

odprezentuj 

Vizualizace

DAT V PREZENTACÍCH

Marek Hrkal



BOJUJETE S VIZUALIZACÍ DAT? JE ČAS ZAČÍT VYHRÁVAT!

9 z 10 rozhodnutí podle Emila Hierholda děláme emocionálně a teprve následně je zpětně racionálně zdůvodňujeme.

Abyste své publikum přesvědčili, budete nutně potřebovat zapojit emoce – třeba v podobě příběhů. Čísla však musí bezprostředně následovat, aby vaše emocemi nahlodané publikum mohlo své rozhodnutí stvrdit fakty. Dobrý prezentující umí namíchat fakta a emoce ve správném poměru tak, aby publikum ani nezahltit suchými čísly, ani to nepřehnal s množstvím emoční omáčky. Ti nejlepší umí příběhy postavit kolem samotných dat.

Jaký formát prezentace zvolit? Jakými designovými principy se řídit? Jak odhalit manipulativní vizuály? Jaký typ grafu vybrat? Kdy se vyvarovat tabulek a kdy použít infografiku? Jak dostat do datové prezentace prvky storytellingu? Tím vším se budeme zabývat v e-booku vydanému jako součást kurzu [Jak vizualizovat data v prezentacích](#) na Seduo.cz.



*Nejen ženy se rozhodují
na základě emocí.*

— OBSAH

- 4 Správné množství dat pro danou příležitost
- 5 **STANETE SE DATOVÝM JEDIEM?**
- 6 Osvědčené principy datového designu
- 7 Manipulativní designérské techniky
- 8 **VYBERTE SI TEN NEJVHODNĚJŠÍ GRAF**
- 9 Jak vyjadřovat podíl
- 10 Kdy se vyhnout koláčům
- 11 Jak vypadá správný koláčový graf
- 12 Tři způsoby jak porovnávat podíly
- 13 Jak vyjadřovat růst a pokles – tedy trend
- 14 Opatrně na grafy s více osami
- 16 Proměna grafu krok za krokem
- 18 Od grafu k infografice
- 19 Kdy byste měli uvažovat nad infografikou
- 20 **HODÍ SE DO PREZENTACÍ TABULKY?**
- 21 Nahradte tabulku grafem
- 22 Jak správně naformátovat tabulku
- 23 **DATA STORYTELLING**
- 24 Vypátrejte příběh skrytý v číslech
- 25 Nechejte čísla ožít před očima
- 26 Vytvářejte přirovnání a analogie
- 27 Ved'te diváky pomocí akčních titulků
- 28 **ZÁVĚREČNÝ CHECKLIST**
- 29 Další doporučení pro lepší prezentace



PREZENTUJTE PŘESNĚ TOLIK DAT, KOLIK PUBLIKUM A PŘÍLEŽITOST UNESE

Nízká

MÍRA PODROBNOSTI

Vysoká



KONFERENČNÍ PREZENTACE

Velká fóra vyžadují maximální odlehčení a pečlivý výběr dat. Nezahlíte publikum detaily. Sáhňte raději po jednodušších grafech a infografikách.



PREZENTACE DO ZASEDAČKY

Manažerům nabídněte kratší, argumenty nabitou prezentaci a pak otevřete diskusi. Mějte na ni připravené záložní slajdy s detailními informacemi.



ZASÍLANÝ REPORT

Reporty unesou největší množství dat, protože je příjemci procházejí vlastním tempem. Můžete zahrnout komplexní grafy i tabulky. Doprovodte je psaným komentářem v souvislých větách.



ONEPAGER

Jednostránkové shrnutí je vizuálně nejužitečnějším materiálem, který ovšem obsahuje pouze klíčové informace. Těší se mimořádné oblibě nejen u managementu, ale také u novinářů.





Stanete se

**DATOVÝM JEDIEM,
NEBO LORDEM
VADEREM?**

VYUŽIJTE OSVĚDČENÉ PRINCIPY DATOVÉHO DESIGNU

Vizualizace dat má jediný zásadní úkol: Umožnit publiku data snadněji pochopit. Ne udělat data barevnější nebo hezčí, ale prostě a jednoduše představitelnější.

MÉNĚ JE VÍCE

To platí pro formu i obsah. Pokud jde o obsah, vyberte jen ta data, která diváci musí nezbytně vidět.

Z hlediska formy se zbavte veškerých nepotřebných elementů v grafech jako jsou okraje, stínování či textury. Jestli máte vyneseny hodnoty na svislé ose grafu, jednotlivé položky už nemusí být popsány napřímo.

Správný graf není ten, do kterého se už nedá nic přidat, ale takový, ze kterého už nejde nic ubrat.

ZKROŤTE BAREVNOST GRAFŮ

Grafy nejsou omalovánky. Když není další barva nutná, vypusťte ji. Vyhněte se také barevné legendě, která vás nutí používat víc barev, než je nutné.

V případě barevných škál se držte těch, které vnímáme intuitivně:

Škála podle semaforu

NEGATIVNÍ  POZITIVNÍ

Škála modrá-červená

STUDENÁ  TEPLÁ

Škála v odstínech jedné barvy

MÁLO  HODNĚ

VEĎTE POZORNOST PUBLIKA

Když své grafy barevně umravníte, budete moci pomocí kontrastní barvy přitáhnout pozornost publika k nejdůležitějším údajům. Vyhněte se tak zoufalým snahám označit důležité prvky šipkami a kroužky.

Vybrané části grafu můžete zvýraznit rovněž animací.

Vytvořte nejprve kontext a pak ukažte nejdůležitější křivku. Nebo naopak začněte zvýrazněnou řadou a až poté zobrazte zbytek grafu.

VYHNĚTE SE SVODŮM TEMNÉ STRANY

Vedle světlé strany datového designu existuje i jeho temná strana s manipulativními technikami, které jsou lákavé a svůdné. Jen na vás záleží, jestli se stanete datovým Jediem, nebo Darthem Vaderem.

POZOR NA NASTAVENÍ OS

Pouhým zmanipulováním měřítko svislé osy dokážete z drobného poklesu udělat dramatický propad, a naopak.

Zejména u sloupcových grafů, kde diváci vizuálně porovnávají nejen výšky sloupců, ale i jejich plochy, musí svislá osa začínat vždy v nule. Pro čárové grafy toto striktní pravidlo neplatí. Hranice mezi zpřehledněním grafu úpravou osy a manipulací je ovšem velmi tenká.

OHLÍDEJTE VIZUÁLNÍ VYZNĚNÍ

Graf na diváky působí neobyčejně rychle. Dávno předtím, než si přečtou popisky sloupců a konkrétní hodnoty, už mají vytvořený prvotní vizuální dojem: Prezentovaná veličina roste, klesá či stagnuje. Podíl je malý, či velký. Vždy se ubezpečte, že vyznění grafu nesvádí publikum myslet si něco jiného, než co je obsaženo v datech.

ZAPOMEŇTE NA 3D EFEKTY

Pokud chystáte vážně míněnou vizualizaci dat, odpusťte si 3D grafy, zejména 3D koláče! Plocha bočnic grafu výrazně nadhodnocuje barevnou plochu dílku, který je natočený směrem k divákům. 3D efekty ale dokážou pokazit i sloupcový graf, což podrobněji vysvětluju v [knize Odprezentuj](#). 2D je možná nuda, ale nuda, která je přehledná a funguje.





VYBERTE SI TEN
NEJVHODNĚJŠÍ

graf

JAK VYJADŘOVAT PODÍL

Koláčový (nebo chcete-li výsečový) graf bývá první volbou prezentujících pro vyjadřování podílů. Navzdory své oblibě to nemusí být volba ideální, protože lidský mozek hůře porovnává úhly výsečí než třeba výšky sloupců.

Pokud máte přesto chuť na koláčový graf, dodržte následující tři podmínky.

Zobrazte 6, maximálně 7 výsečí. Pokud máte víc položek, můžete menší dílky shrnout pod položku „ostatní“.

1

Velikost jednotlivých výsečí se musí dostatečně lišit. V opačném případě bude váš koláč připomínat spíš kolo štěstí než graf.

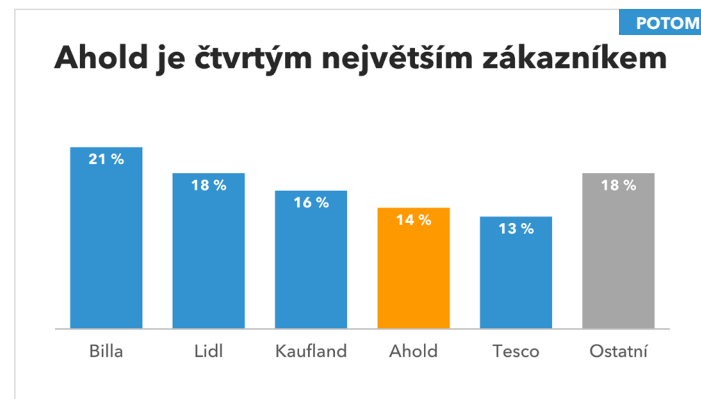
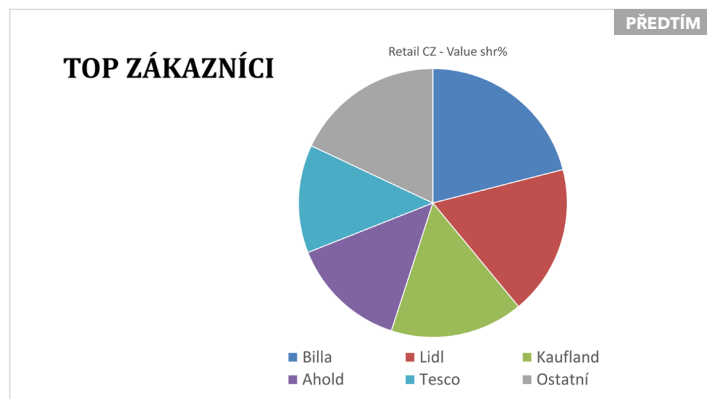
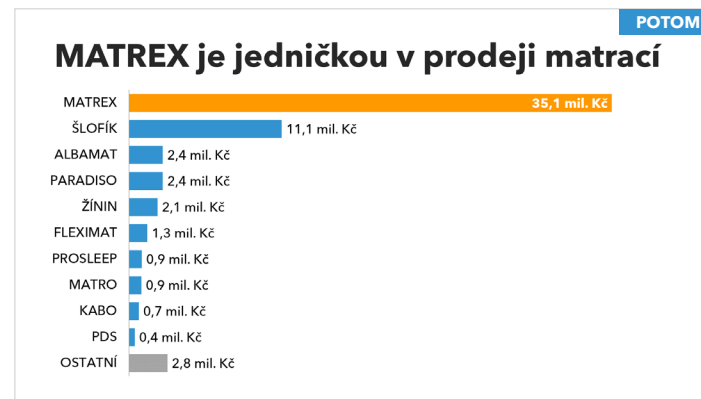
2

Všechny výseče dávají v součtu 100 %. Toto si pečlivě zkontrolujte. Divili byste se, kolik lidí v tom stále chybuje a porovnává neporovnatelné.

3

Všechna uvedená pravidla platí i pro prstencové grafy.

V NÁSLEDUJÍCÍCH PŘÍPADECH SE KOLÁČŮM RADĚJI VYHNĚTE

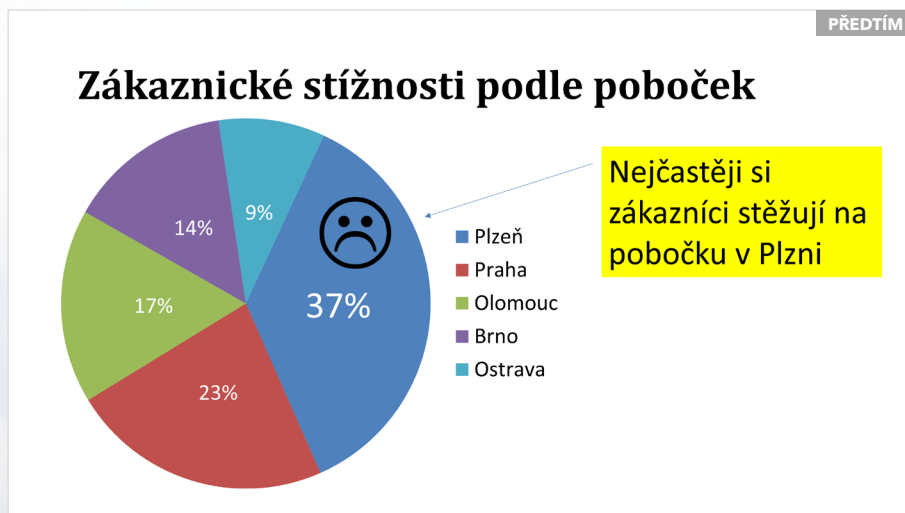


Graf vlevo nesplňuje hned první podmínku. Takto velké množství položek mnohem lépe ukážete v pruhovém grafu. Ten se hodí i za situace, kdy jsou názvy položek obzvlášť dlouhé.

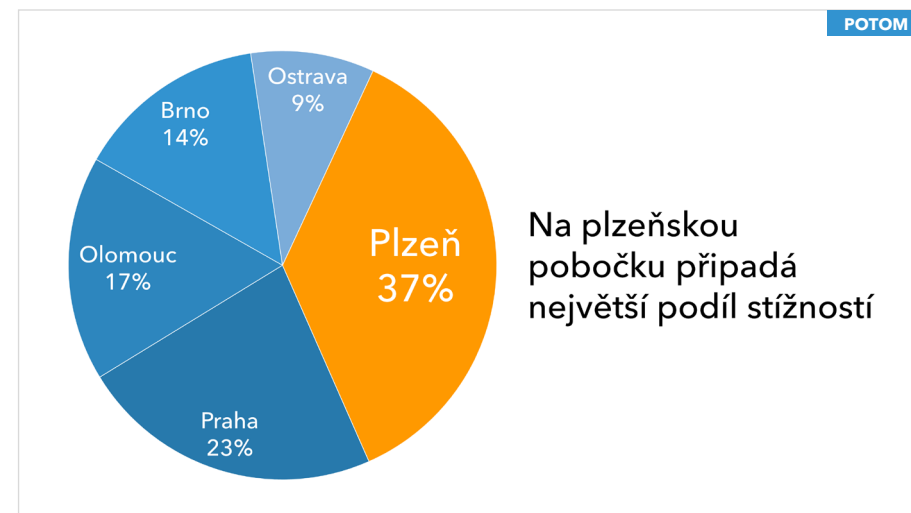
Spodní koláč zase nesplňuje druhou podmínku. Když jsou velikosti dílků podobné, volte raději sloupcový graf, na kterém i drobné rozdíly lépe vyniknou.

JAK VYPADÁ SPRÁVNÝ KOLÁČ

Data v koláči níže splňují všechny tři podmínky. Přesto lze graf vlevo znatelně vylepšit.



Nejprve namísto legendy popíšeme jednotlivé dílky napřímo. Nejdůležitější dílek reprezentující Plzeň odlišíme od ostatních místo žlutého boxu a šipky raději výraznou barvou. Všechny další položky ponecháme v odstínech neutrální modré.



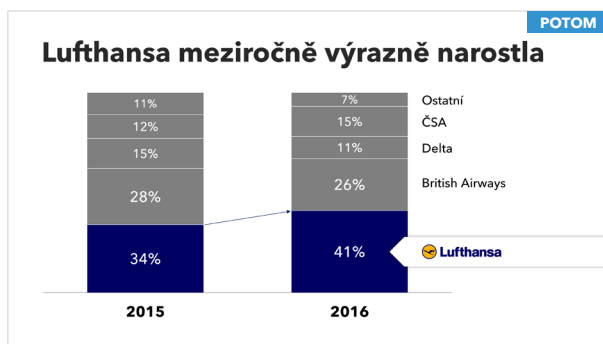
Sdělení grafu podpoříme akčním titulkem, který přesuneme napravo od grafu, kde na slajdech 16 : 9 přirozeně vzniká vedle kulatých koláčů volný prostor.

Kdykoli se můžete zbavit legendy a popsat graf napřímo, udělejte to!

TŘI ZPŮSOBY JAK POROVNÁVAT PODÍLY

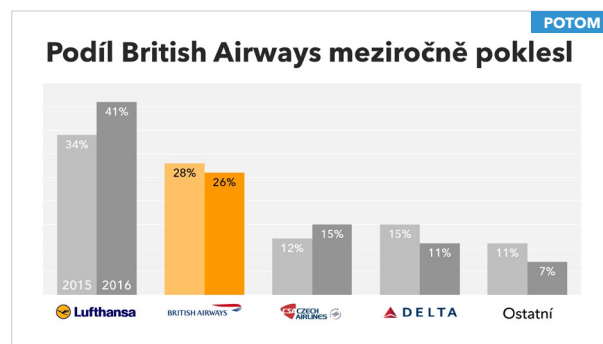


Když potřebujete porovnat podíly, vyhněte se dvěma koláčům vedle sebe. Místo toho zvolte jeden z následujících přístupů. Záleží na tom, jaký příběh chcete daty vyprávět.



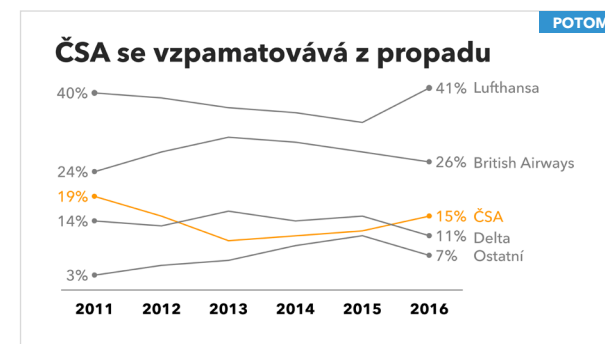
PŘÍSTUP 1

Když chcete říct, že podíl největšího dopravce meziročně narostl, využijte skládaný sloupcový graf. Srovnání podílů dalších společností je však obtížné, protože jejich dílky nezačínají v obou sloupcích na stejné úrovni.



PŘÍSTUP 2

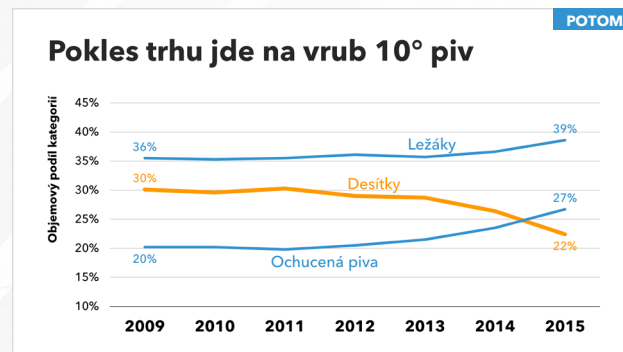
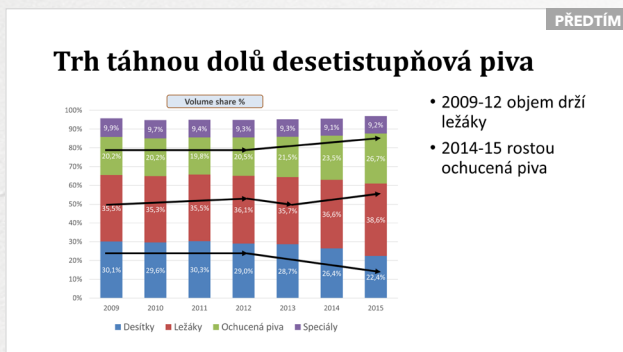
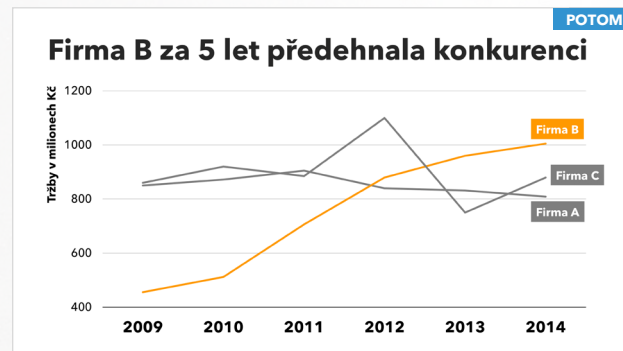
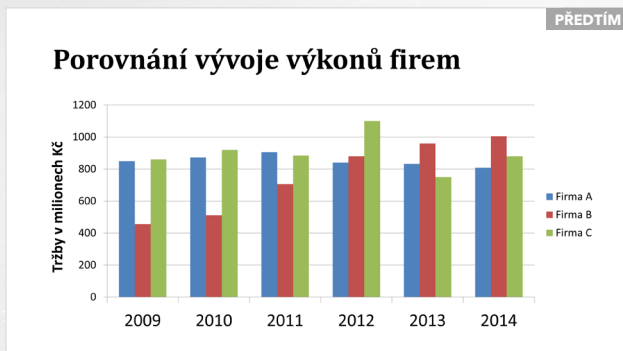
Pokud se vaše sdělení týká jedné z menších společností a předchozí alternativa není vhodná, využijte sloupcový graf. Vyhněte se mu ovšem v případě, kdy srovnáváte vývoj podílů v delší časové řadě.



PŘÍSTUP 3

V případě srovnání podílů za delší období upřednostněte čárový graf, který nejpřehledněji vizualizuje vývojový trend, jak si povíme podrobněji na následující straně.

JAK VYJADŘOVAT RŮST A POKLES – TEDY TREND



I když sloupcové grafy patří mezi nejužitečnější grafy, pro vyjadřování trendů se nehodí. V klasickém sloupcovém grafu (jako je ten vlevo nahoře) zachycuje trend pomyslná spojnice mezi vrcholky stejnobarevných sloupců. Zkuste si ji představit. Je to náročné, že? Zejména v případě, kdy srovnáváte více řad. Zbavte se sloupců a rovnou ukažte trendové čáry jako na ukázce vpravo.

Ukázka vlevo dole zase ukazuje, že vyčíst trend ze skládaného sloupcového grafu je skoro nemožné. Zřejmě proto dokreslil autor do grafu černé pomocné šipky, které mají trend zviditelnit. Vhodnějším řešením je opět čárový (neboli spojnicový) graf vpravo.

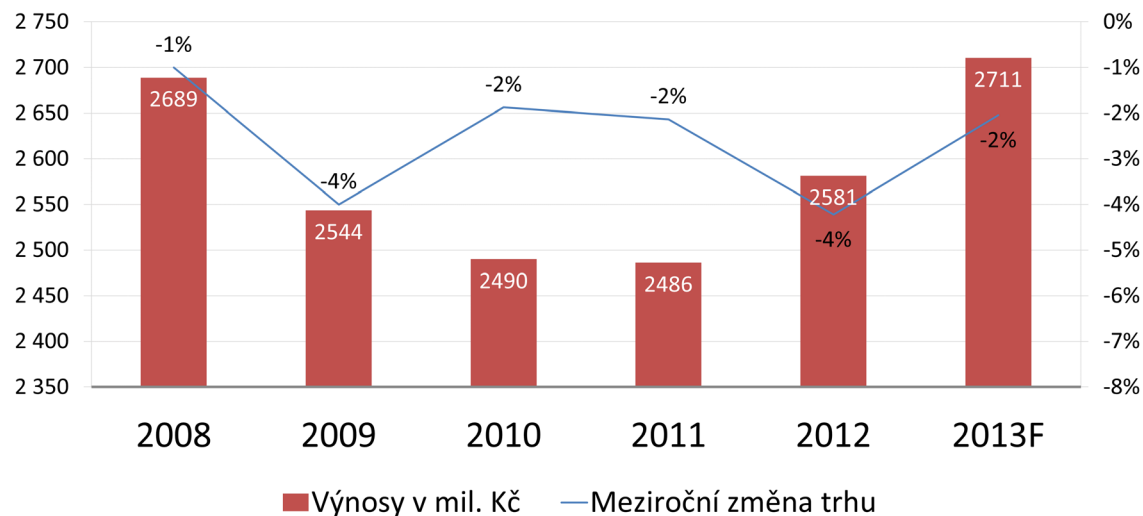


OPATRŇE NA GRAFY S VÍCE OSAMI

Víceosé grafy jsou pro většinu diváků obtížně srozumitelné. Použijte je výlučně tehdy, pokud musíte vyjádřit interakci mezi dvěma proměnnými a pokud prezentujete poučenému publiku, které tento typ grafů chápe.

PŘEDTÍM

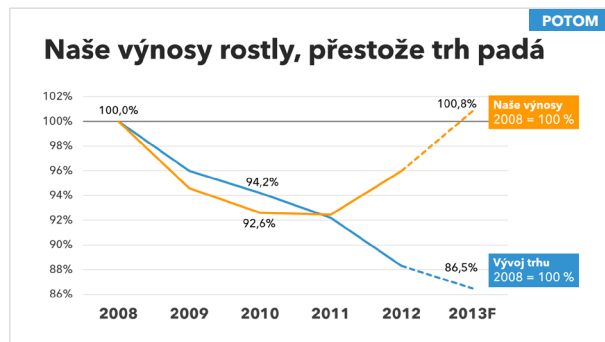
Vývoj výnosů a vývoj trhu v letech 2008–2013



Předpoklad interakce mezi proměnnými je v tomto grafu splněn, avšak kombinace kladné levé osy a záporné pravé osy je nanejvýš matoucí. Nad vodorovnou osou totiž běžně očekáváme kladné hodnoty – ve skutečnosti však modrá křivka reprezentuje trvalý pokles trhu – tu větším, tu menším tempem. Přehlednější vizualizaci stejné sady dat ukazuje přístup 1 na následující straně.

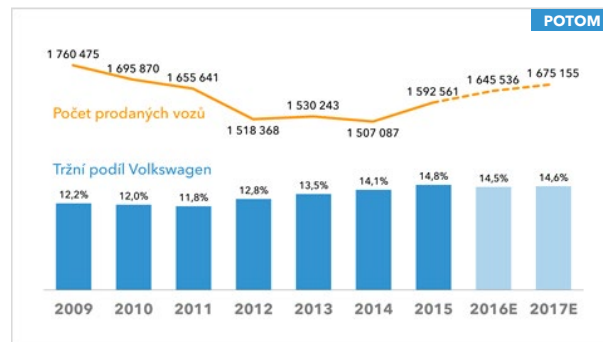
Pokud graf s více osami není absolutně nezbytný, vyhněte se mu.

JAK NA GRAFY S VÍCE OSAMI



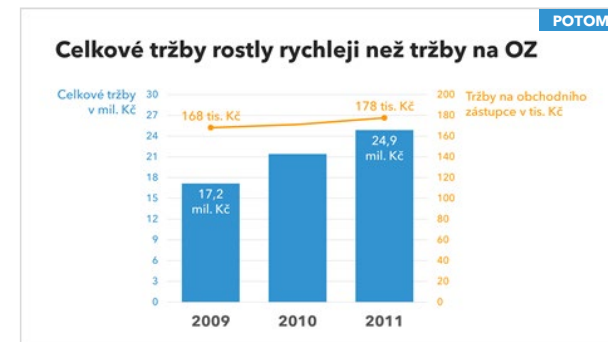
PŘÍSTUP 1

Je-li to možné, převedeme obě proměnné na společné jednotky. V případě z předchozí strany jsme jak výnosy, tak i vývoj trhu mohli vztáhnout relativně k roku 2008 představujícímu 100 %. Nový vizuál pak výmluvně ilustruje klíčové sdělení o tom, že společnost rostla navzdory poklesu trhu.



PŘÍSTUP 2

V druhém případě pracujeme s odlišnou sadou dat, kdy nemůžeme sjednotit proměnné na stejné jednotky, ani na jednotky relativní. V takovém případě vytvoříme dva separátní grafy, které mohou sdílet vodorovnou osu s roky. Svislé osy je možné skrýt a místo nich použít popisky dat.



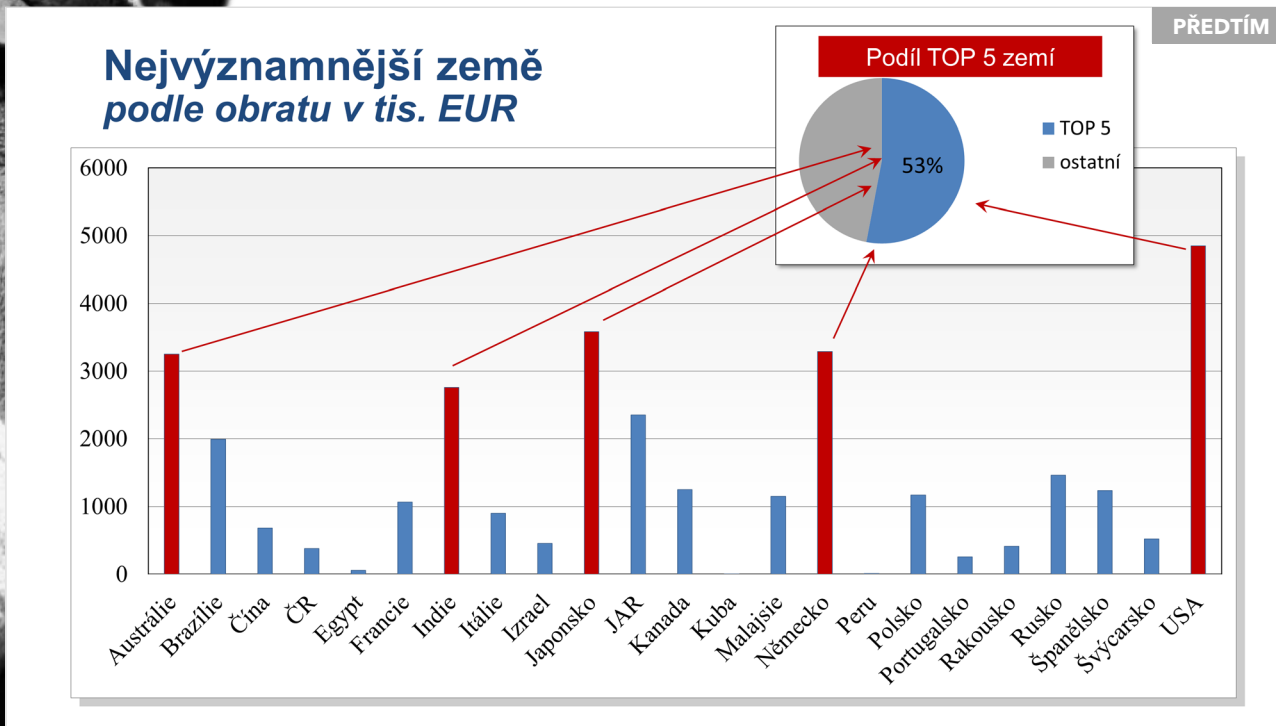
PŘÍSTUP 3

Pokud trváte na grafu s dvěma osami, dodržte následující pravidla:

- Pro obě osy zvolte odlišné typy grafů (čárový a sloupcový).
- Propojte barevně řady grafu s příslušnými osami.
- Pro lepší pochopení grafu aplikujte postupné animace.

PROMĚNA GRAFU KROK ZA KROKEM

Když se vám podaří nezamýšleně vytvořit grafové monstrum, pusťte na chvíli z ruky myš, zadívejte se do zeleně a pak dopřejte svému výtvoru redukční dietu. Uvidíte, že nakonec může i podobný datový Frankenstein vypadat k světu. Ale nepředbíhejme.

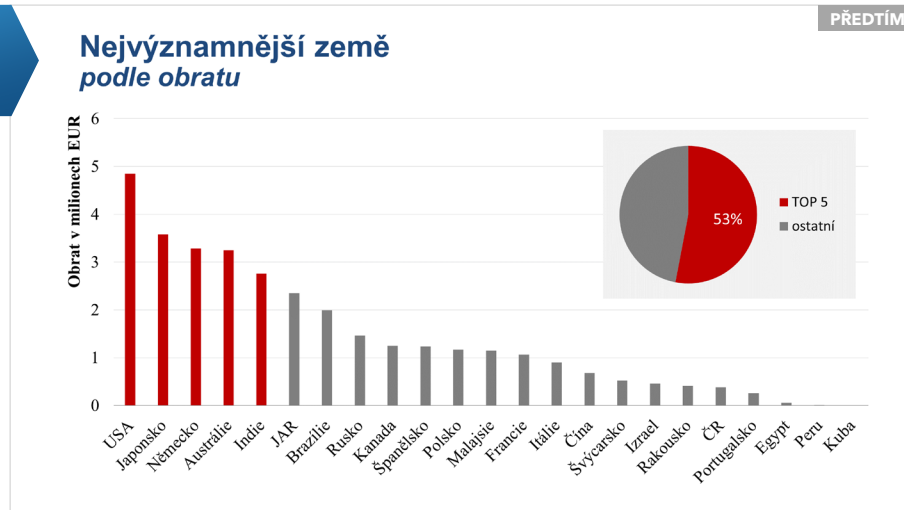


Ukážeme si, jak tento vizuálně i datově přehlčený slajd proměnit v 8 krocích.

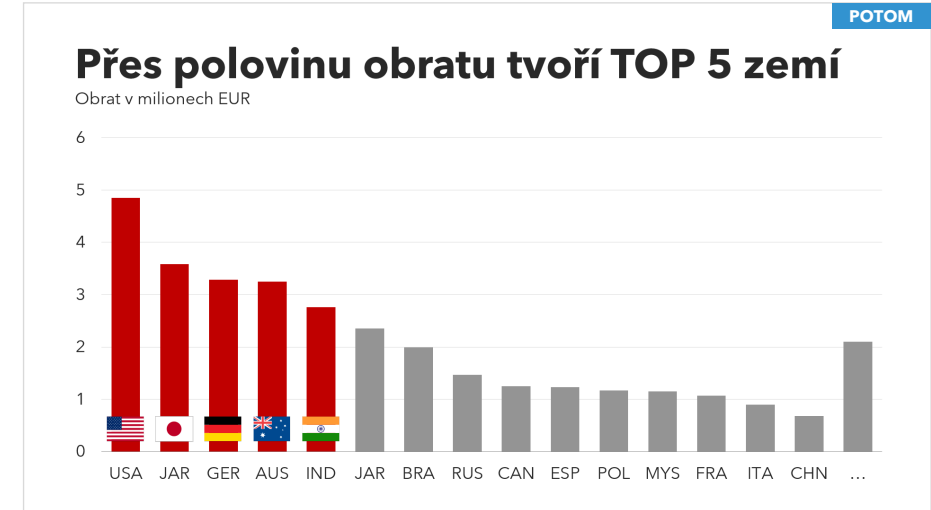
1. Sjednotíme barevné kódování ve sloupcovém a koláčovém grafu (země TOP 5 červeně).
2. Seřadíme sloupce v grafu podle jejich velikosti – ne podle abecedy!
3. Svislou osu zpřehledníme tím, že její jednotky změníme na miliony namísto tisíců tisíců EUR.
4. Zbavíme se nepotřebných vizuálních prvků, jako je ohraničení grafů, podstínění, přechodová výplň pozadí sloupcového grafu a nadpis koláčového grafu.

PROMĚNA GRAFU KROK ZA KROKEM

Takto vypadá graf po kroku 4



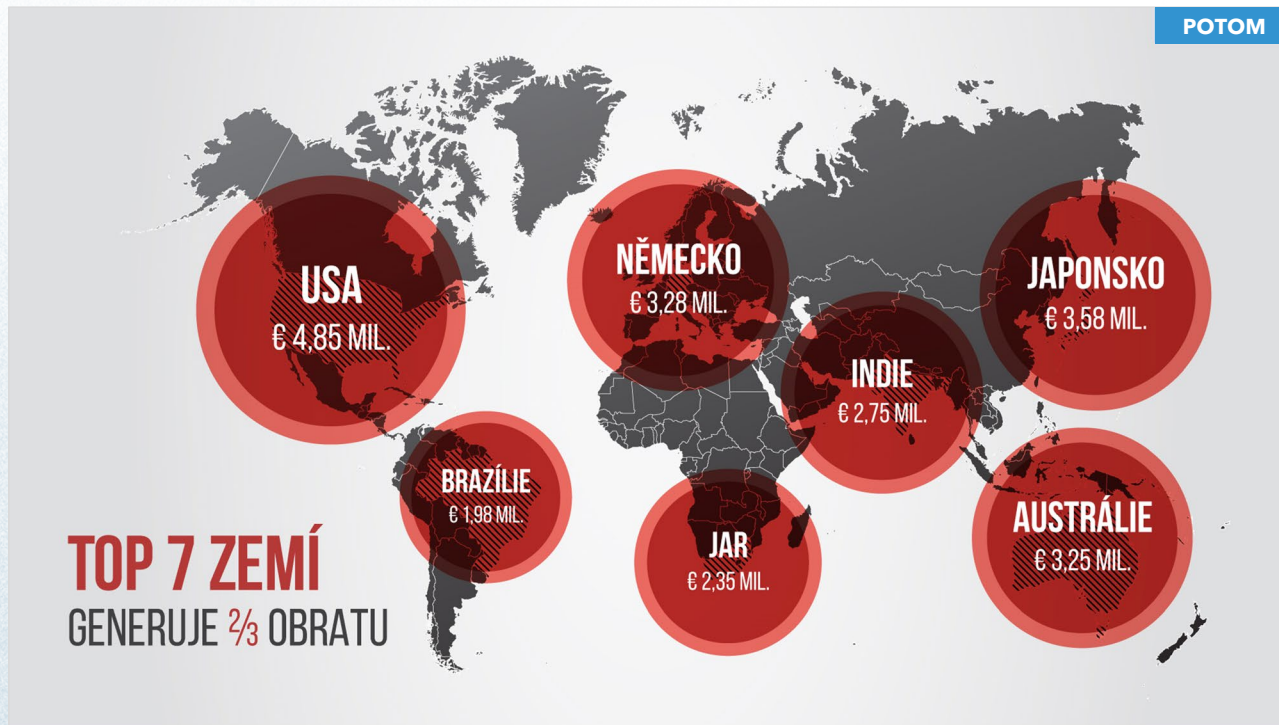
5. Zvětšíme šířku sloupců, resp. zmenšíme mezery mezi sloupci v grafu – doporučujeme je nastavit na cca 70 % šířky sloupců.
6. Koláčový graf nepřináší v tomto případě téměř žádnou vizuální přidanou hodnotu, proto informaci v něm obsaženou převedeme do titulku, kde bude viditelnější.



7. Nakloněné popisky vodorovné osy jsou hůře čitelné, proto je nahradíme vlajkami či kódy zemí, čímž současně vizuálně oddělíme TOP 5 zemí od zbylých sloupců.
8. Země se zanedbatelnými podíly shrneme pod položku ostatní – v grafu zkráceno na (...)

OD GRAFU K INFOGRAFICE

Pokud pro účely prezentace není přesná výše obrátu v jednotlivých zemích tak zásadní a je důležitější geografické hledisko, zobrazte data na mapě.



Skupinu zobrazených zemí jsme zúžili na sedm největších trhů, které tvoří 2/3 obrátu.

Tuto bublinovou vizualizaci je nutné považovat spíše za orientační, protože schopnost lidského mozku srovnávat plochy je omezená.

KDY BYSTE MĚLI UVAŽOVAT NAD INFOGRAFIKOU

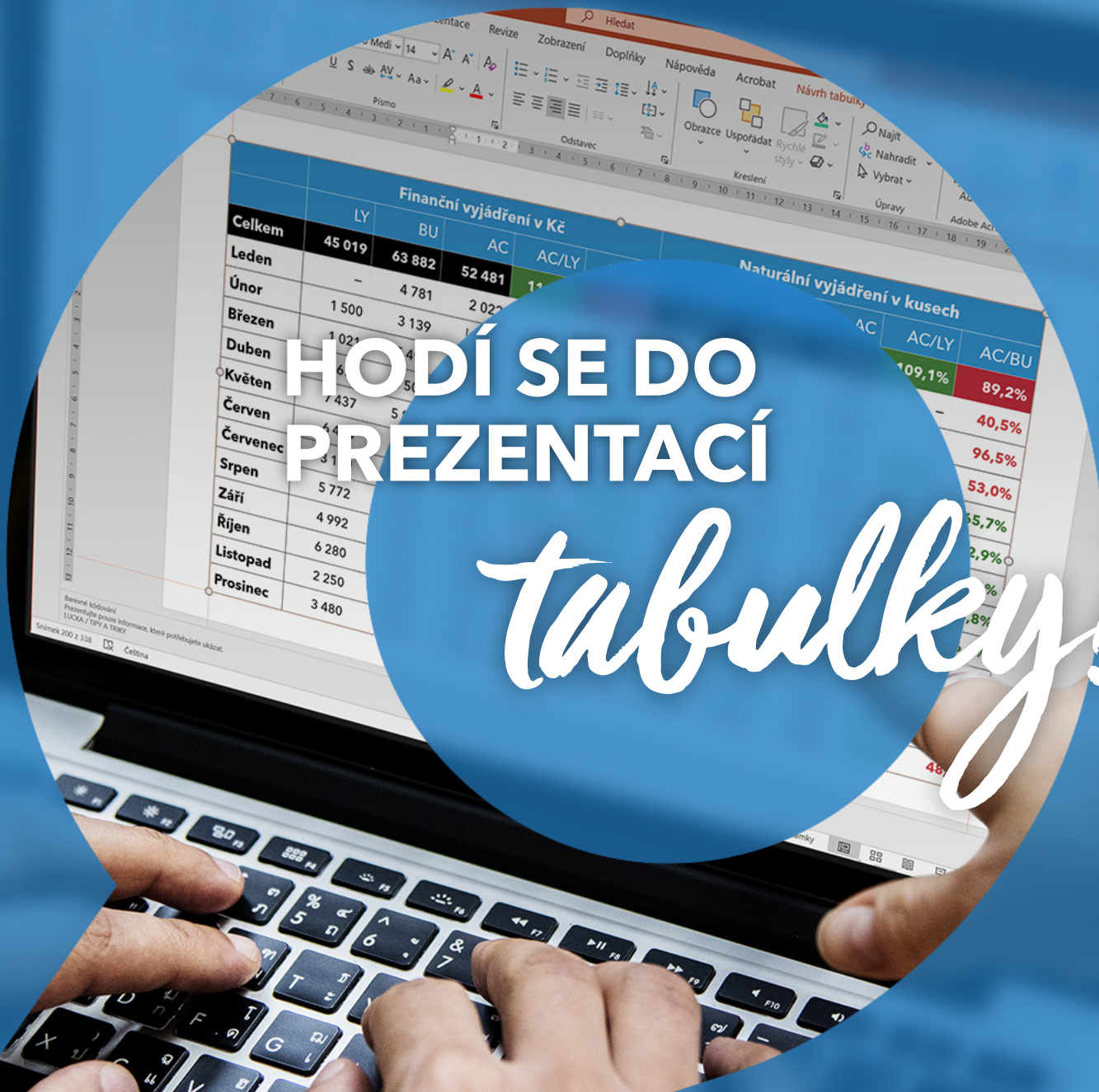
Oproti grafům představují infografiky méně přesnou, za to atraktivnější formu vyjádření dat. Fungují výtečně při prezentacích pro publikum, které očekává méně detailní data a je potřeba ho zaujmout. Infografiky tak najdou využití nejen na konferencích, ale kupříkladu i při prodejních prezentacích.



Při přípravě infografik můžete popustit uzdu své fantazii a nemusíte se striktně držet proporcí. Infografika se typicky hodí, když jsou data velmi prostá a obyčejný graf by vypadal nepatřičně chudě jako v případě slajdu se saláty. Hodit se může i v situaci, kdy lze procentuální data převést na lépe představitelný údaj typu 9 z 10, jak je vidět na slajdu o třídění elektroodpadu.

HODÍ SE DO
PREZENTACÍ

tabulky?



Finanční vyjádření v Kč				
	LY	BU	AC	AC/LY
Celkem	45 019	63 882	52 481	116,3%
Leden	-	4 781	2 022	42,3%
Únor	1 500	3 139	1 021	68,1%
Březen	1 021	6 478	3 139	30,7%
Duben	6 478	5 772	4 992	77,1%
Květen	7 437	5 772	6 280	84,5%
Červen	4 437	5 772	2 250	50,7%
Červenec	3 139	5 772	3 480	110,9%
Srpen	5 772			
Září	4 992			
Říjen	6 280			
Listopad	2 250			
Prosinec	3 480			

Naturální vyjádření v kusech			
	AC	AC/LY	AC/BU
	109,1%		89,2%
			40,5%
			96,5%
			53,0%
			55,7%
			2,9%
			1,8%

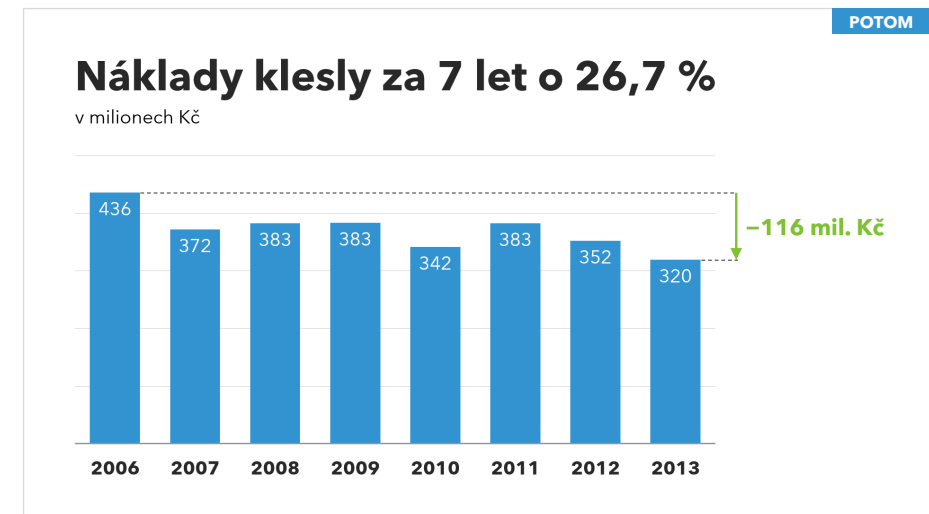
KDYKOLI MŮŽETE NAHRADIT TABULKU GRAFEM, UDĚLEJTE TO!

Potíž s tabulkami spočívá v tom, že data pouze uspořádávají, ale nevizualizují. Vizuální představu si musíte vytvořit po prostudování tabulky v hlavě.

PŘEDTÍM

Vývoj celkových nákladů v období 2006-2013

Rok	Náklady v mil. Kč	Vývoj nákladů v mil. Kč		Relativní srovnání v %	
		meziročně	vs. 2006	meziročně	vs. 2006
2006	436,2	–	–	–	100 %
2007	372,2	-64,0	-64,0	-14,7 %	85,3 %
2008	383,2	11,0	-53,0	2,9 %	87,8 %
2009	383,3	0,1	-52,9	0,0 %	87,9 %
2010	341,9	-41,5	-94,4	-10,8 %	78,4 %
2011	382,7	40,9	-53,5	12,0 %	87,7 %
2012	352,5	-30,3	-83,7	-7,9 %	80,8 %
2013	319,6	-32,9	-116,6	-9,3 %	73,3 %



Graf vpravo obsahuje většinu dat z tabulky. Skutečné náklady jsou zobrazeny výškou sloupců. Meziroční změny rozdílů ve výšce sloupců. Rozdíl oproti výchozímu roku lze odvodit srovnáním s čárkovanou

linií. Pokud potřebujete publiku poskytnout i přesná čísla obsažená v tabulce, vložte ji do handoutu, který posluchačům rozdáte. Presentujte však vizuální reprezentaci těchto dat – tedy graf.

JAK SPRÁVNĚ NAFORMÁTOVAT TABULKU

PŘEDTÍM

Předplatné a pultový prodej

Předplatné	
Počet kusů	32350
podíl korporátních klientů	81,954%
Cena za kus v Kč	19,70
Tržby v Kč	637295
Sazba provize distributora v %	0,07
Provize distributora v Kč	44610,65
Marže po odečtení provize v Kč	592684,35
Pultový prodej	
Počet kusů	41500
Cena za kus v Kč	24,00
Tržby v Kč	996000
Sazba provize distributora v %	0,135
Provize distributora v Kč	134460
Marže po odečtení provize v Kč	861540

CELKOVÁ MARŽE
1 454 224,35 Kč

POTOM

Denní náklad přesáhl 70 000 ks

	Předplatné	Pultový prodej	CELKEM
Počet kusů	32 350	41 500	73 850
<i>z toho korporátní klienti</i>	82 %	—	—
Cena za kus	19,70 Kč	24,00 Kč	—
Tržby	637 295 Kč	996 000 Kč	1 633 295 Kč
Sazba provize distributora	7,0 %	13,5 %	—
Provize distributora	44 611 Kč	134 460 Kč	179 071 Kč
Marže po odečtení provize	592 684 Kč	861 540 Kč	1 454 224 Kč

Pokud už tabulku využít musíte, protože se data nedají smysluplně zobrazit v grafu, pro účely prezentace ji naformátujte. Pouhým zkopírováním z Excelu přehledná tabulka nevznikne. Pro snadnou pochopitelnost tabulky v prezentaci je zásadní její uspořádání. Pokud je možné rozřídít čísla do zastřešujících kategorií (zde do sloupců předplatné, pultový prodej a celkem), udělejte to. Usnadníte tím

svému publiku pochopení prezentovaných dat. Dbejte i na takové detaily, jako je označení jednotek přímo u položek v tabulce, zarovnání číselných údajů vpravo nebo důsledné oddělování skupin po třech cifrách u delších čísel. Zvažte rovněž, zda položky s desetinnými místy není možné zaokrouhlit na celá čísla. Tento příklad najdete podrobněji popsany v [knize Odprezentuj](#) na straně 147.

A circular inset image showing a steam train in a lush, green forest. The train is dark-colored with a prominent smokestack. The scene is bathed in soft, dappled sunlight filtering through the trees. The train is on tracks, and the surrounding area is filled with dense foliage and trees.

**DATA STORYTELLING:
POSTAVTE ZA ČÍSLY**

příběh

VYPÁTREJTE PŘÍBĚH SKRYTÝ V ČÍSLECH

Podle Nancy Duarte si pouze 5 % lidí vybaví s odstupem suchá data, zatímco příběh si bez potíží vybaví 63 % publika. Jak do datové prezentace dostat prvky storytellingu?



HLAVNÍ
SDĚLENÍ

...a proto musíme udělat toto...

CTA

Hlavní sdělení prezentace postavte na datech. Zformulujte jasně, jaký problém či příležitost se v datech skrývá. To je zápletka vašeho příběhu.

PŘÍKLAD

Tržby divize jsou za tři kvartály 9 % pod plánem a hrozí nesplnění celoročních cílů. Navíc jsme zjistili, že obchodníci tráví většinu času zalistováním nových produktů a nesoustředí se na péči o „dojné krávy“.

V závěru prezentace pak nezapomeňte na **call-to-action** neboli výzvu k akci. Řekněte, jak identifikovaný problém překonat, nebo jak využít příležitost odhalenou v datech.

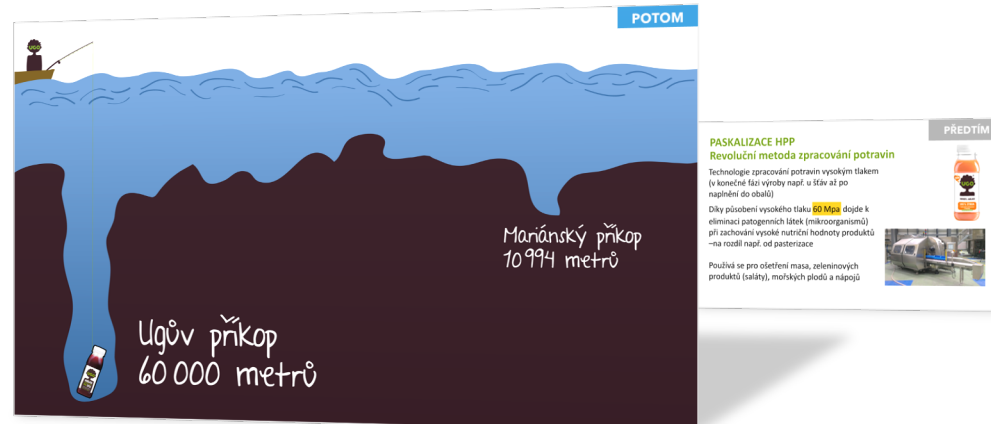
Pojďme jim pro zbytek roku uvolnit ruce od novinek a podpořme naše klíčové produkty marketingovou kampaní.

NECHEJTE ČÍSLA OŽÍT PŘED OČIMA

Často nepotřebujete tučet čísel, abyste předali klíčovou myšlenku. Občas postačí jediné číslo, když si ho publikum dokáže představit.



Že nevíte, které z mnoha čísel na původním slajdu vybrat? Není divu, je jich tam pět. Méně je více. Vyberte to nejpodstatnější a vymyslete srozumitelné přirovnání, které ze suchého faktu udělá příběh.



Technologie paskalizace používaná k ošetření lahviček Ugo pracuje s tlakem 60 MPa. Že nevíte, kolik to je? Představte si fiktivní oceánský pňkop hluboký 60 km. Tak hluboko v moři dosahuje tlak 60 MPa.

VYTVÁŘEJTE PŘIROVNÁNÍ A ANALOGIE

Vybrali jste nejdůležitější číslo a přemýšlíte, k čemu ho přirovnat? Tady je pár tipů.



VZDÁLENOST

- Cesta mezi dvěma městy
- Vzdálenost ze Země na Měsíc (384 400 km)
- Převedení na dobu letu



OBJEM

- Bazén v Podolí nebo olympijský bazén (cca 3 mil. litrů = 3 000 m³)
- Délka řetězu poskládaného z půllitrů



VÝŠKA

- Rozhledna na Petříně (65,5 m)
- Burdž Chalífa v Dubaji (828 m)
- Eiffelova věž (300,65 m)
- Xy-patrový dům (1 patro = cca 3 m)



ČAS

- Doba přípravy espressa (20-30 s)
- Délka cesty nebo letu (vynechat D1, pokud nemluvíte o nekonečnu)



PLOCHA

- Václavské náměstí (45 000 m²)
- Dlážděný střed náměstí v Českých Budějovicích (1 hektar)
- Fotbalové hřiště (cca 7 000 m²)



PENÍZE

- Počet zlatých cihel (1kg cihla cca 1,3 milionu Kč)
- Počet luxusních vozů
- 1 tunel Blanka (cca 43 mld. Kč)

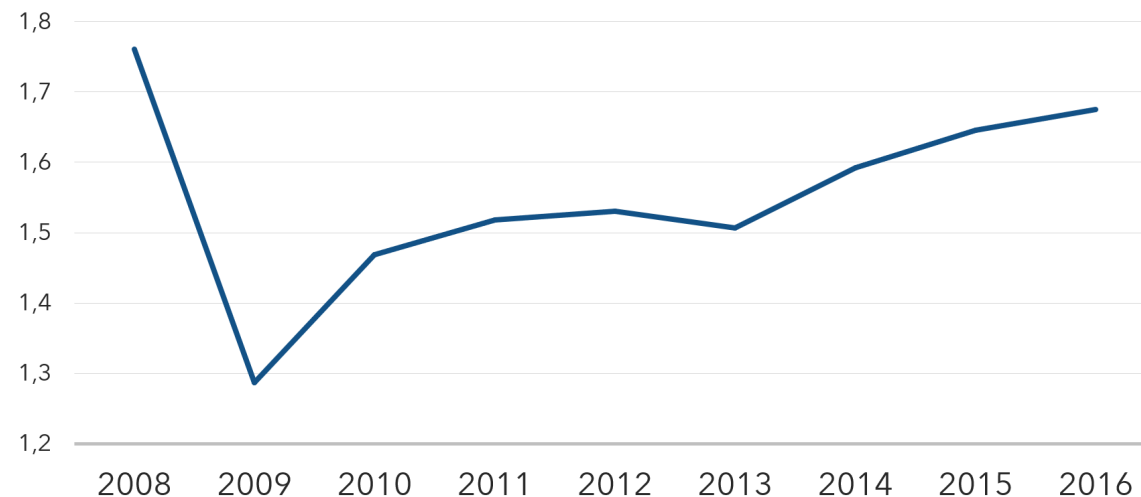
VEĎTE DIVÁKY POMOCÍ AKČNÍCH TITULKŮ

Za každým slajdem s daty se skrývá miniaturní příběh. Můžete mu pomoci na svět, když dáte slajdu akční titulek. Publiku tak usnadníte pochopit, co na slajdu vidí.

POTOM

Německý trh aut opět roste

Počet prodaných osobních vozů v milionech kusů



Zapomeňte na nicneříkající titulky typu „Vývoj automobilového trhu“. Správný akční titulek poznáte tak, že nese nějaké sdělení a obvykle rovněž obsahuje sloveso v činném rodě.

V některých situacích pak ovšem nemusí být zřejmé, jakou veličinu graf zachycuje. V tom případě ho doplňte malým a daleko nenápadnějším popiskem, který bude faktický a strohý. Nenechte si ale suchý popis vnutit do titulku slajdu.

Když si vyskládáte akční titulky vedle sebe, měli byste být schopni říct, co prezentace tvrdí a co její autor doporučuje, aniž byste viděli konkrétní grafy a data. Je to skvělý test poté, co svou prezentaci dokončíte.

NA ZÁVĚR SI PROJDĚTE CHECKLIST

Než svou prezentaci ukážete publiku, odškrtejte si následující otázky, abyste se ubezpečili, že jste připravili kvalitní a funkční datové slajdy.

PŘEHLEDNÁ

- Neprezentujete víc dat, než kolik publikum potřebuje vidět?
- Zvolili jste nejlepší způsob vizualizace pro daný typ dat?
- Zbavili jste se nepotřebného vizuálního balastu?
- Nezdvojujete popisky položek grafů a svislé osy?
- Odstranili jste barevnou legendu, pokud to bylo možné?

PRAVDIVÁ

- Jsou data ověřená?
- Nedopustili jste se nějaké vizuální manipulace?
- Máte správně nastavené měřítko svislé osy – zejména u sloupcových grafů?
- Odolali jste vábení 3D efektů?
- Nemanipulujete publikum špatně zvolenými barvami?
- Nesvádí vizuál ke špatné interpretaci? Je blbuvzdorný?

POCHOPITELNÁ

- Zasadili jste data do kontextu?
- Zamysleli jste se nad vhodným přirovnáním, které by vaše data udělalo představitelnější?
- Používáte akční titulky slajdů?
- Identifikovali jste problém či příležitost skryté v datech a zformulovali srozumitelné hlavní sdělení prezentace?
- Máte call-to-action, které říká, co na základě dat podniknout?

K LEPŠÍM PREZENTACÍM VEDE SPOUSTA CEST, TADY JE NĚKOLIK Z NICH



KNIHA ODPREZENTUJ OD MARKA HRKALA

Objevte v knize Odprezentuj desítky užitečných tipů, triků a praktických rad, jak vytvářet přesvědčivé prezentace, díky kterým vystoupíte z řady.



ONLINE KURZ NA SEDUO.CZ

Chcete se zbavit obvyklých prezentačních zlovyků? Podívejte se na Markův kurz 10 chyb při tvorbě prezentací a jak se jim vyhnout na Seduo.cz.



www.odprezentuj.cz | info@odprezentuj.cz

odprezentuj 