

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 €**

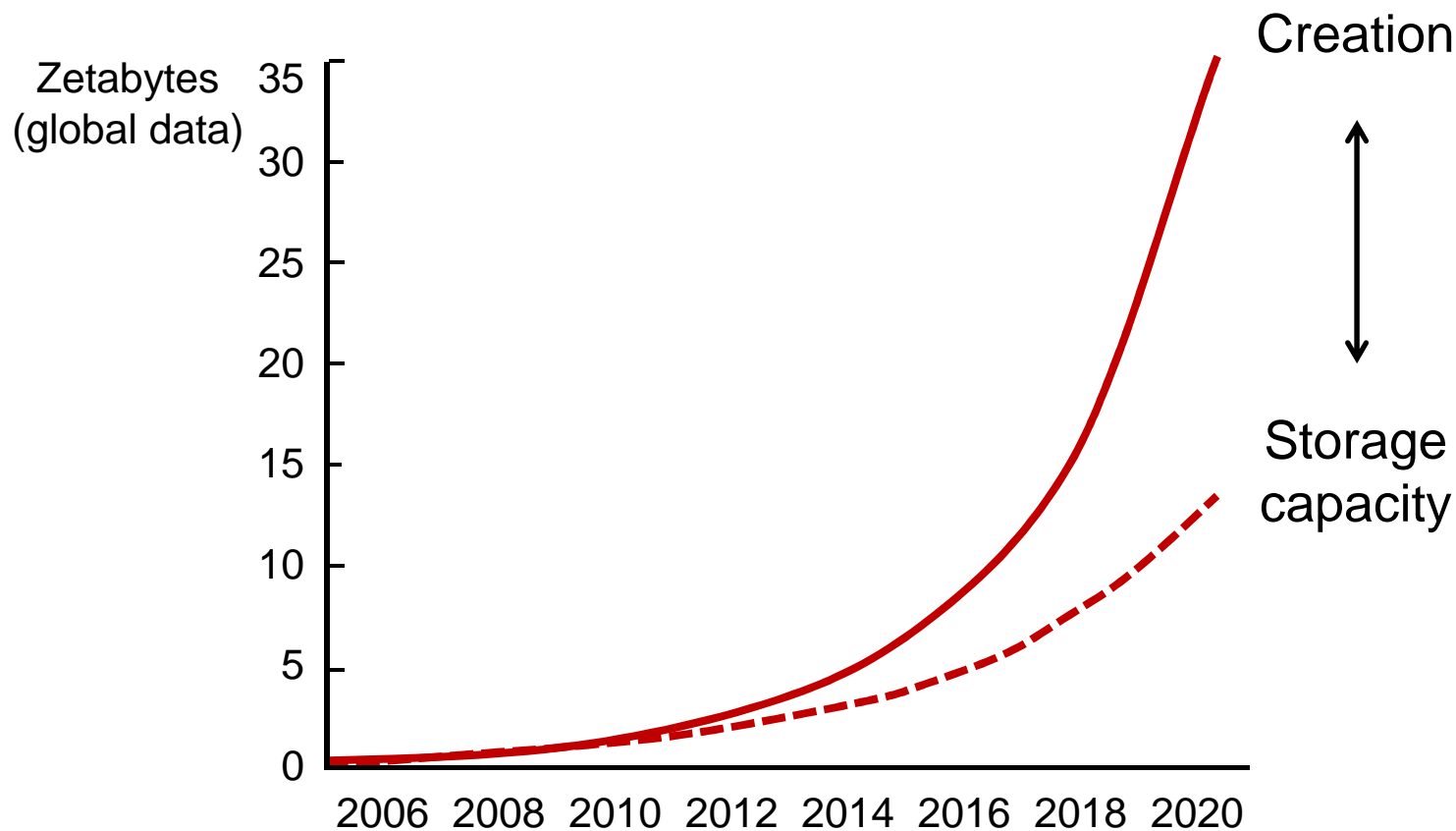


Il sistema cliente/prodotto

- **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 |

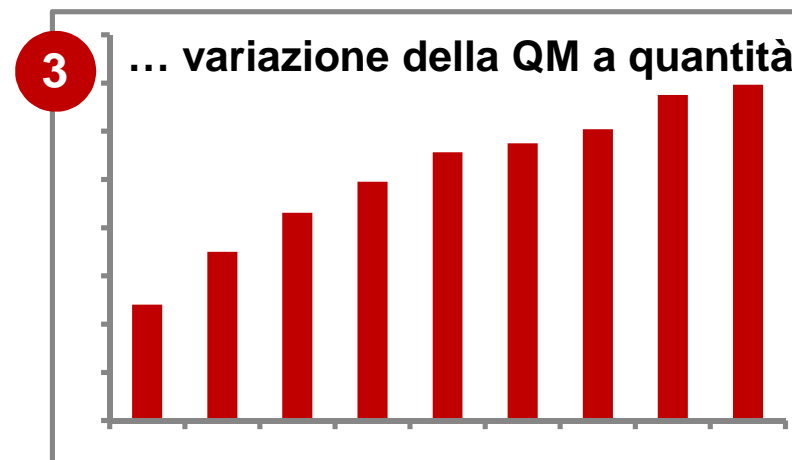
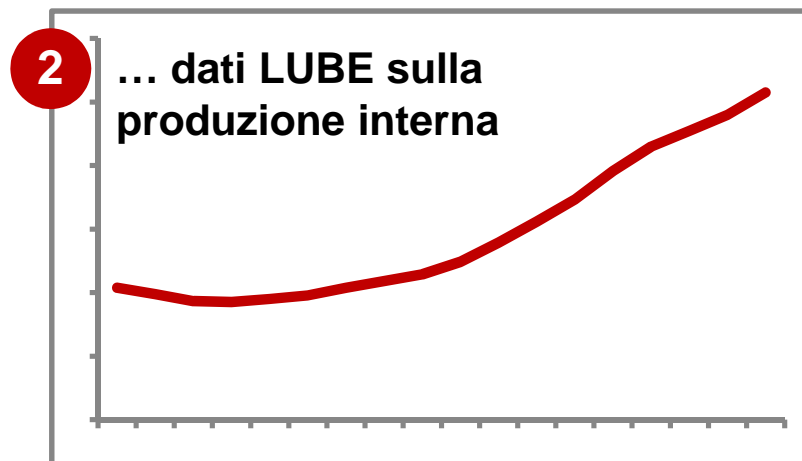


Metriche e strategie di analisi dei dati

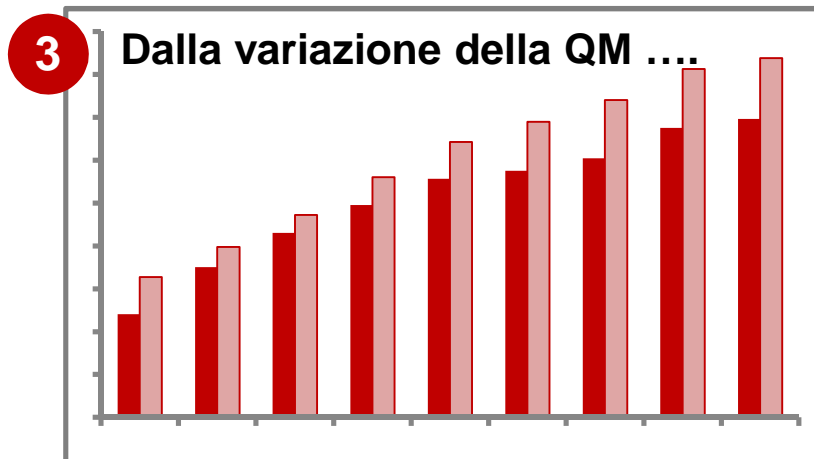
| | | Data Type | |
|-------------|----------|--|--|
| | | Structured | Unstructured |
| Data Source | External | Metriche outward looking Dashboard, Analytics | Metriche outward looking Data mining, Data modelling |
| | Internal | Metriche inward looking Dashboard, Reports, Monitors | Metriche inward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



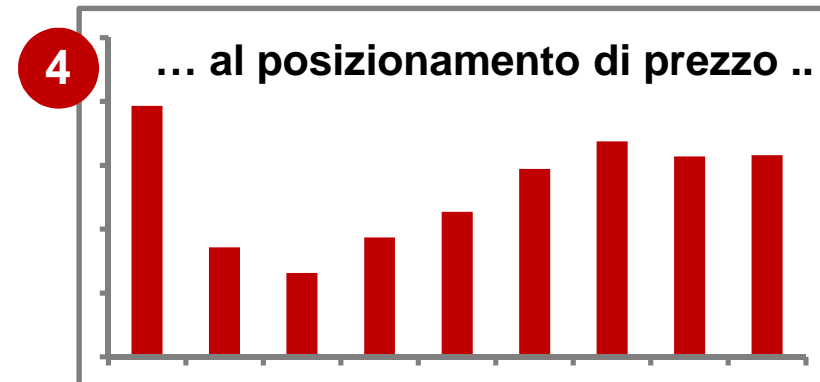
Esempio 1: variazione della posizione competitiva



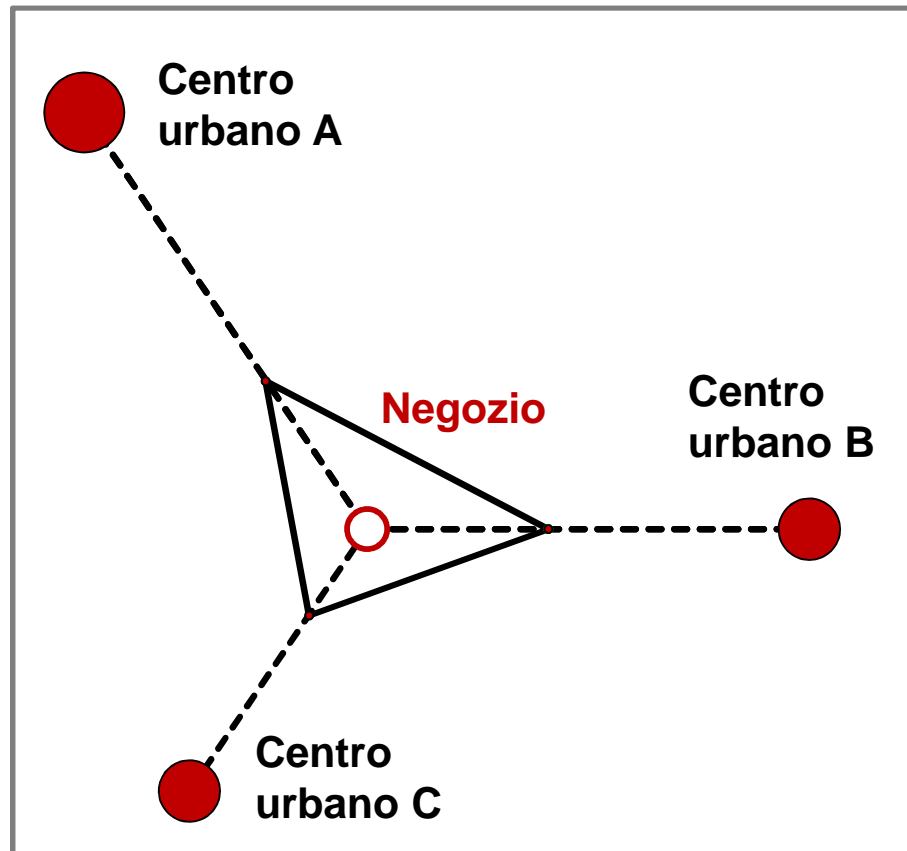
Esempio 1: il posizionamento di prezzo



■ 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

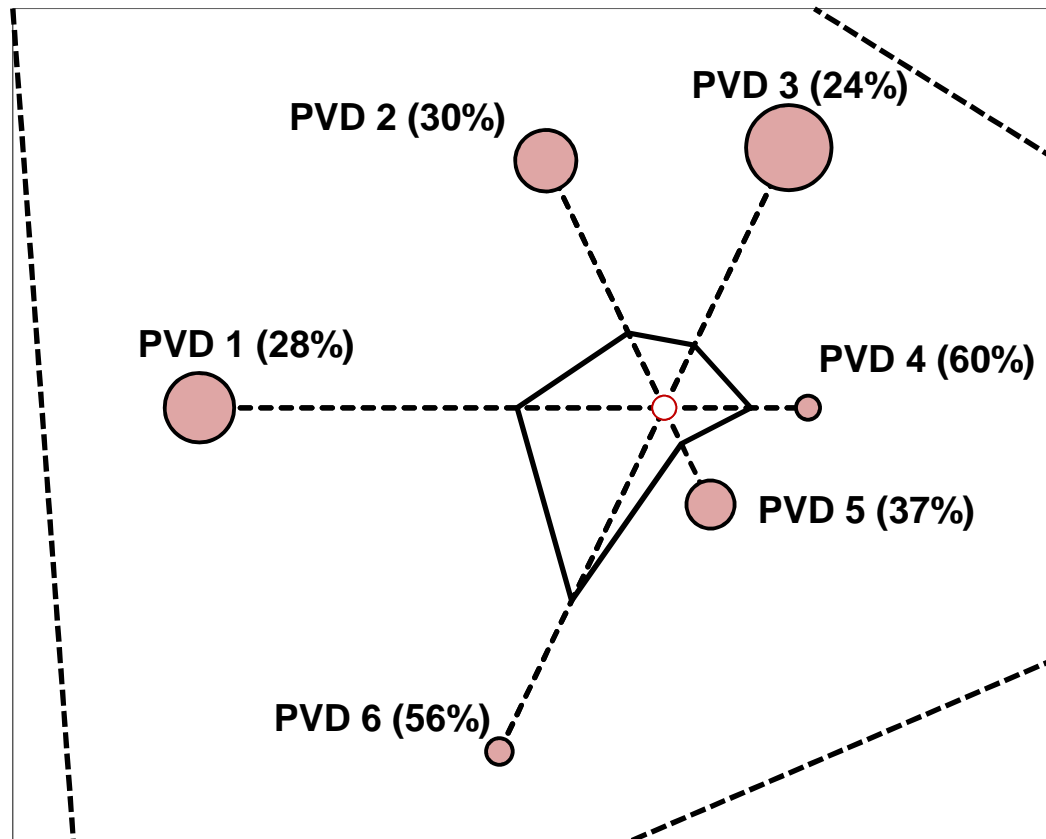
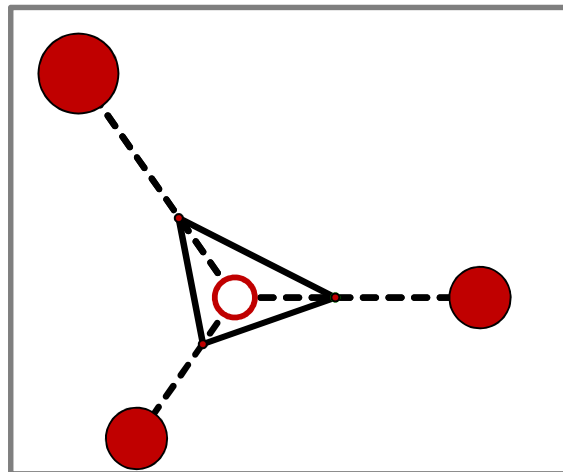
Moltiplicando tale probabilità per il **numero totale dei residenti** nell'area si ottiene il numero dei consumatori propensi ad effettuare acquisti presso quel determinato punto vendita.

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 acceffti: totale
 Impresa con dipendenti: totale
 Carattere artigianale: 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 anc e ses | società per azioni, società in accomandita per azioni |
|---|---|----------------------------|---------------------------------|---|---|
| → Ateco 2007 | | | | | |
| 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

