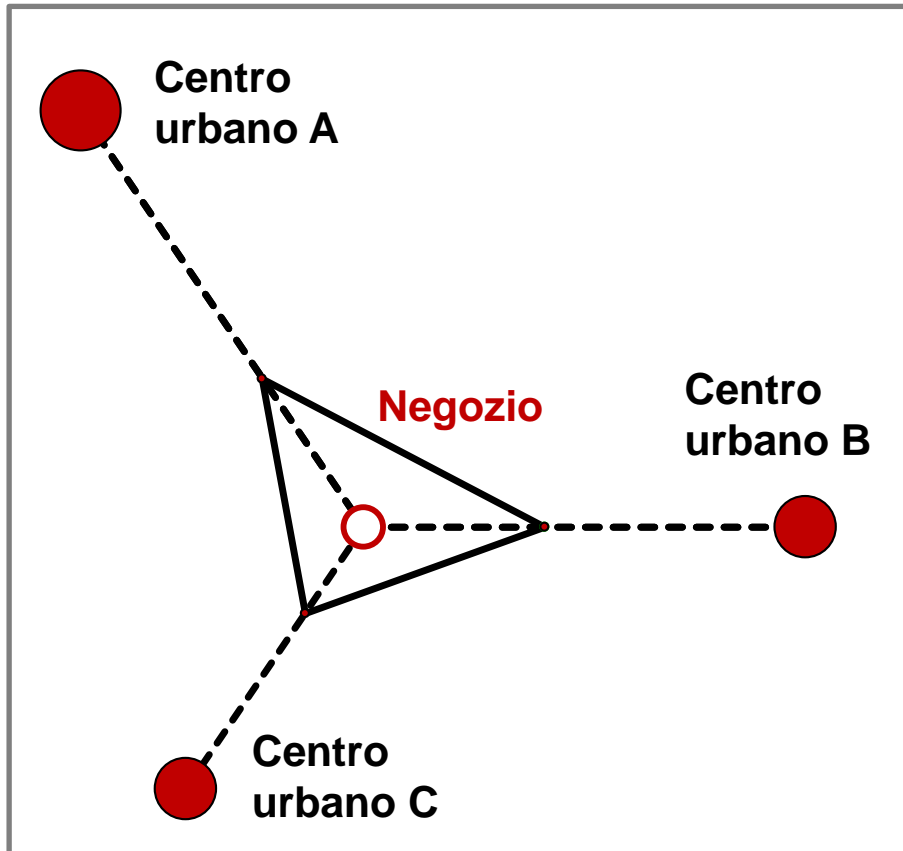
Esempio 1: il posizionamento di prezzo



■ 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.

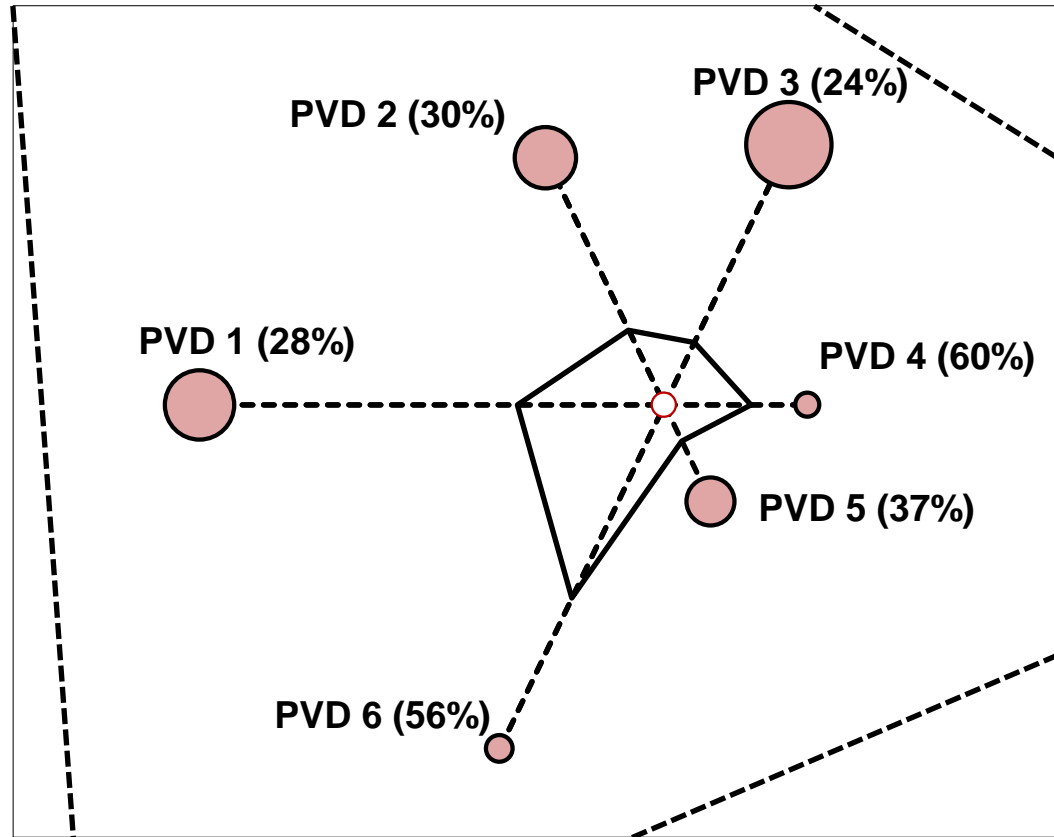
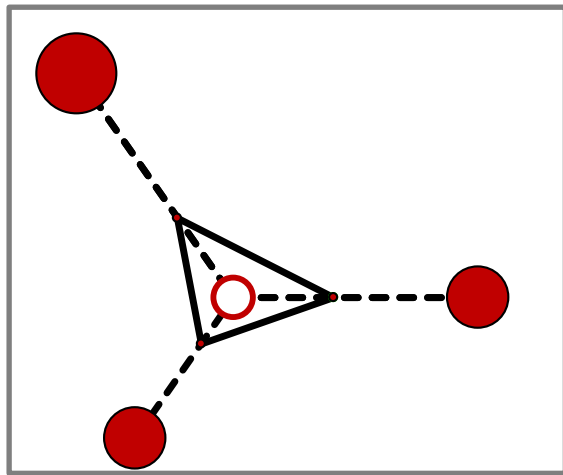


Esempio 2: il bacino commerciale di un nuovo punto vendita



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

Imprese e risorse umane : Ateco (gruppi)

Personalizza ▾ | Esportazioni ▾ | Grafici ▾ | La tua interrogazione ▾

→ Territorio	Italia ▾				
→ Tipo dato	numero imprese attive ▾				
→ Classe di addetti	totale				
→ Impresa con dipendenti	totale ▾				
→ Carattere artigiano	totale				
→ Anno	2013 ▾				
→ Forma giuridica	imprenditore individuale, libero professionista e lavoratore autonomo	società in nome collettivo	società in accomandita semplice	altra società di persone diversa da snc e sas	società per azioni, società in accomandita per azioni
	▲▼	▲▼	▲▼	▲▼	▲▼
→ Ateco 2007					
commercio all'ingrosso di mobili, tappeti e articoli per l'illuminazione	1 476	380	556	..	122
commercio al dettaglio di mobili, di articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa in esercizi specializzati	18 111	4 686	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 →

- Arredo bagno
- Camera da letto
- Camera ragazzi
- Complementi
- Cucine
- Divani
- Elettrodomestici
- Giardino
- Illuminazione
- Materassi
- Porte e pannelli

RICERCA PER MARCA

SCEGLI L'AZIENDA →

- Academia 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



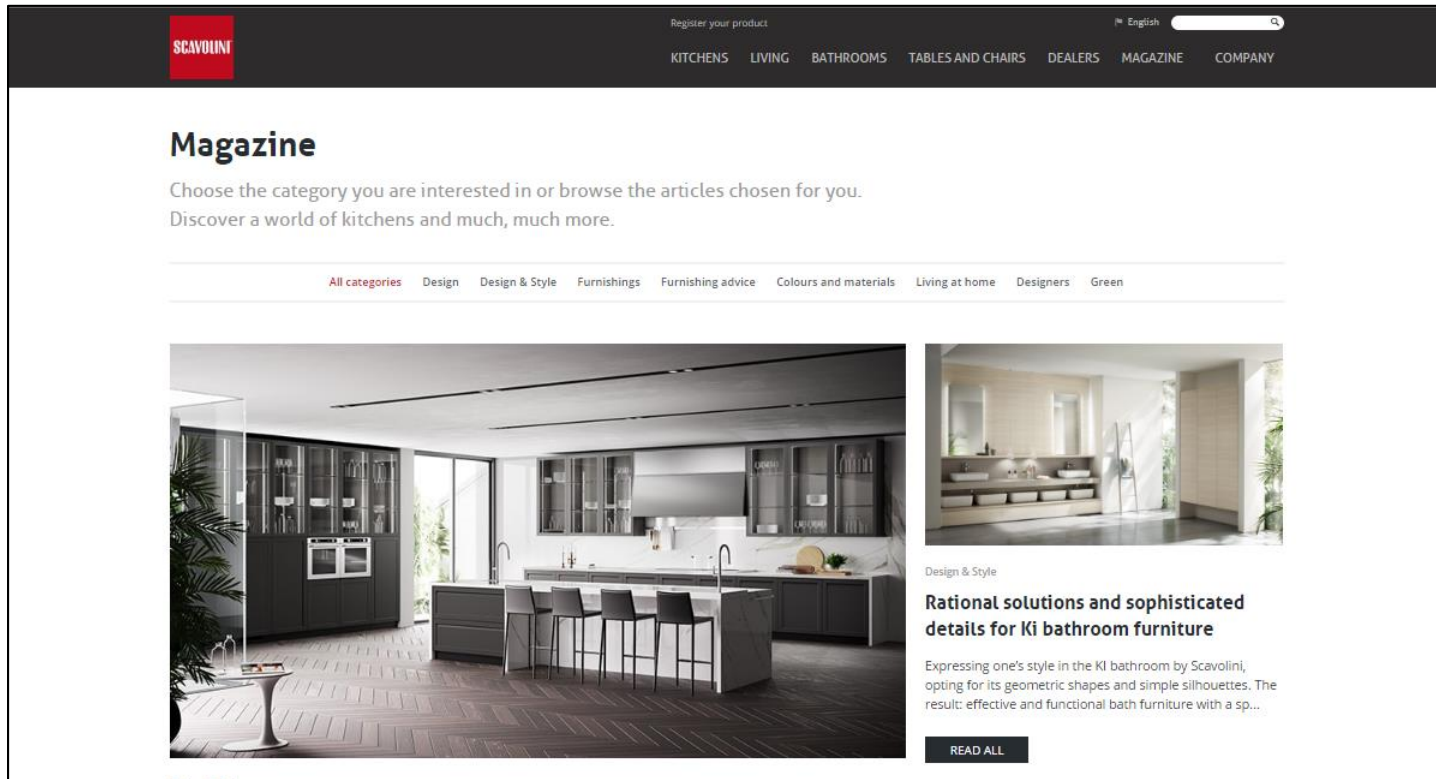
**Open
data**



**Metrica
outward-
looking**

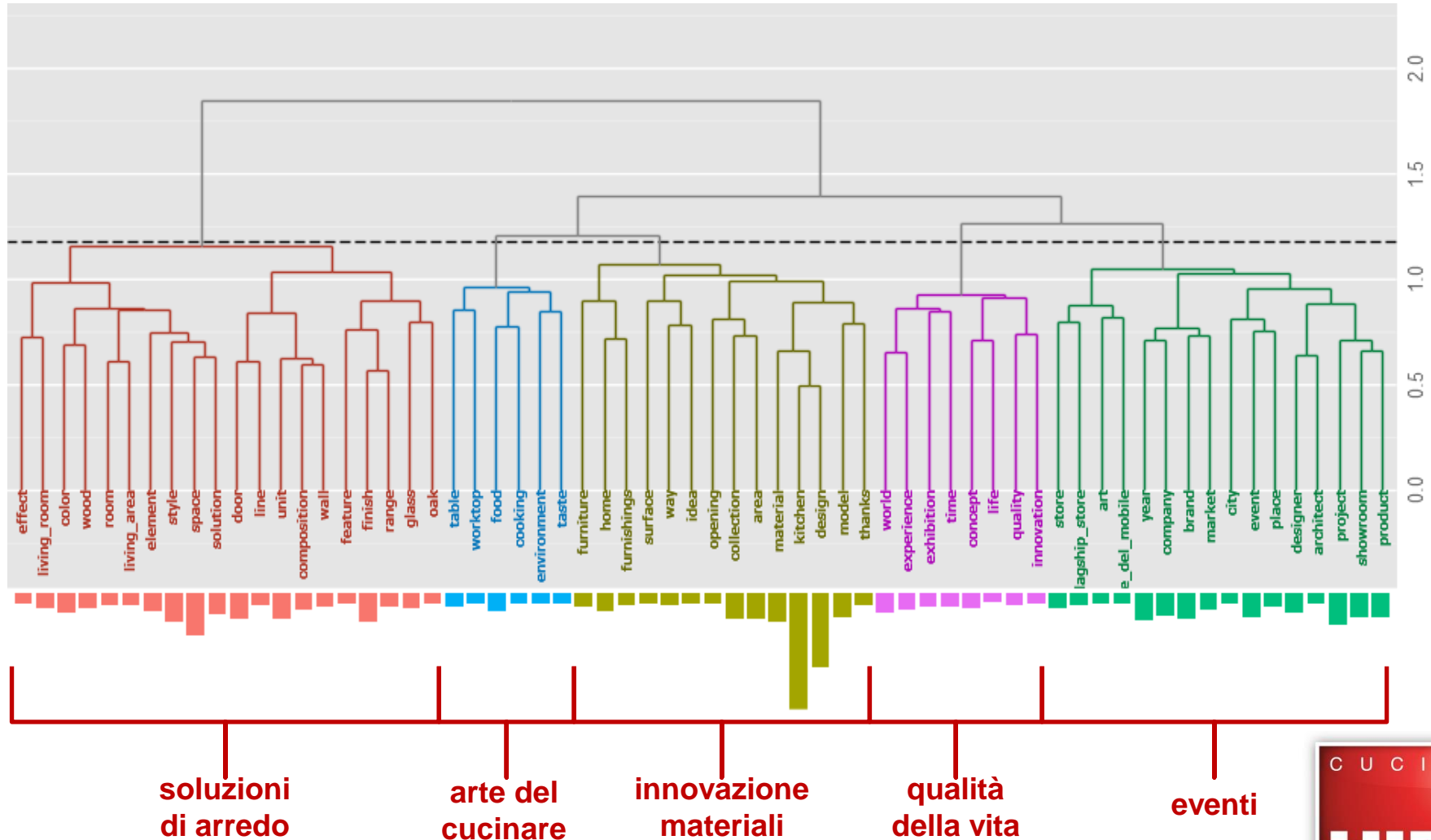


Esempio 4: la comunicazione on-line dei competitors

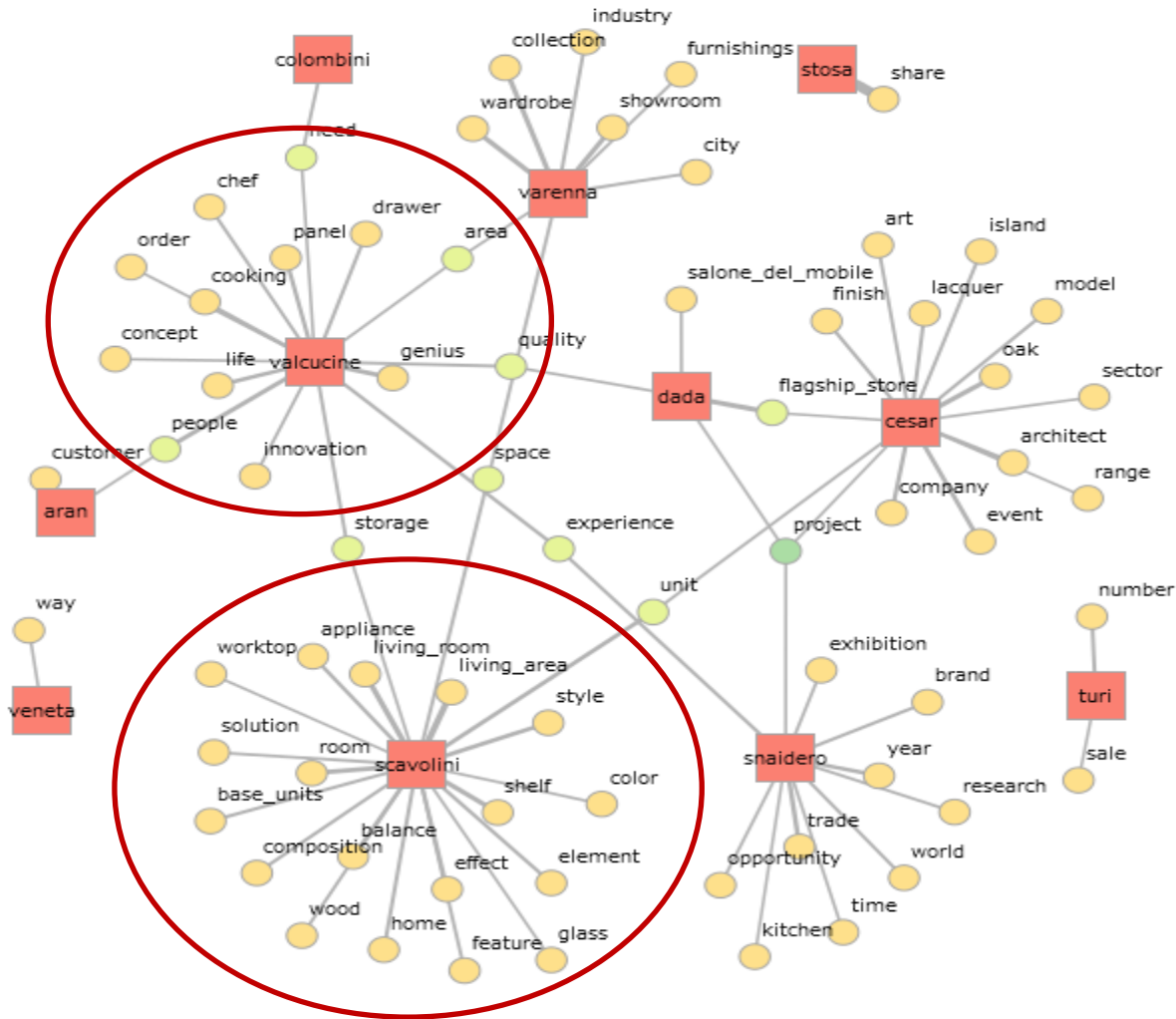


The screenshot shows the Scavolini website's magazine section. At the top, there is a navigation bar with the Scavolini logo on the left and a search bar on the right. Below the navigation bar, the word "Magazine" is prominently displayed. Underneath, there is a sub-header: "Choose the category you are interested in or browse the articles chosen for you. Discover a world of kitchens and much, much more." A horizontal menu lists various categories: "All categories", "Design", "Design & Style", "Furnishings", "Furnishing advice", "Colours and materials", "Living at home", "Designers", and "Green". The main content area features two large images. The left image shows a modern kitchen with dark cabinetry and a central island with bar stools. The right image shows a bathroom with a long, low vanity unit. Below the right image, there is a text block: "Design & Style", "Rational solutions and sophisticated details for Ki bathroom furniture", and a short paragraph: "Expressing one's style in the Ki bathroom by Scavolini, opting for its geometric shapes and simple silhouettes. The result: effective and functional bath furniture with a sp...". A "READ ALL" button is located at the bottom of this text block.

Esempio 4: i temi emergenti della comunicazione sul web



Esempio 4: le specificità di linguaggio



**«Trovare non è niente.
Il difficile è aggiungere a sé stessi
quello che si trova».
(Paul Valéry)**



Grazie per l'attenzione

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

