**Incontro Lamborghini 23/12/2021**

Elementi discussi durante l’incontro:

1. Importante concentrarsi maggiormente sui risultati e meno sulla parte metodologica, in generale sottolineando il business value ricavabile dall’analisi.
2. Necessario sviluppare visualizzazioni semplici per quanto riguarda le variabili base dell’analisi anche per quanto riguarda i diversi cluster.
3. Si è parlato di riprodurre in real-time (o con aggiornamenti giornalieri) le visualizzazioni del punto b., sviluppando una dashboard con kpi relativi.
4. Ci è stato chiesto di mettere in evidenza il numero di vetture per cluster, soffermandosi anche sulle auto che non vengono utilizzate.
5. Spiegare in modo più dettagliato chi sono gli utenti che fanno parte dei vari cluster (sono stati menzionati utenti che girano in città e utenti che girano in campagna, utenti che vivono in città con traffico e città senza traffico). Questo però soltanto presentando i dati che troviamo, senza fornire un’interpretazione.
6. Per quanto riguarda gli autodromi, interessa una visualizzazione semplice di quanti utenti, e di quale cluster, li frequentano, così come di che autodromi si tratta. Da indagare successivamente se ci sono degli autodromi dove svolgono eventi o che comunque Lamborghini ha particolare interesse ad analizzare.
7. Sono risultate molto utili le visualizzazioni per quanto riguarda la possibile elettrificazione del motore.
8. C’è interesse per quanto riguarda l’analisi delle differenze tra clienti europei e clienti americani, ma questo soprattutto per quanto riguarda le differenze in variabili base (frequenza di utilizzo, velocità, durata di guida) e meno per clusterizzazioni separate.
9. Si è parlato di potenziali operazioni di marketing e fidelizzazioni clienti basate sulla divisione in cluster (es. proporre giornate in pista ai cluster 3 e 5 che hanno velocità molto alte e invece proporre corsi di guida in sicurezza per utenti di tipo 2, che usano l’auto poco a velocità basse.