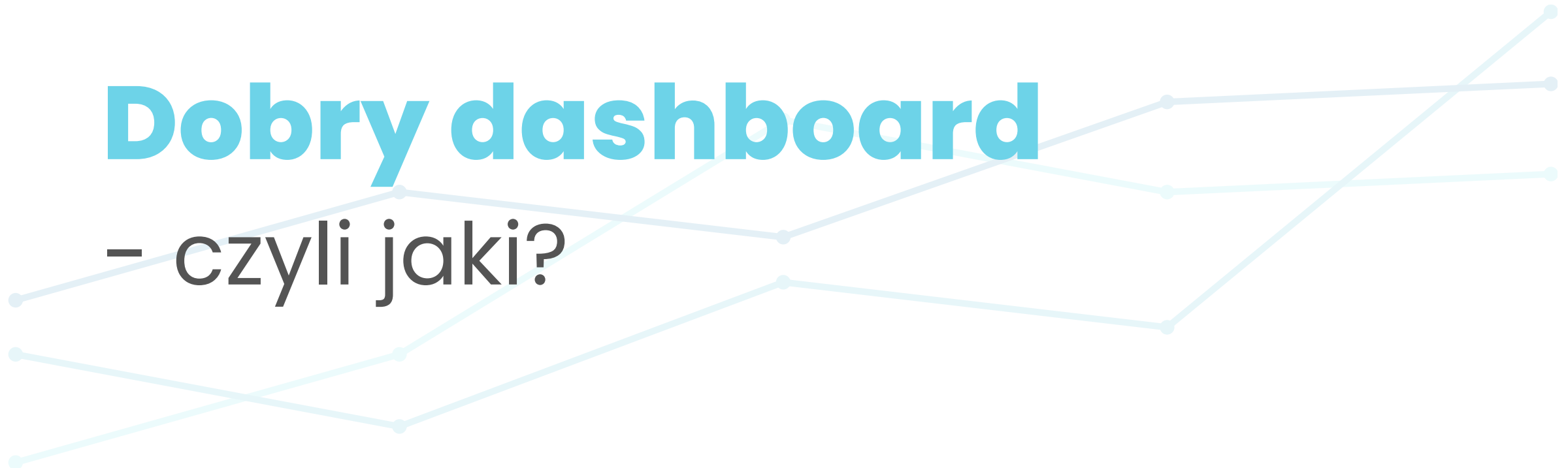


Dobry dashboard

- czyli jaki?



Zawierający wiarygodne dane

Zanim opublikujesz swój raport, upewnij się, że:

- dane są **świeże i poprawne**,
- definicje metryk i wymiarów są zgodne z używanymi powszechnie
- w Twojej firmie,
- daty są używane w spójny sposób (czas lokalny/UTC, tydzień rozpoczynający się od tego samego dnia itd.)

Łatwy do "przeskanowania"

Dobry dashboard nie jest po prostu zbiorem wykresów, powinien być **zaprojektowany z myślą o sensownej architekturze informacji.**

Na początku prezentujemy najważniejsze i najbardziej "ogólne" informacje, a w dalszej kolejności wchodzimy w szczegóły.

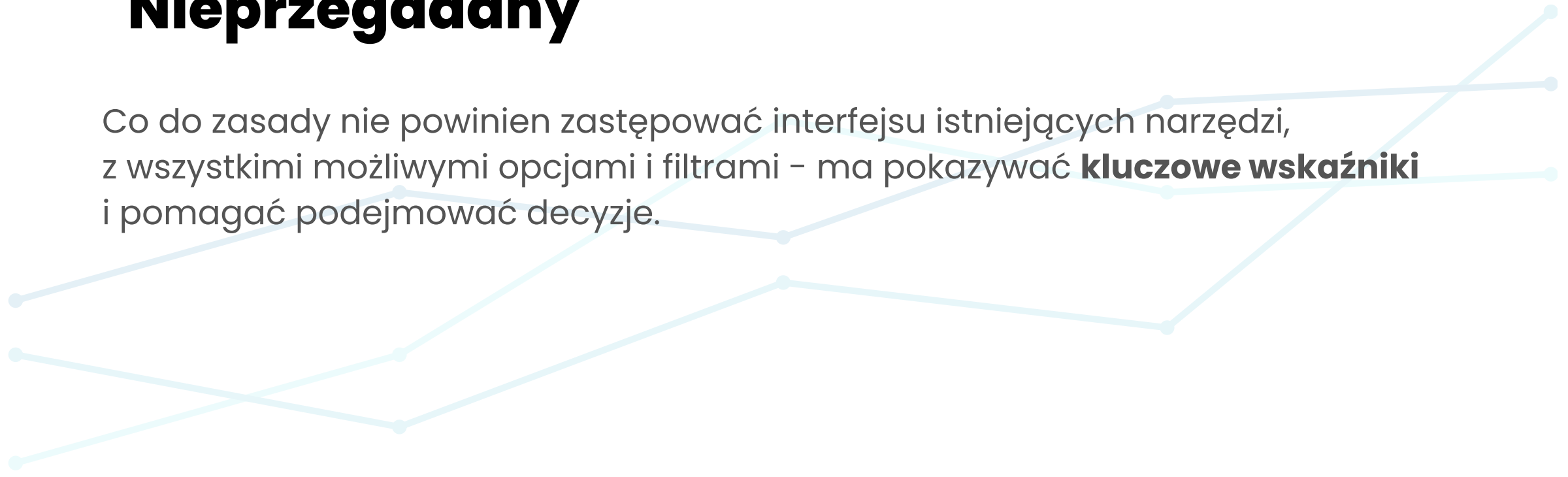
Czytelny i zrozumiały

Pokazuje złożone dane w formie, która **upraszcza ich zrozumienie i pozwala wyłović insight.**

Chcesz, żeby odbiorca poświęcił swoją energię na wyciągnięcie wniosków, a nie na “zdekodowanie” nieczytelnych wizualizacji i niezrozumiałych etykiet.

"Nieprzegadany"

Co do zasady nie powinien zastępować interfejsu istniejących narzędzi, z wszystkimi możliwymi opcjami i filtrami – ma pokazywać **kluczowe wskaźniki** i pomagać podejmować decyzje.



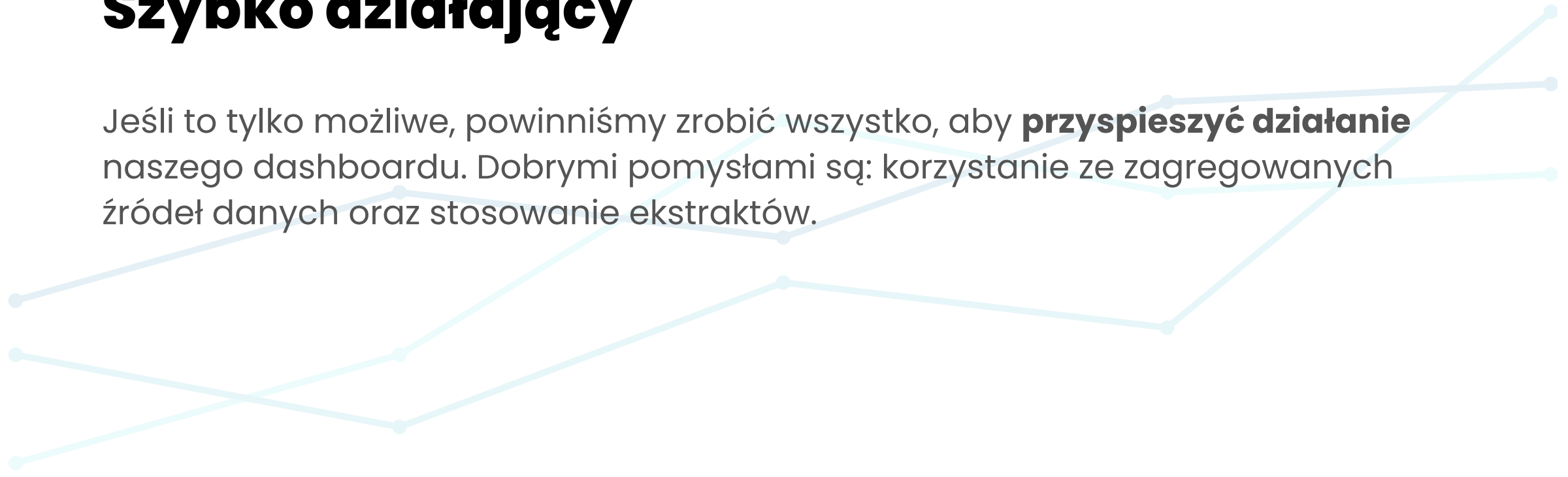
Dostosowany do kontekstu

Projektując dashboard powinniśmy brać pod uwagę m.in. to:

- kto jest odbiorcą (jak dobrze zna i rozumie dane, jak bardzo jest “techniczny”),
- jakie ma cele (i jakie cele ma firma),
- jakie decyzje podejmuje itd.

Szybko działający

Jeśli to tylko możliwe, powinniśmy zrobić wszystko, aby **przyspieszyć działanie** naszego dashboardu. Dobrymi pomysłami są: korzystanie ze zintegrowanych źródeł danych oraz stosowanie ekstraktów.



Estetyczny, ale nie przytłaczający grafiką

Dashboard powinien być ładny, ale **pierwsze skrzypce powinny grać dane**. Nie mogą “ginąć”, przytłoczone nadmiarem ozdobników.

Używajmy grafiki jako narzędzia, które pomoże efektywniej zaprezentować dane, a nie jako celu samego w sobie. Elementy, które wyłącznie “cieszą” oko powinniśmy ograniczyć do minimum i unikać wszelkich “rozpraszaczy”.