

Jak ciekawie zrobić raport ESG?



Kim jestem?



BLOGGER

+1 000 000 ODSŁON



TRENER

+1 000 OSÓB



TWÓRCA KURSÓW

+100 000 STUDENTÓW



KONSULTANT

+100 PROJEKTÓW



SKLEP

SZKOLENIA

USŁUGI

EXCEL BI - QUERY & PIVOT

POWER BI

BLOG

O MNIE

KONTAKT

Szukaj

SKUTECZNA KOMUNIKACJA LICZB

szkolenie



SZKOLENIE, KTÓRE POZWOLI CI PRZYSPIESZYĆ

Poznaj jedyne w Polsce szkolenie
z wizualizacji danych
i budowy dashboardów.



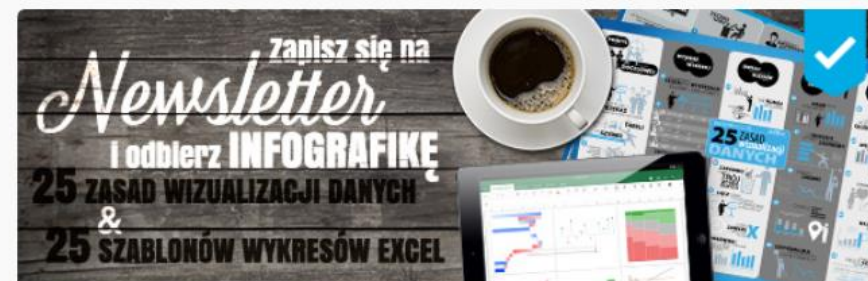
Bartosz Czapiewski

AUTOR, DORADCA & TRENER



Cześć! Jestem Bartek. Na tym blogu mam jeden cel: nauczyć Cię widzieć i rozumieć liczby oraz dzielić się nimi poprzez wizualizację danych - wykresy i dashboardy.

Więcej ▶



Imię

Adres e-mail

Zapisz mnie!

Zostań mistrzem Excela!

15-GODZINNY KURS EXCELA ZA DARMO



22 lekcje wideo



kurs online 24/7



dożywotni dostęp



100 000 zadowolonych uczestników



4 certyfikaty

Odbierz bezpłatny kurs teraz!

Pssst! Jesteś średnio-zaawansowanym użytkownikiem Excela? Jeżeli tak, to ta strona nie jest dla Ciebie, przejdź [tutaj](#).



Co było pierwsze?

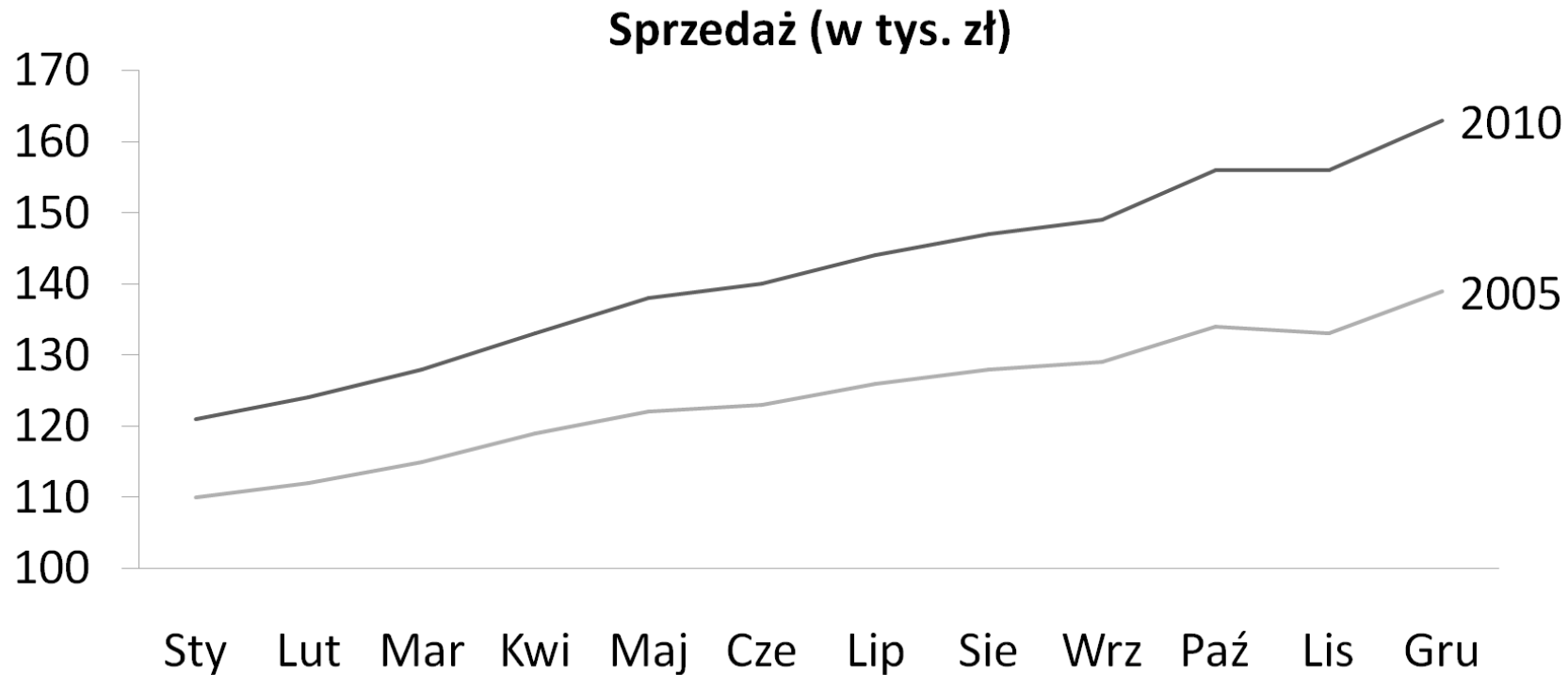
- Wykres
- Mapa
- Tabela

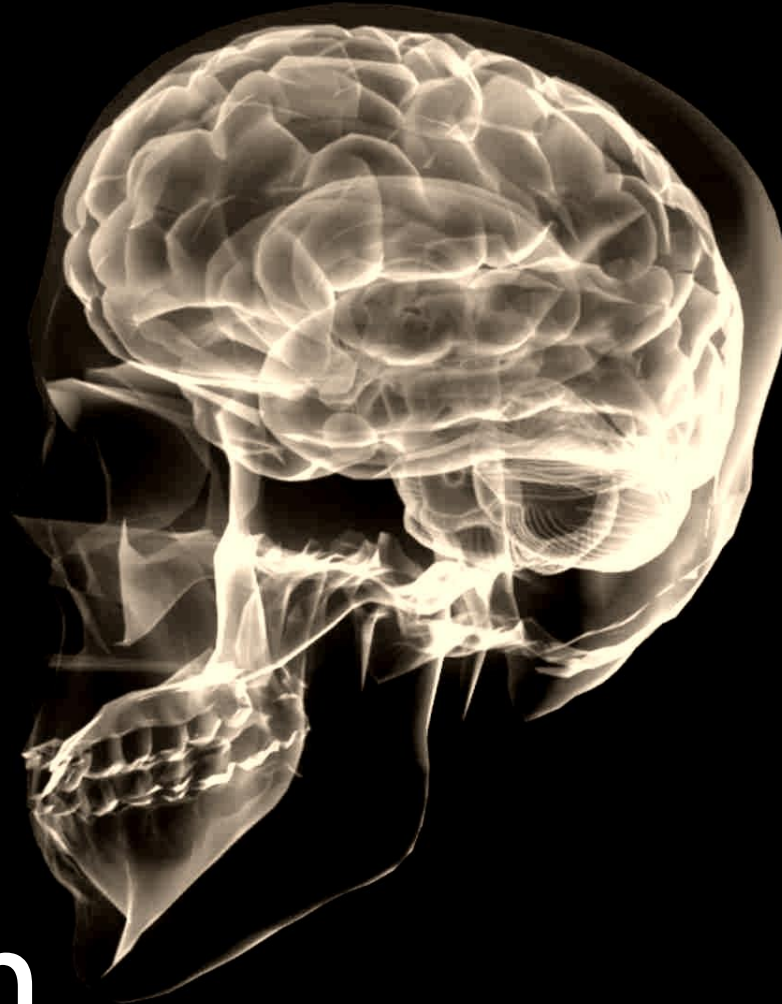
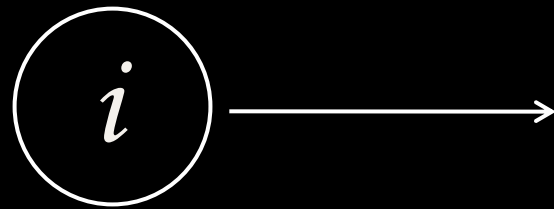
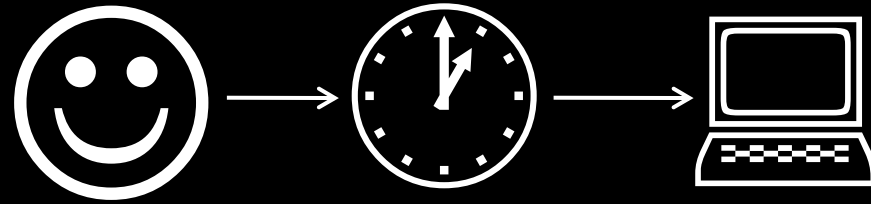


Precyzja czy kształt?

Sprzedaż (w tys. zł)

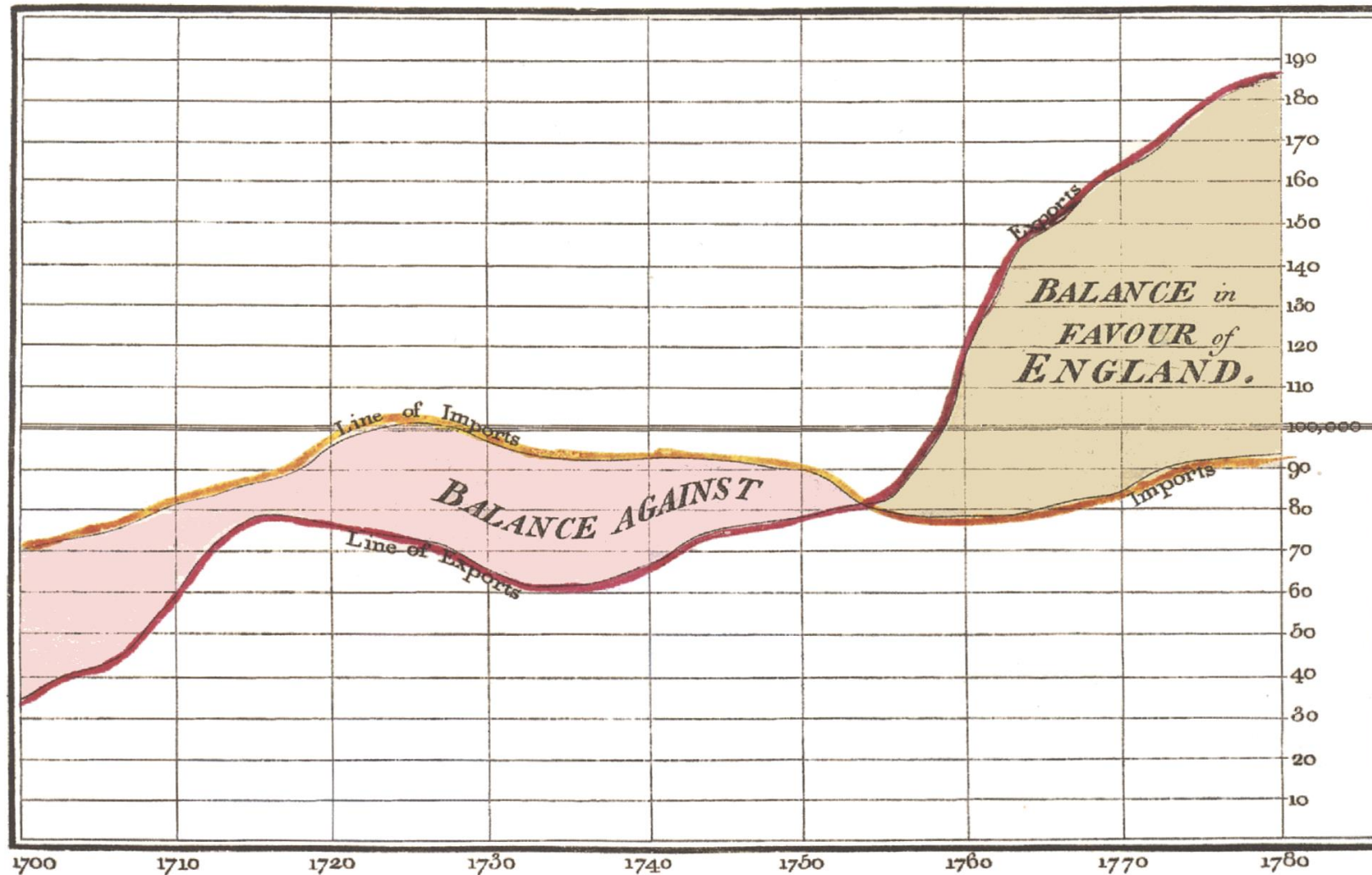
	Sty	Lut	Mar	Kwi	Maj	Cze	Lip	Sie	Wrz	Paź	Lis	Gru
2005	110	112	115	119	122	123	126	128	129	134	133	139
2010	121	124	128	133	138	140	144	147	149	156	156	163





widzę
rozumem

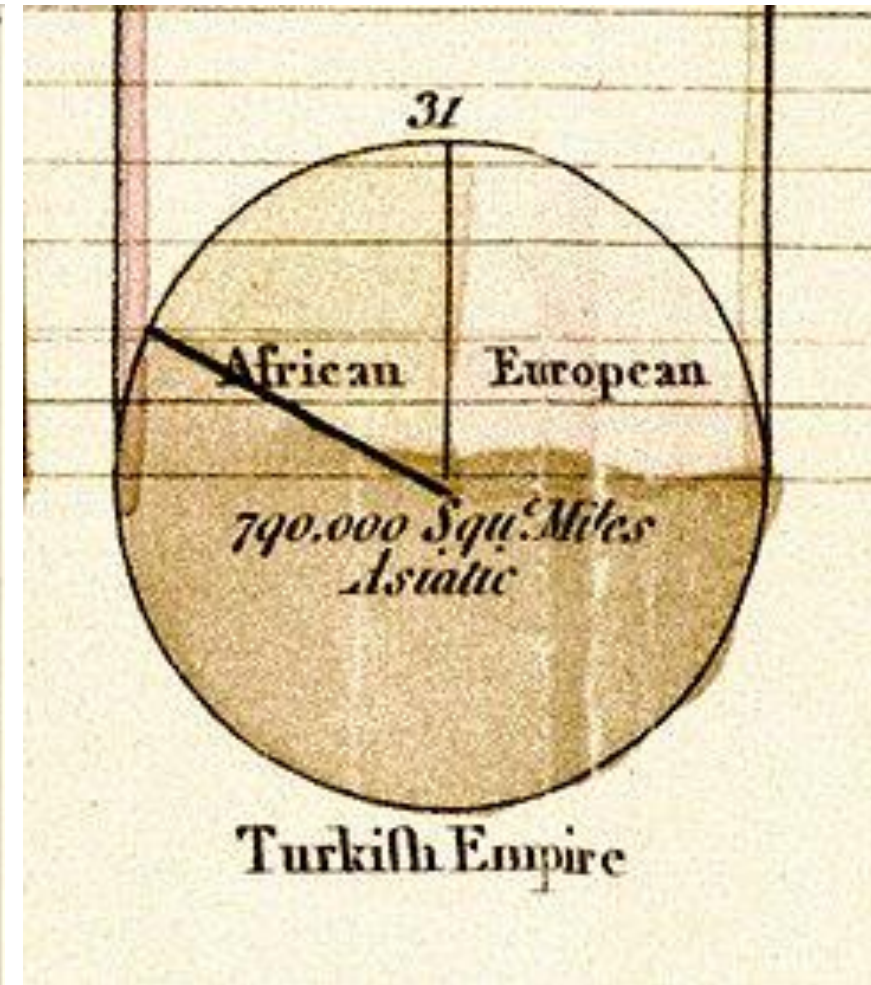
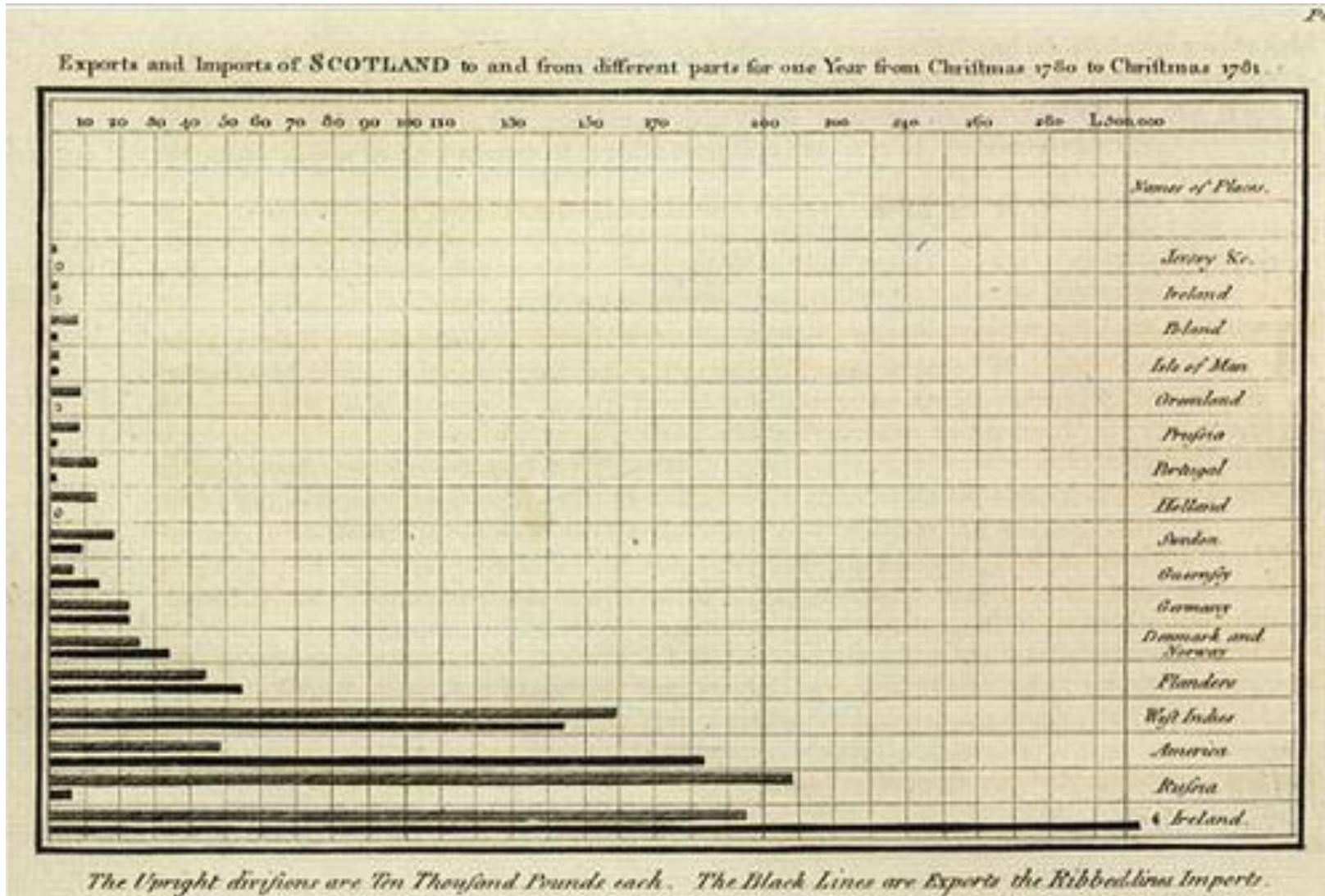
Exports and Imports to and from DENMARK & NORWAY from 1700 to 1780.



The Bottom line is divided into Years, the Right hand line into £10,000 each.
Published as the Act directs, 14th May 1786, by W^m Playfair *Keble sculpt 352, Strand, London.*

Pierwszy wykres (1786)

Kolejne wykresy Williama Playfaira





Opowiada historię.
Jest wart **1000** słów.

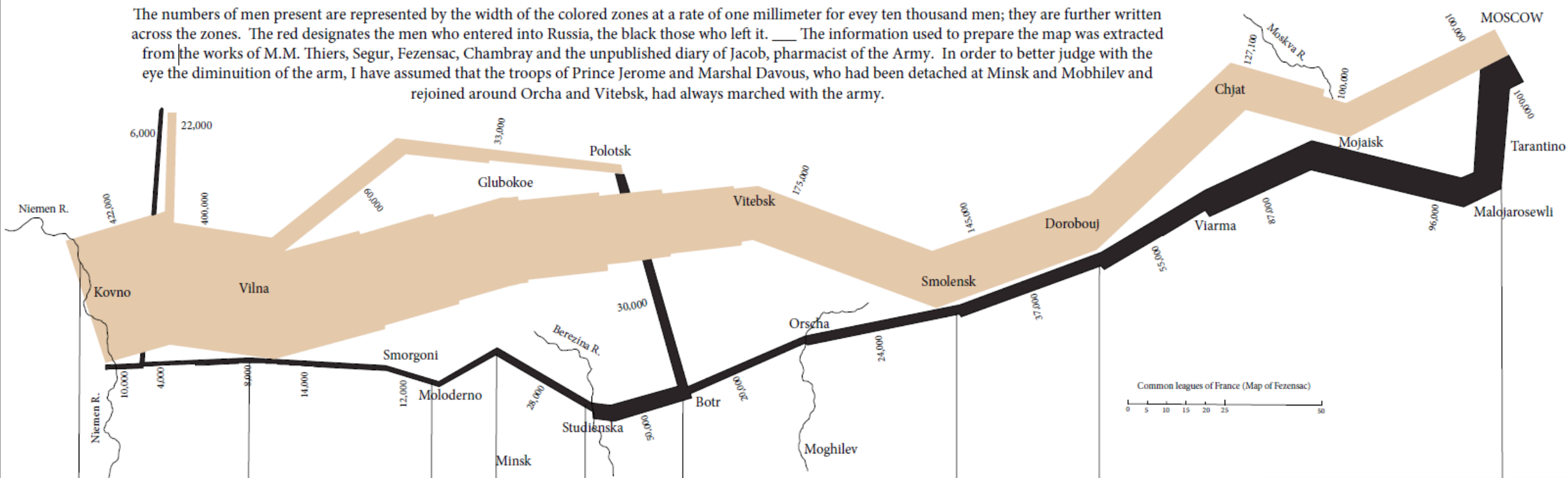
Skuteczny wykres opowiada historię...

Map representing the successive losses in men of the French Army in the Russian campaign, 1812-1813

M. Minard, Inspector General of Bridges and Roads in retirement

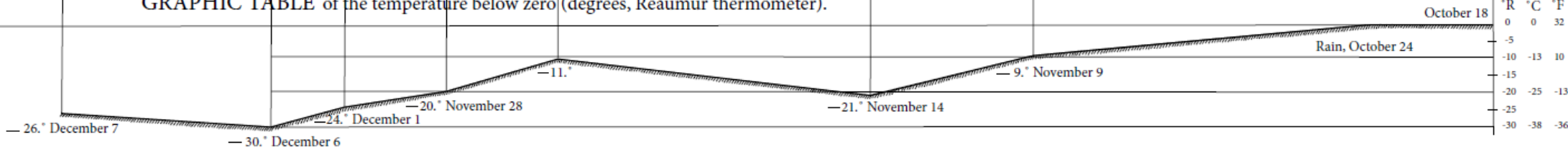
Paris, November 20, 1869.

The numbers of men present are represented by the width of the colored zones at a rate of one millimeter for every ten thousand men; they are further written across the zones. The red designates the men who entered into Russia, the black those who left it. ___ The information used to prepare the map was extracted from the works of M.M. Thiers, Segur, Fezensac, Chambray and the unpublished diary of Jacob, pharmacist of the Army. In order to better judge with the eye the diminution of the arm, I have assumed that the troops of Prince Jerome and Marshal Davous, who had been detached at Minsk and Mobjilev and rejoined around Orcha and Vitebsk, had always marched with the army.



GRAPHIC TABLE of the temperature below zero (degrees, Reaumur thermometer).

The Cossacks pass the frozen Niemen at a gallop.



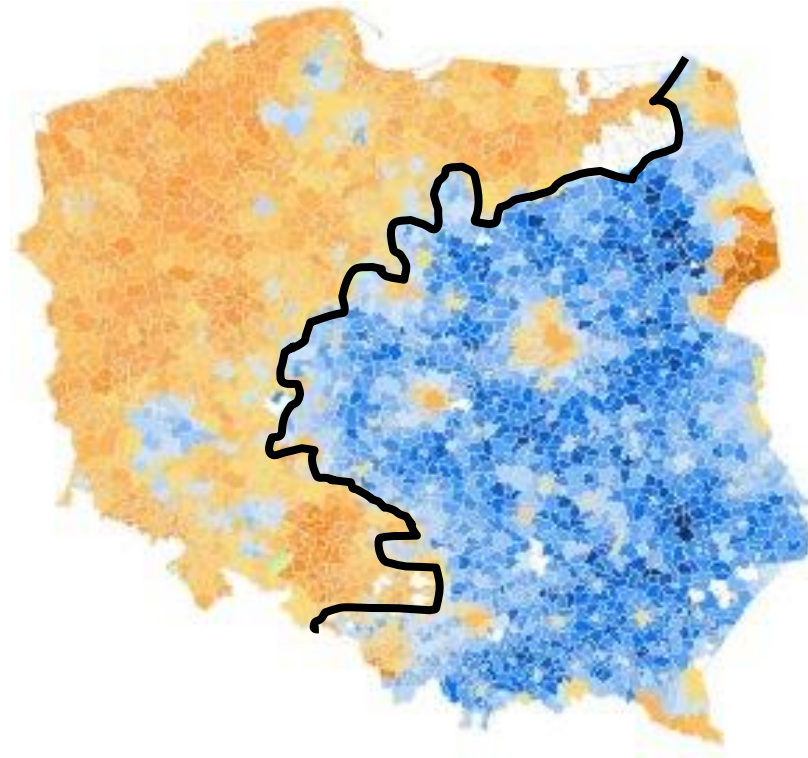
Sondażowe wyniki wyborów prezydenckich

Dane z 4 lipca z godz. 20.00.

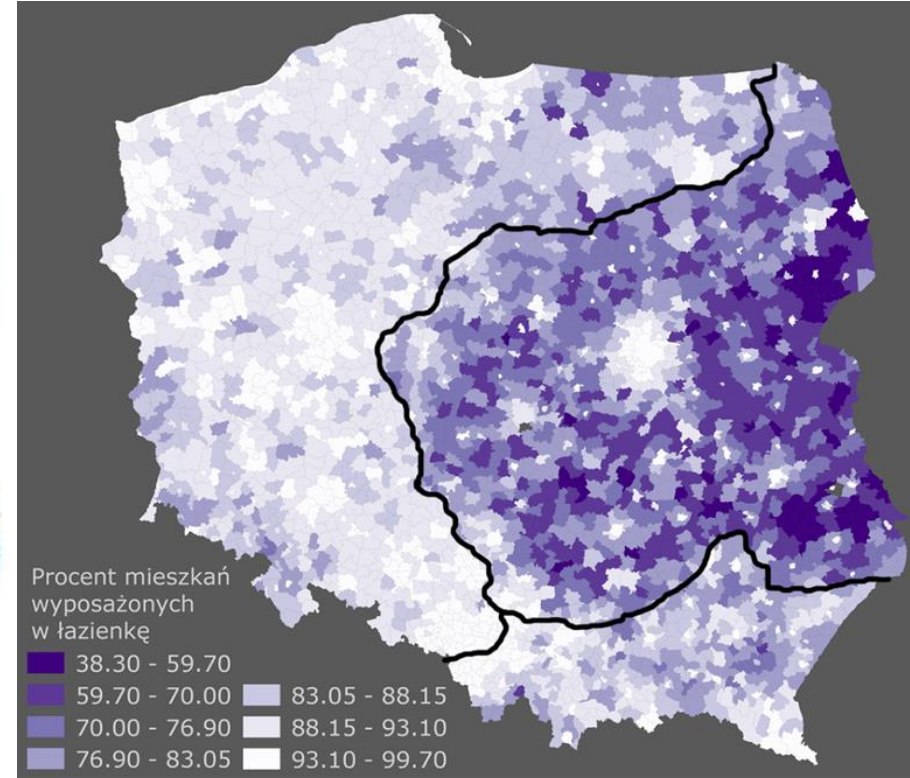
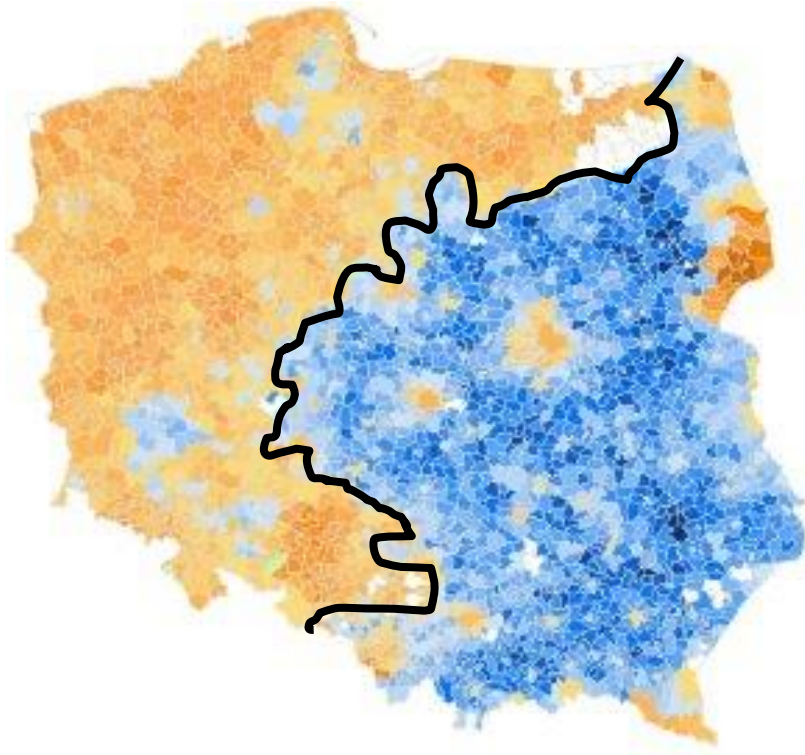


Opowiada historię?

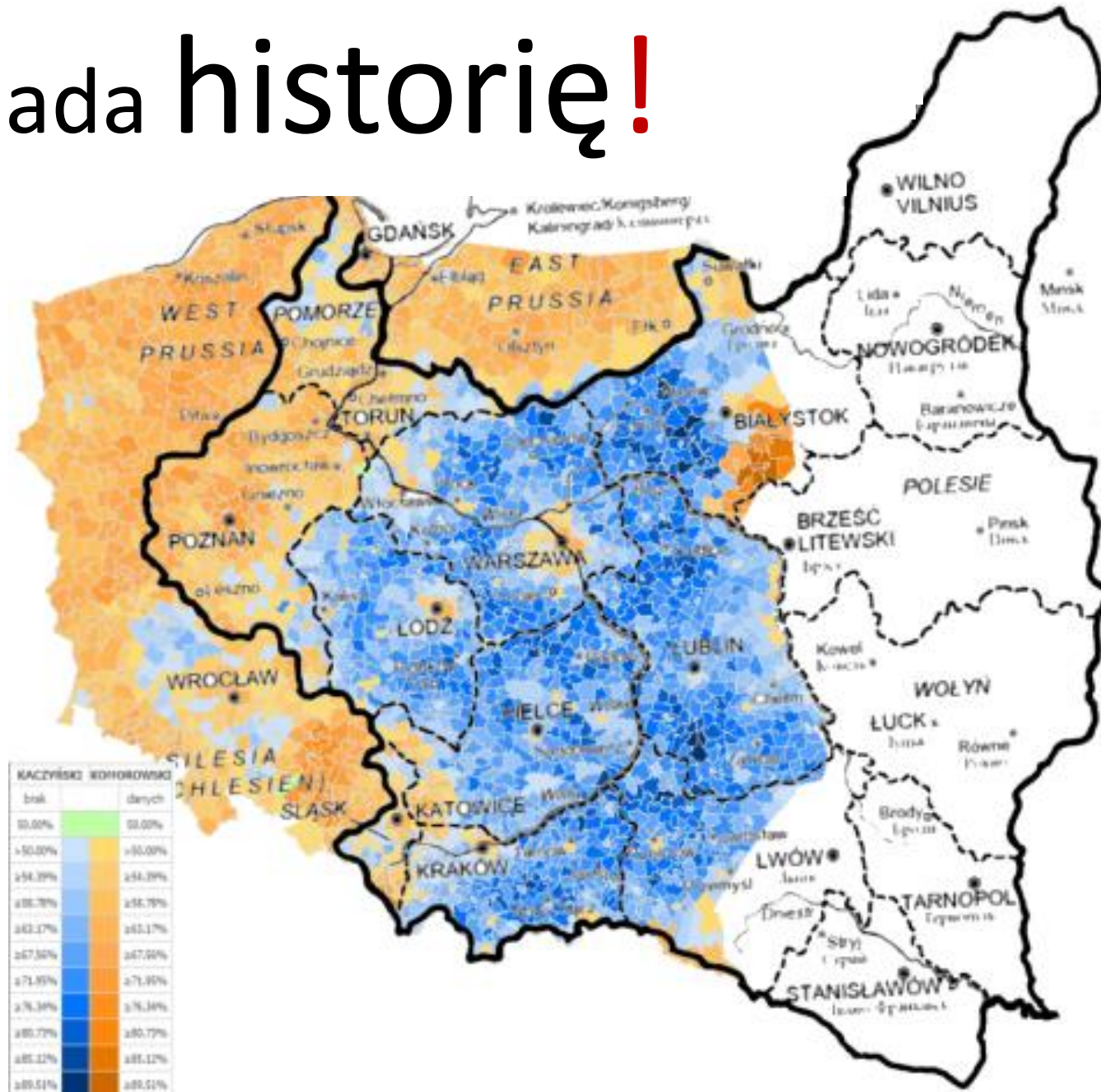
Dlaczego Polska jest podzielona?



Dlaczego Polska jest podzielona?



Opowiada historię!



Skuteczny wykres?

↑ Pomysł

↓ Czas

↓ Atrament

↓ Miejsce

✓ Dane

czy

umiesz

widzieć?



Prawidłowe odpowiedzi:

1. E

2. B

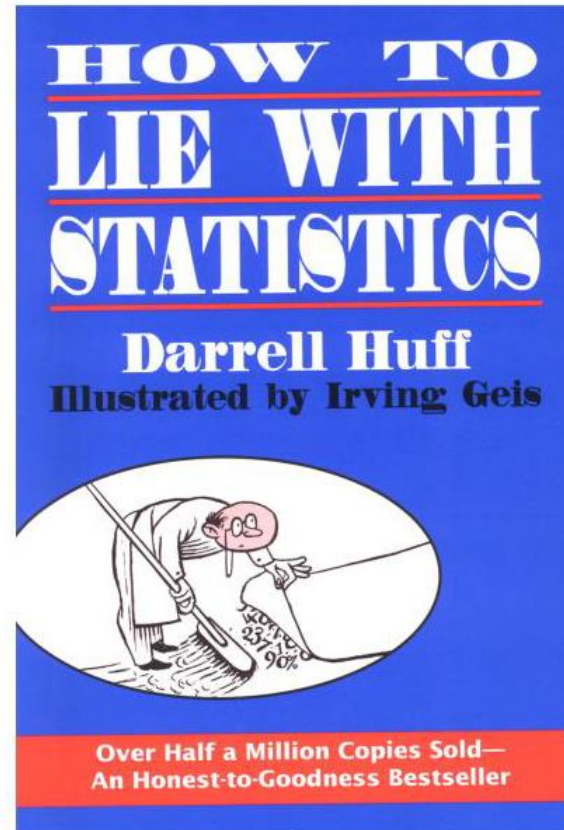
3. E

4. E

5. A

6. C

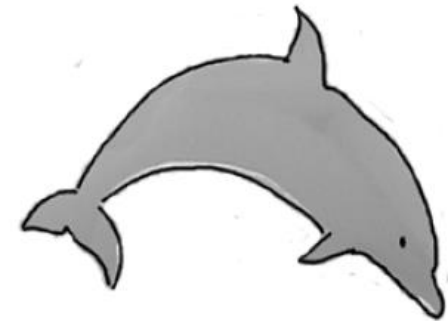
7. D

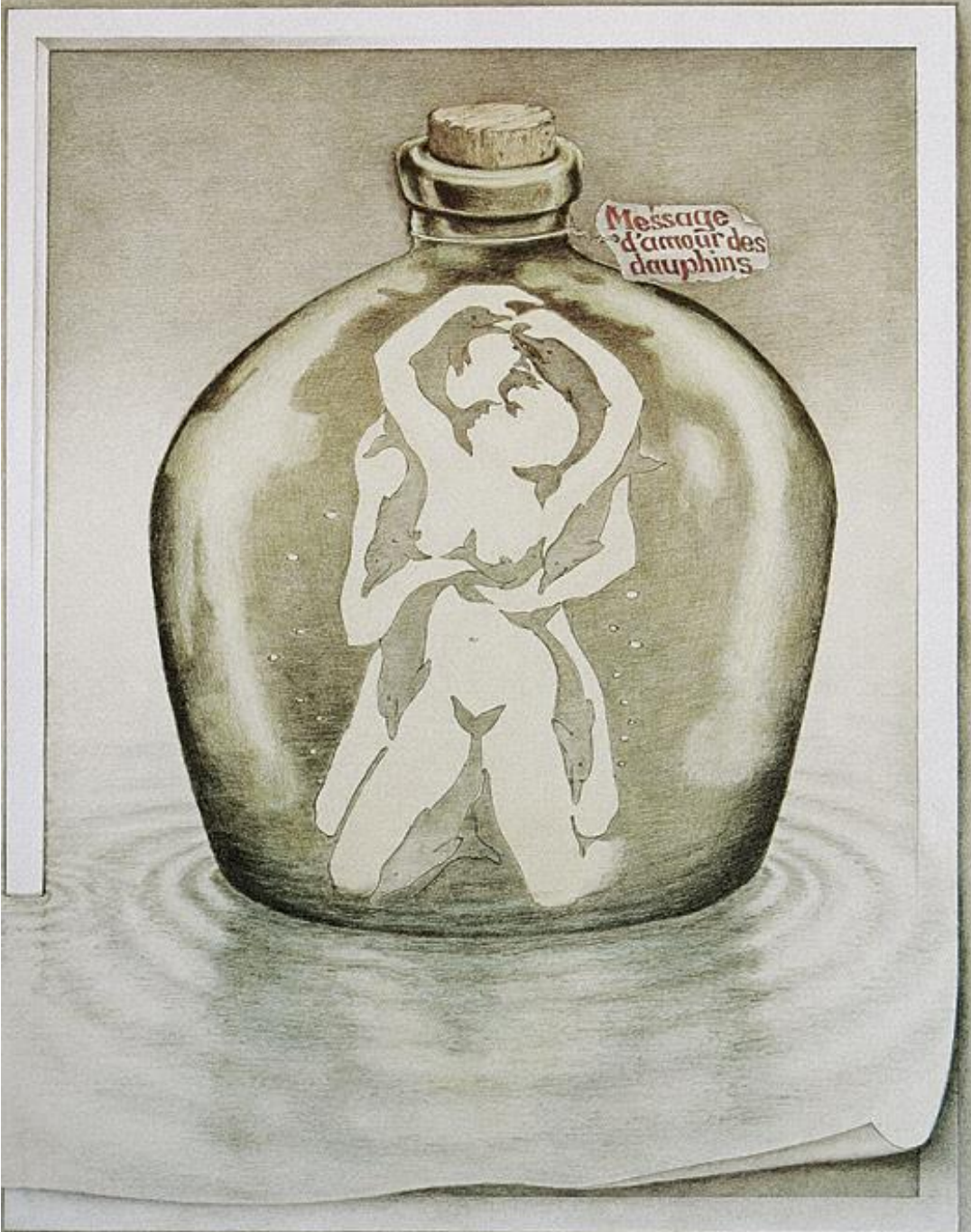


Jak widzimy?



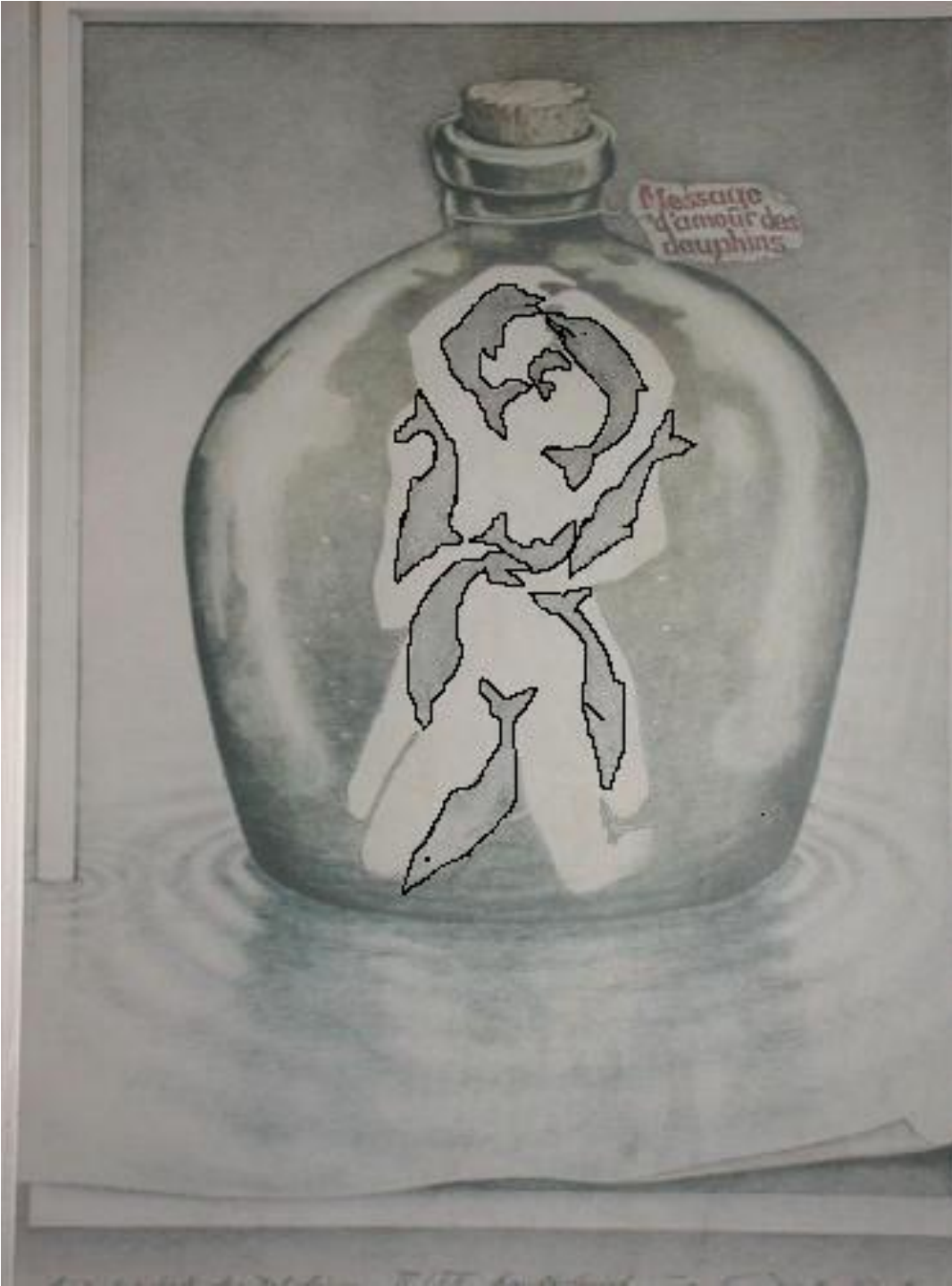
Widzimy przez **wzorce!**





Liebesbotschaft der Delphine II/XX handkoloriert Eusebio Delgado 1987

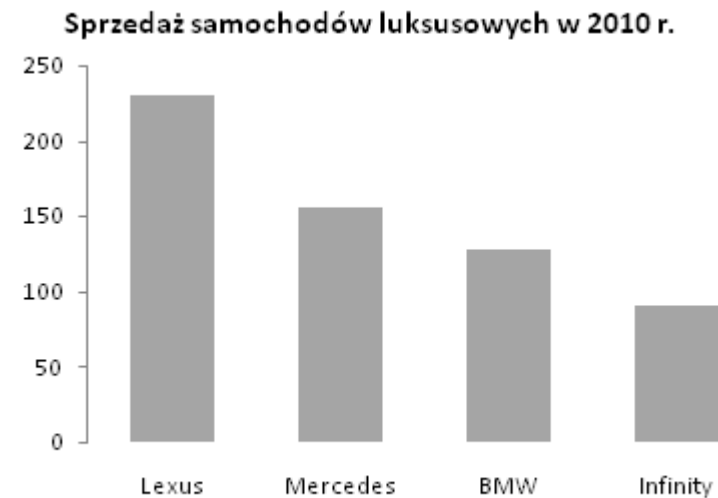
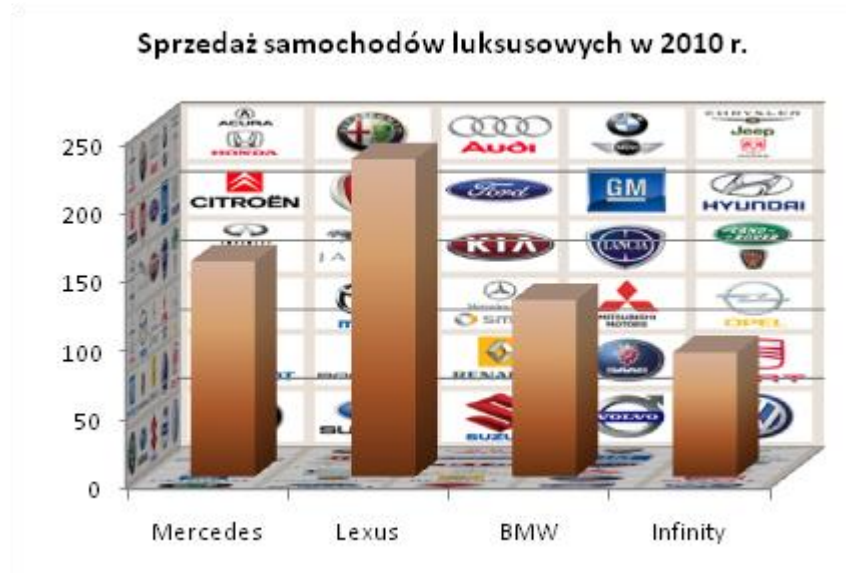
Jak
widzimy?



Widzimy przez
wzorce!

Zasada 1.

Pokazuj nie więcej i nie mniej niż jest to konieczne dla komunikatu.

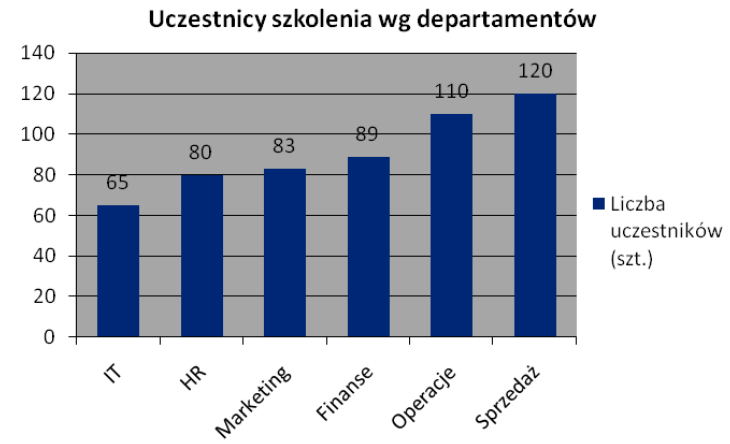




Współczynnik

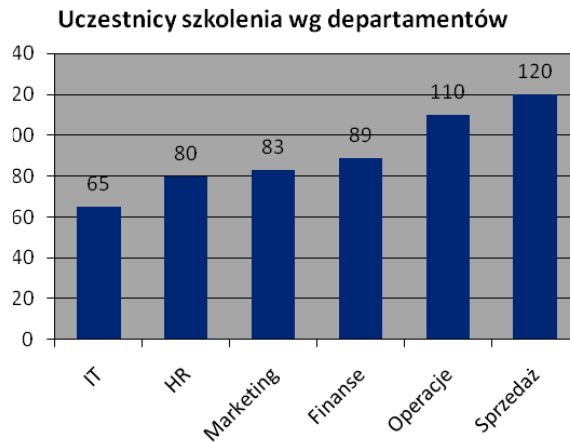
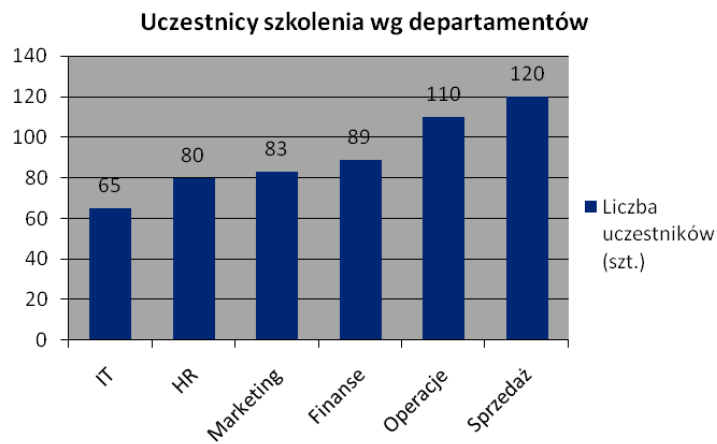
Dane/Atrament

↑ Dane/Atrament





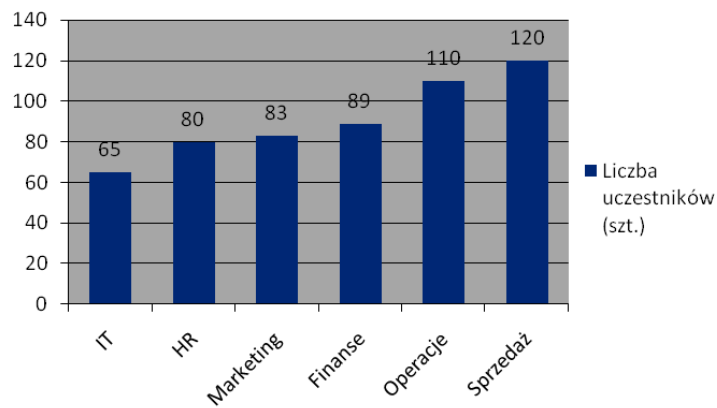
Dane/Atrament



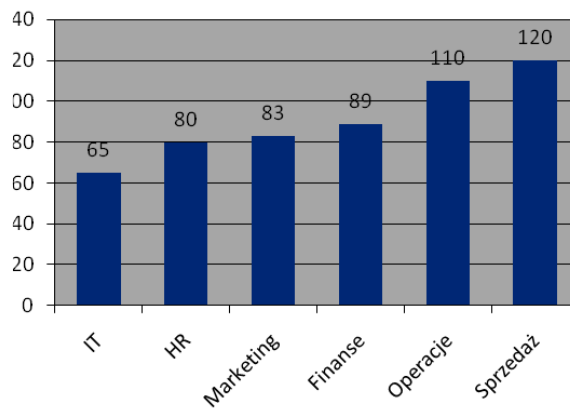


Dane/Atrament

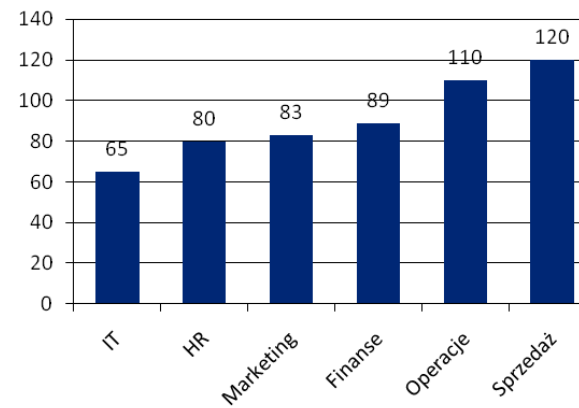
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



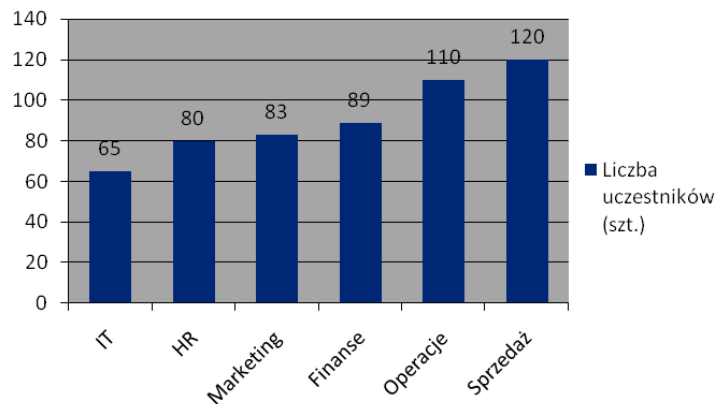
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



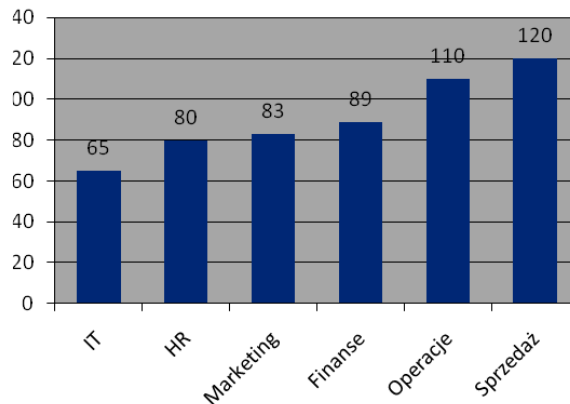


Dane/Atrament

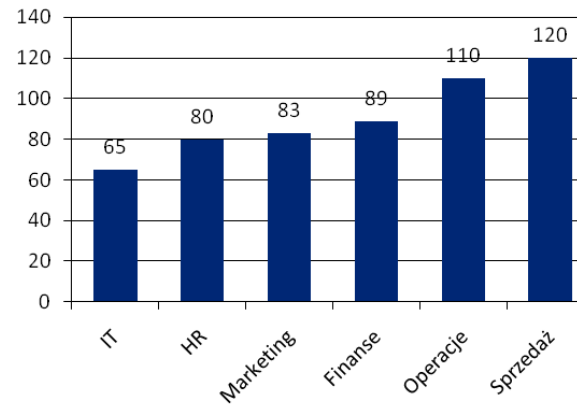
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



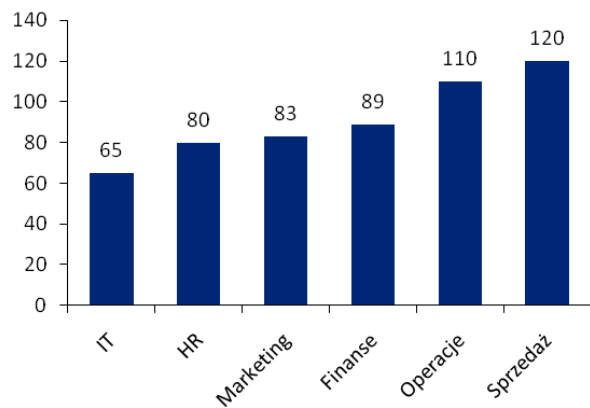
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



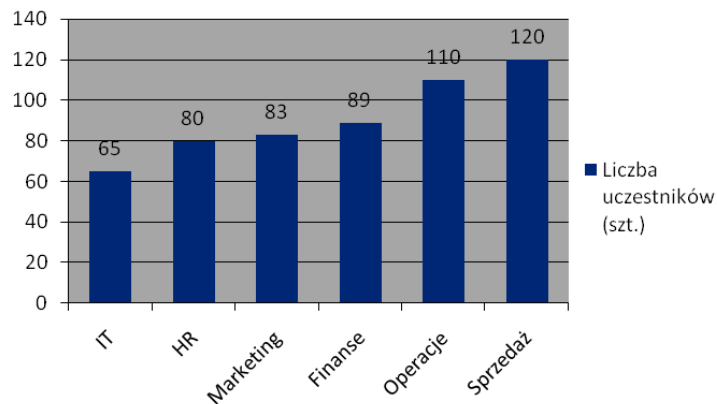
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



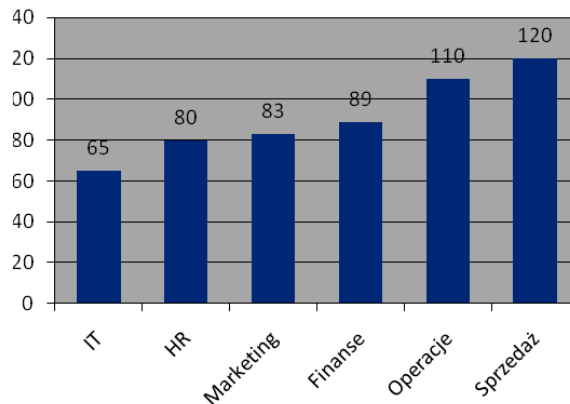


Dane/Atrament

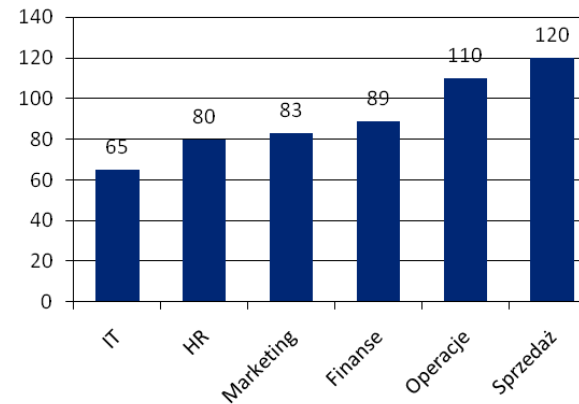
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



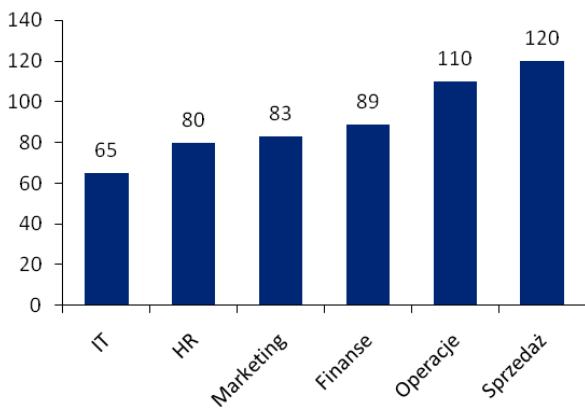
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



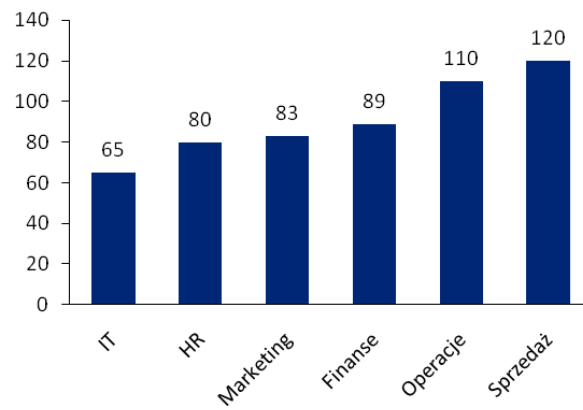
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



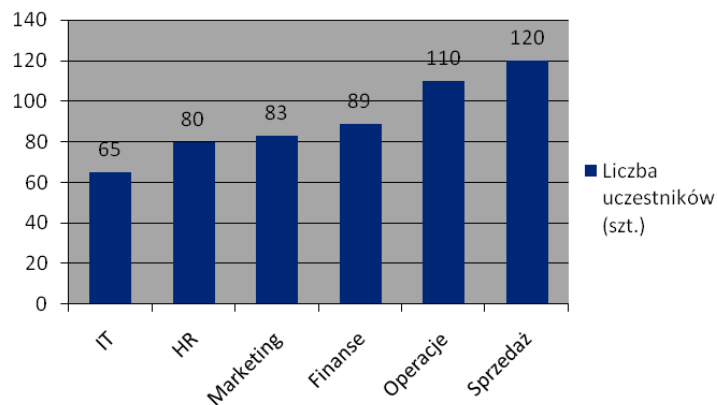
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



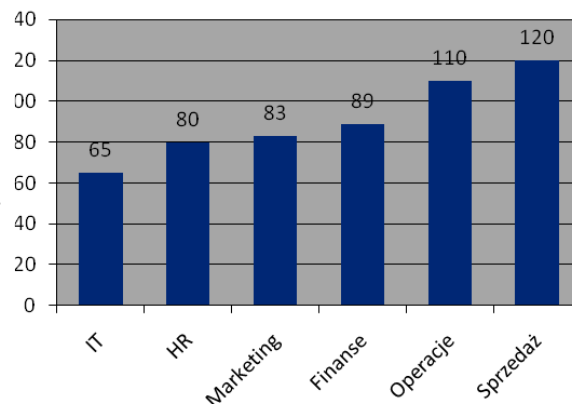


Dane/Atrament

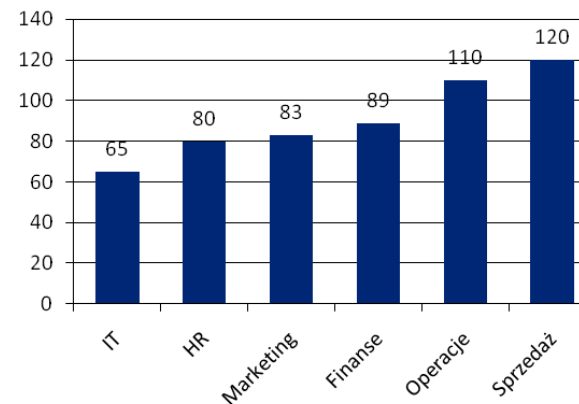
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



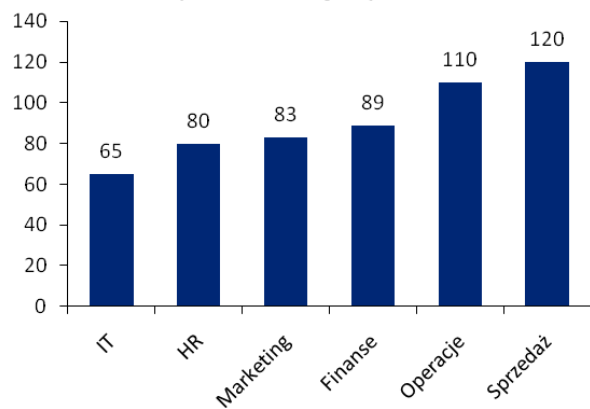
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



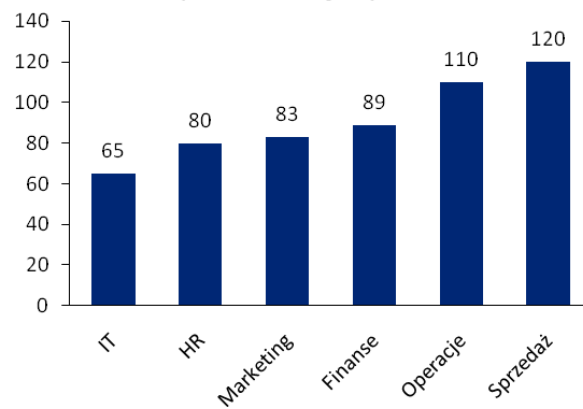
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



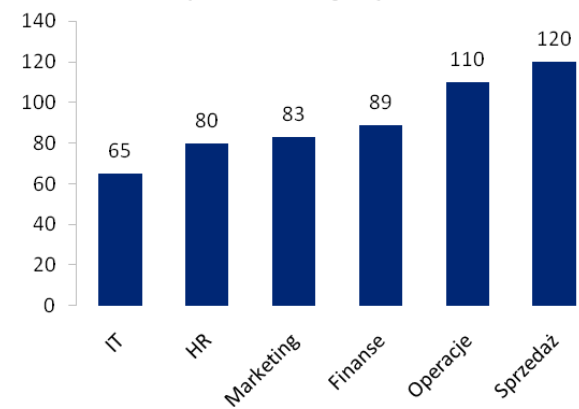
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



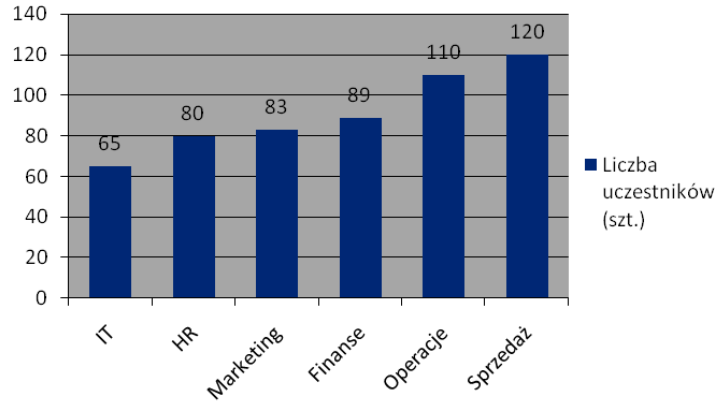
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



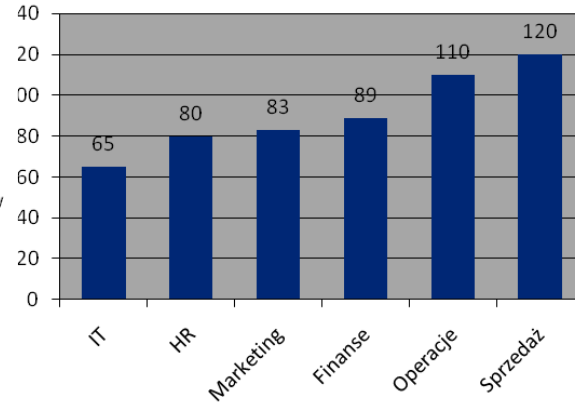


Dane/Atrament

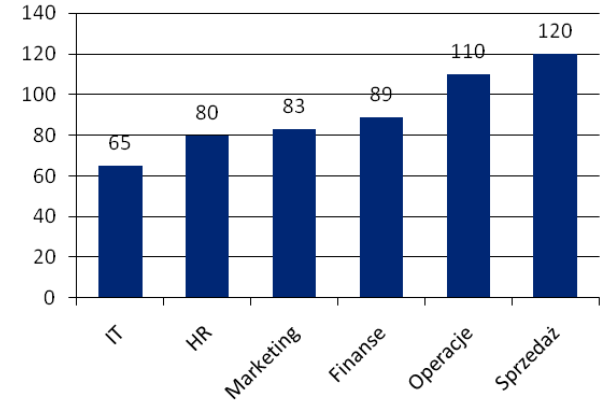
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



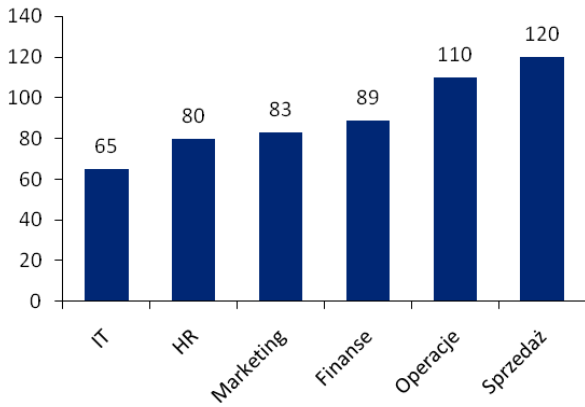
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



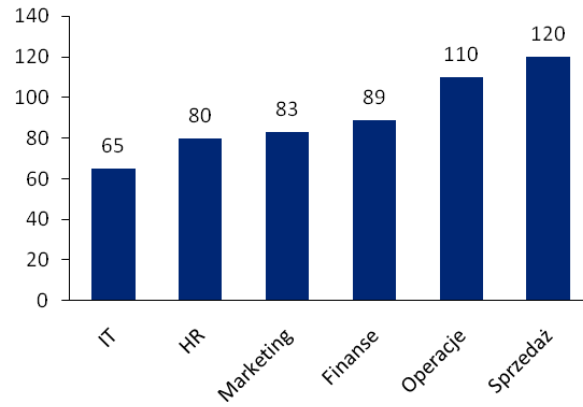
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



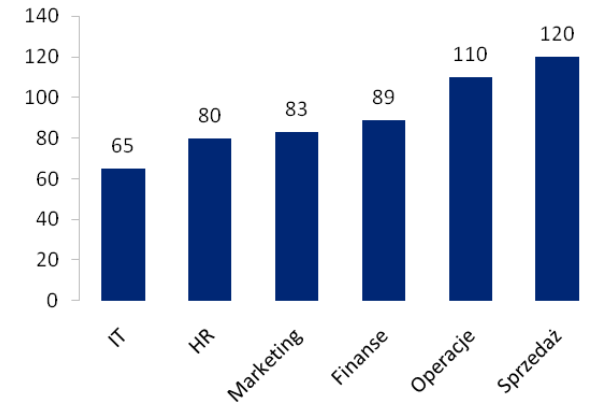
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



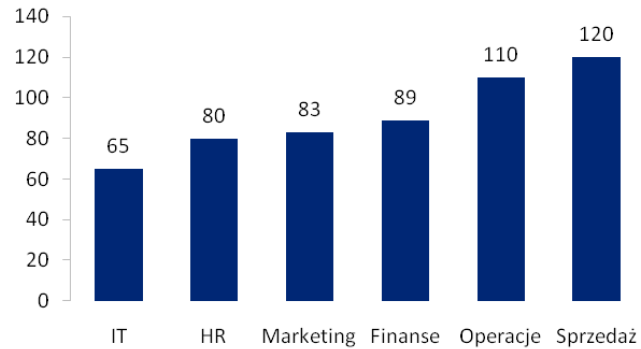
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



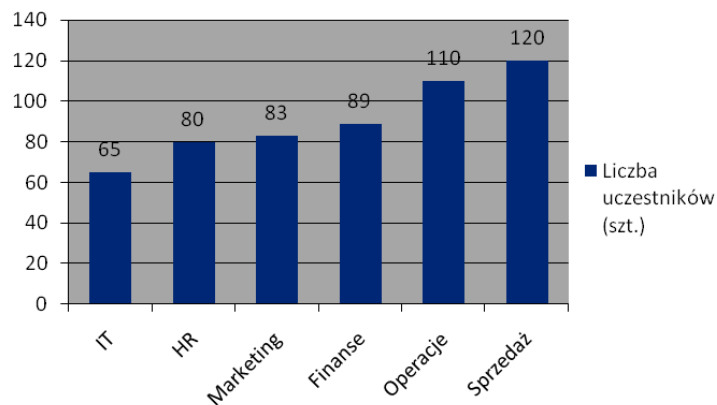
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



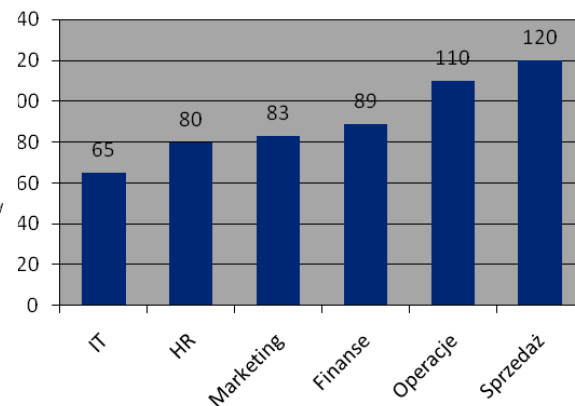


Dane/Atrament

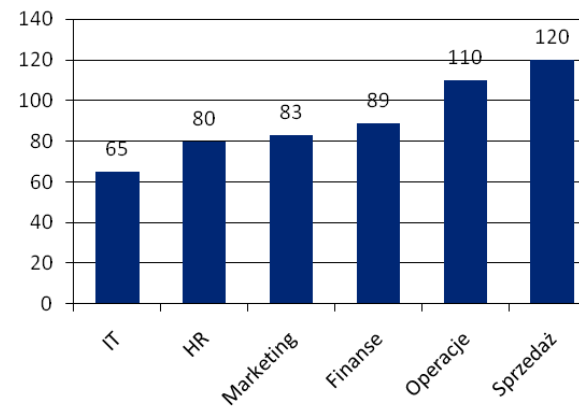
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



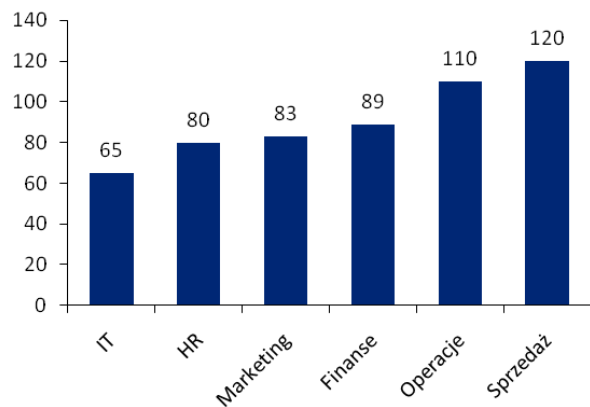
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



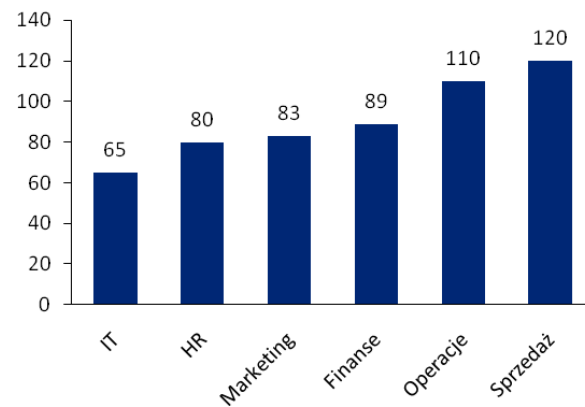
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



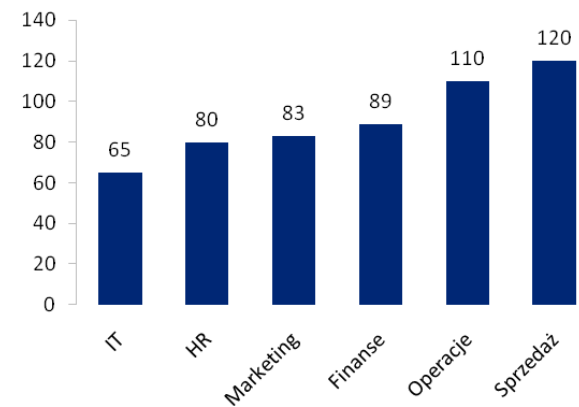
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



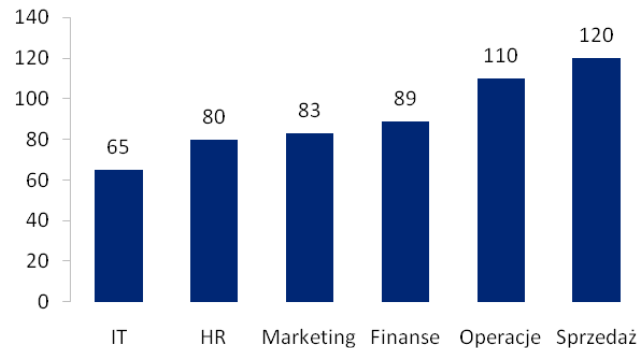
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



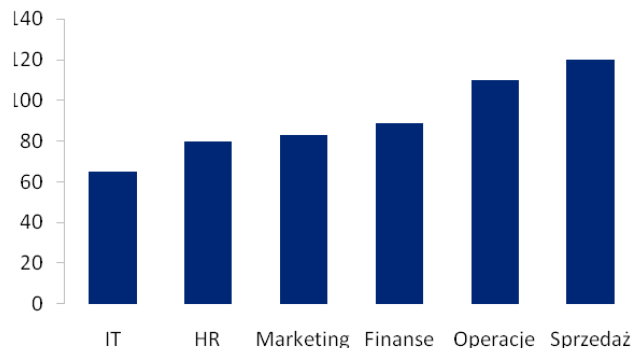
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



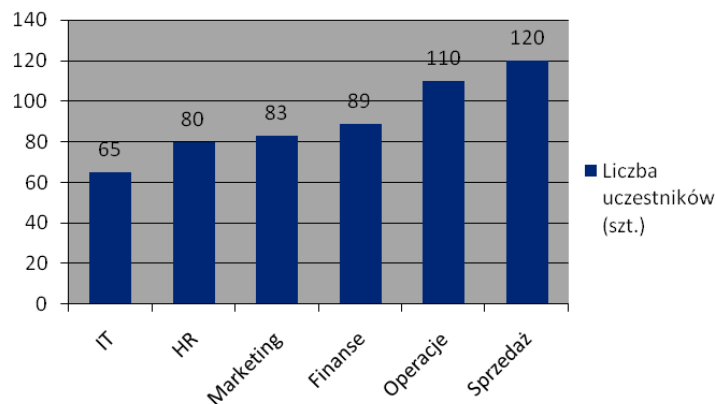
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



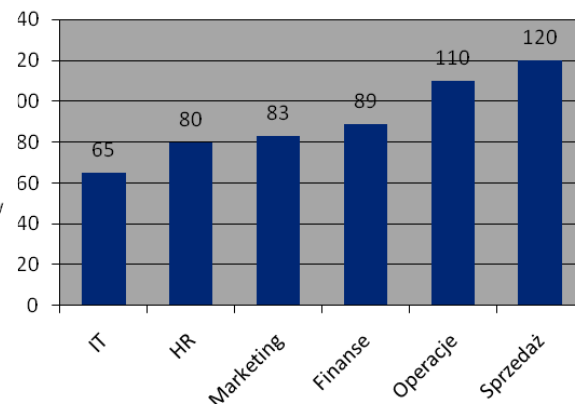


Dane/Atrament

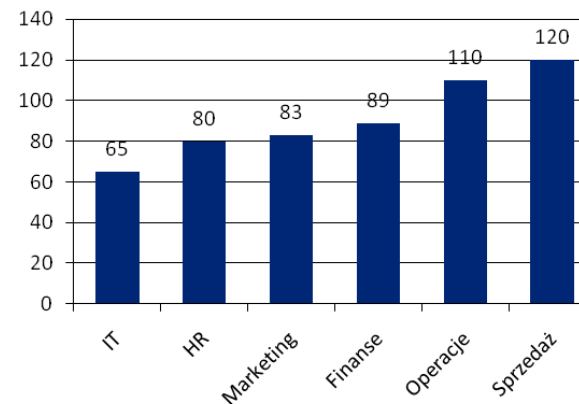
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



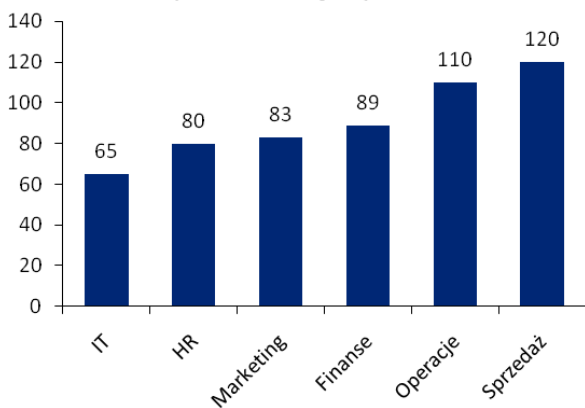
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



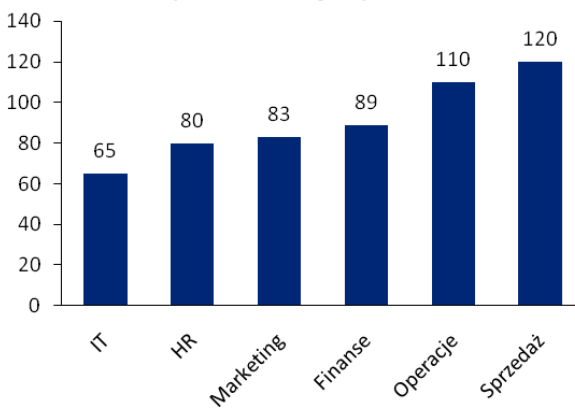
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



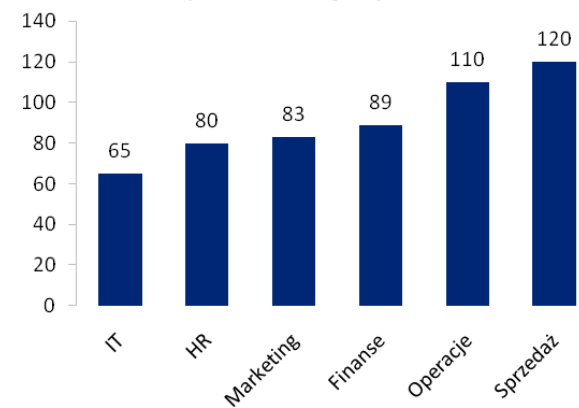
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



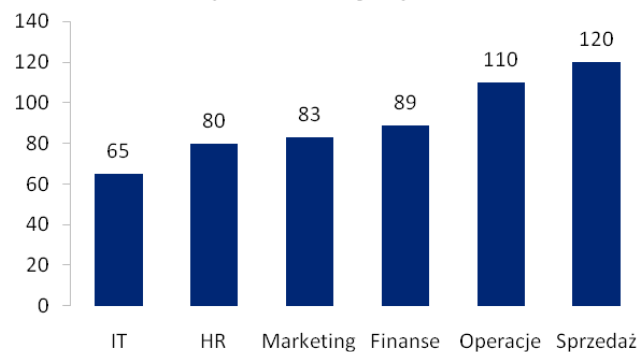
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



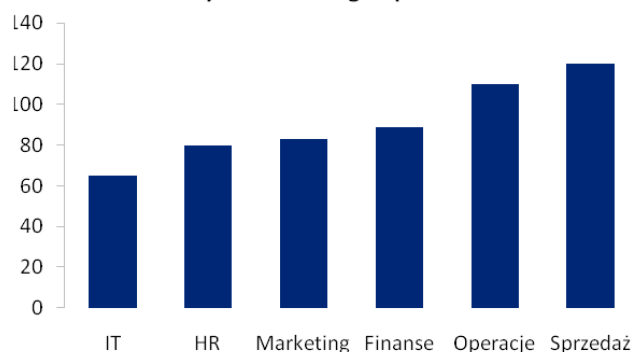
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



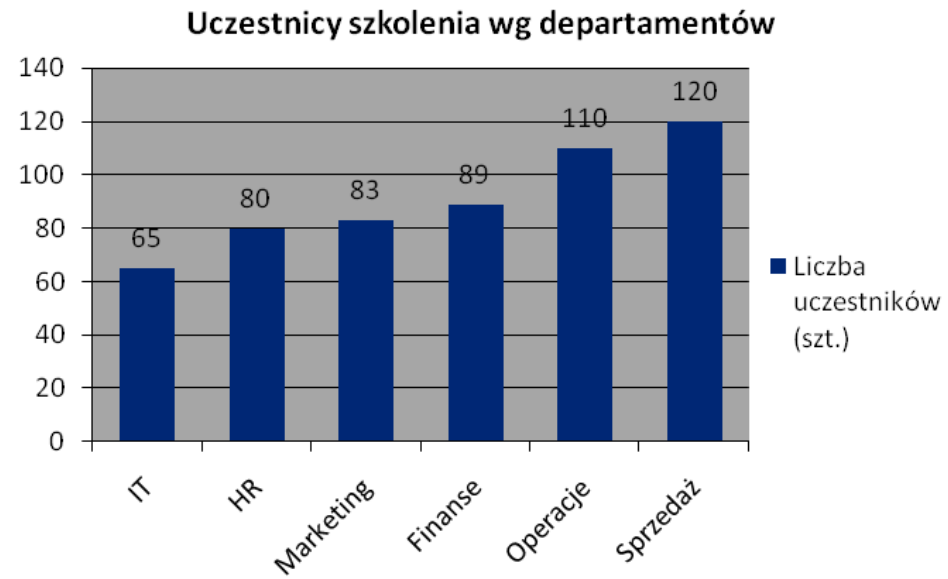
Uczestnicy szkolenia wg departamentów



Uczestnicy szkolenia wg departamentów



↑ Dane/Atrament



↑ Dane/Atrament

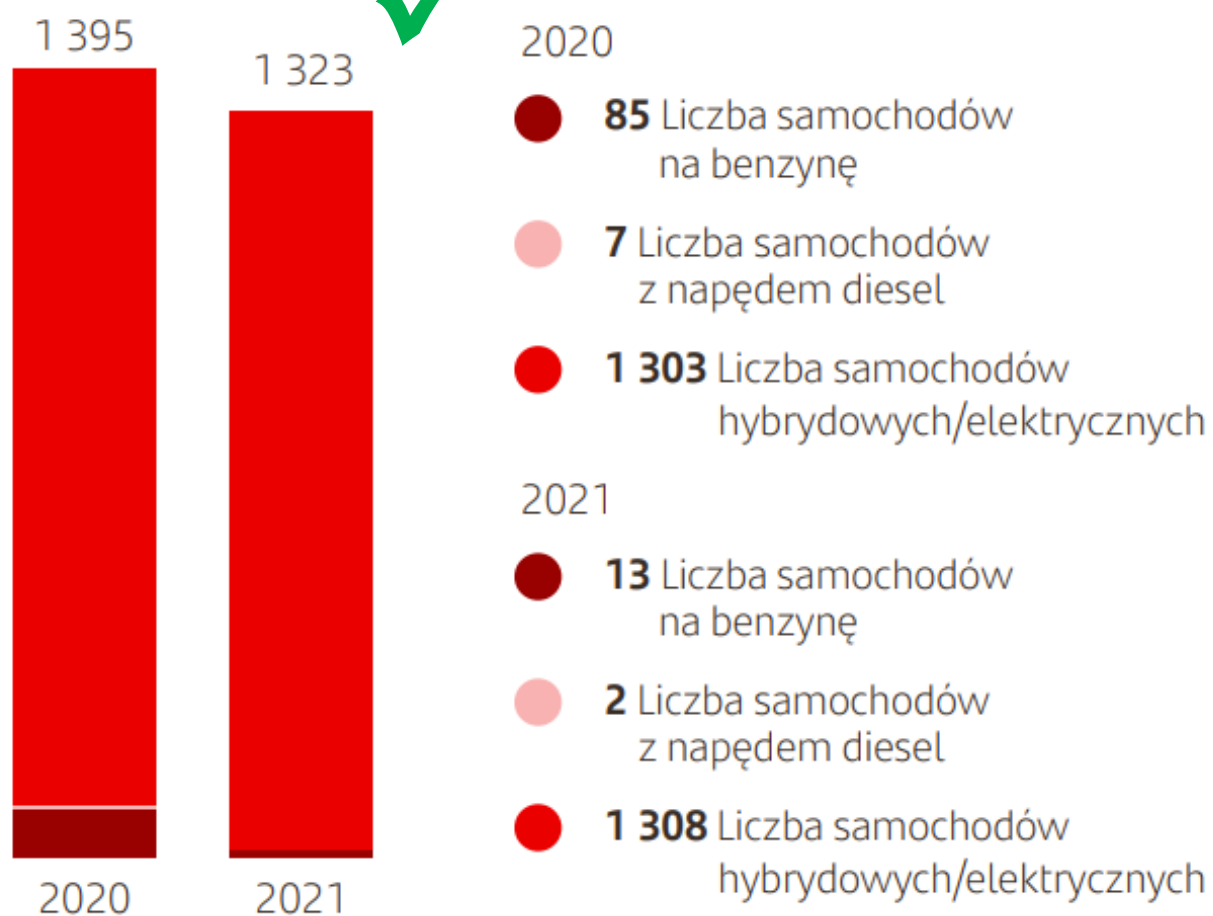
	Kolumna1	Kolumna2	Kolumna3	Kolumna4	Kolumna5	Średnia
Wiersz1	42%	6%	85%	65%	72%	54%
Wiersz2	30%	90%	42%	87%	52%	60%
Wiersz3	96%	9%	27%	99%	91%	64%
Wiersz4	19%	91%	90%	30%	4%	47%
Wiersz5	90%	15%	72%	83%	49%	62%
Wiersz6	43%	20%	27%	95%	3%	38%
Wiersz7	33%	44%	24%	51%	98%	50%
Wiersz8	22%	28%	55%	32%	32%	34%
Wiersz9	52%	47%	88%	70%	41%	60%



	Kolumna1	Kolumna2	Kolumna3	Kolumna4	Kolumna5	Średnia
Wiersz1	42%	6%	85%	65%	72%	54%
Wiersz2	30%	90%	42%	87%	52%	60%
Wiersz3	96%	9%	27%	99%	91%	64%
Wiersz4	19%	91%	90%	30%	4%	47%
Wiersz5	90%	15%	72%	83%	49%	62%
Wiersz6	43%	20%	27%	95%	3%	38%
Wiersz7	33%	44%	24%	51%	98%	50%
Wiersz8	22%	28%	55%	32%	32%	34%
Wiersz9	52%	47%	88%	70%	41%	60%



Flota Banku

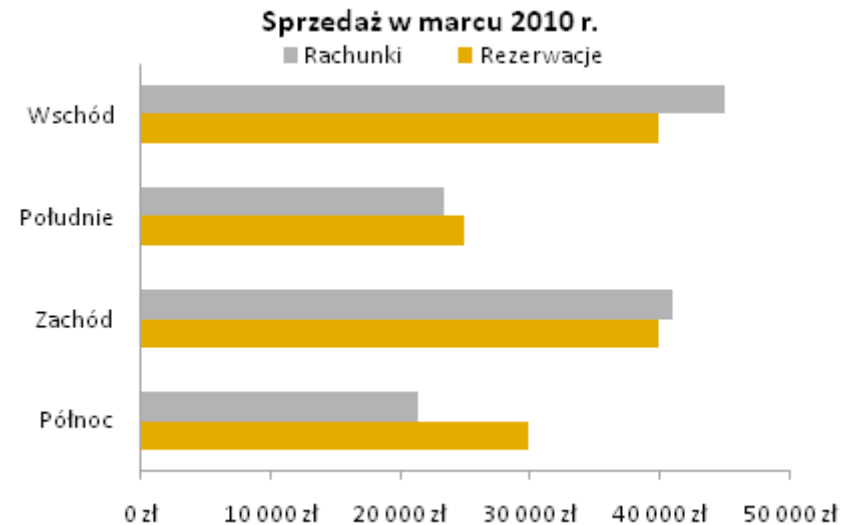


Dane w formie tabelarycznej

	2020	2021
Liczba samochodów na benzynę	85	13
Liczba samochodów z napędem diesel	7	2
Liczba samochodów hybrydowych/ elektrycznych	1 303	1 308

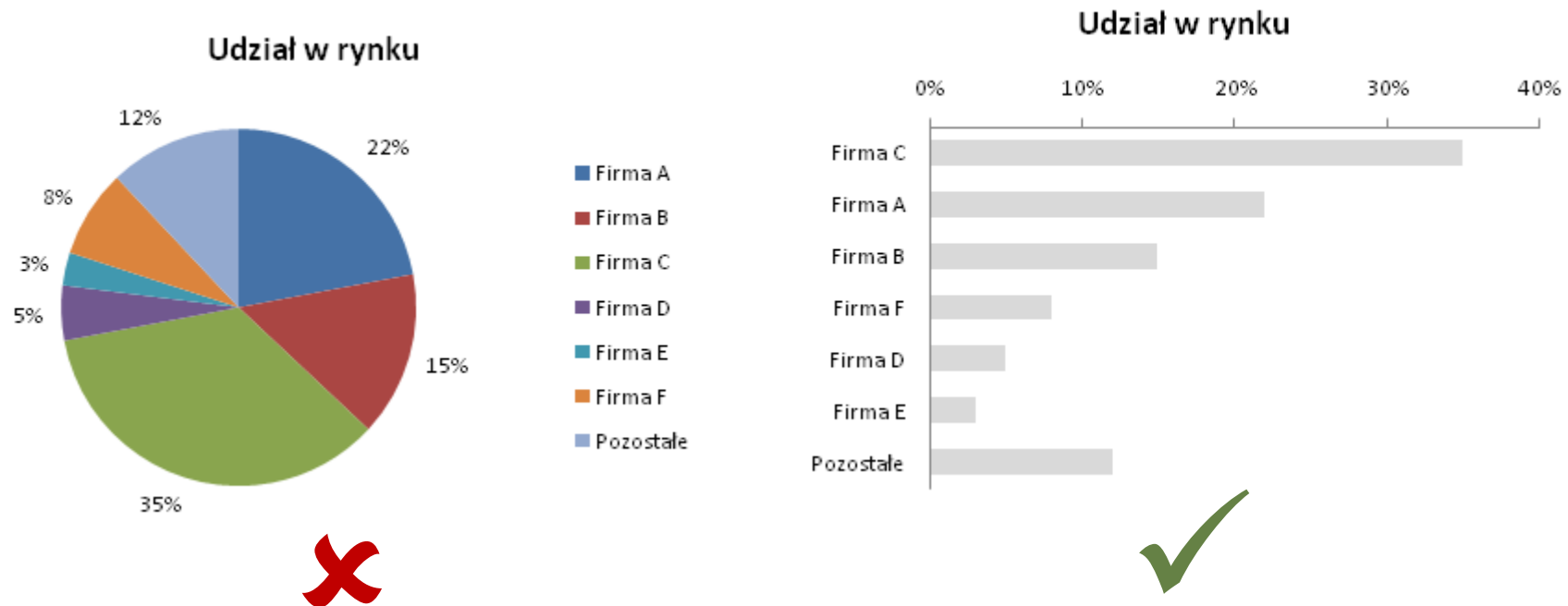
Zasada 2.

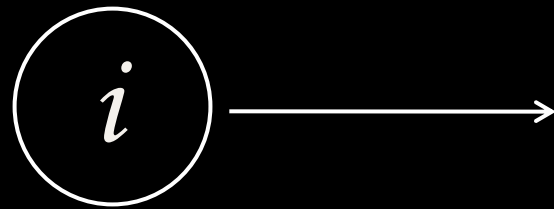
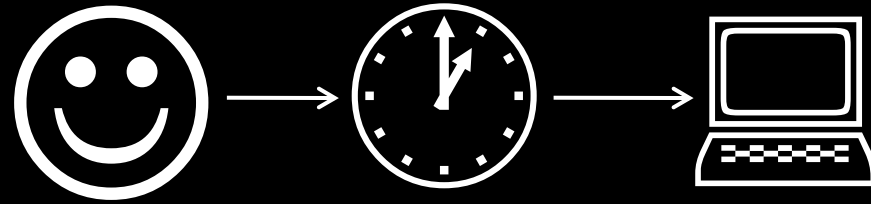
Rozróżnienie ma odzwierciedlać rzeczywiste różnice w danych.



Zasada 3.

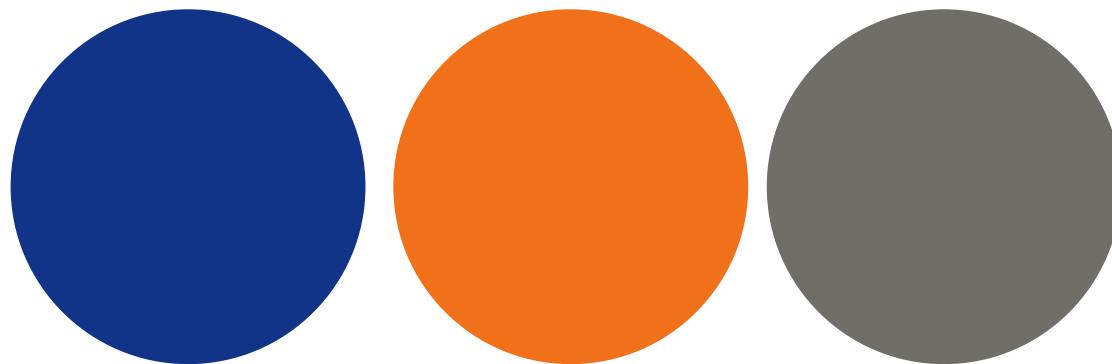
Używaj długości i pozycji 2D, aby przedstawić wartości.





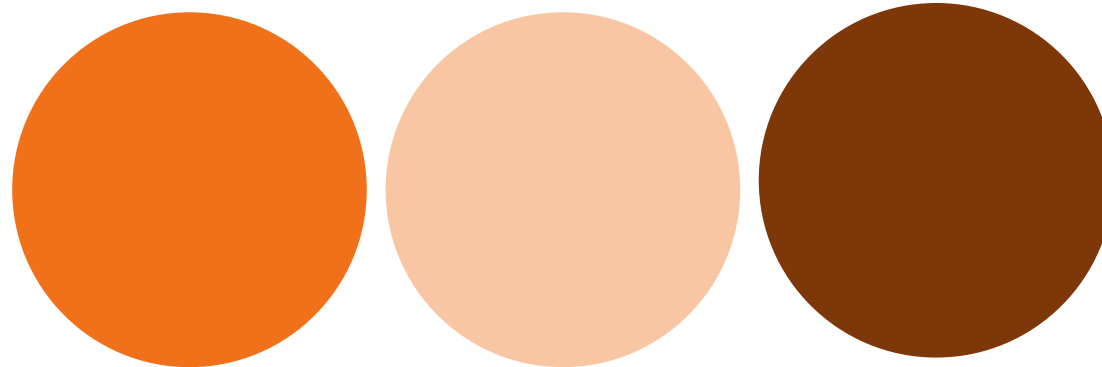
widzę
rozumem

Barwa



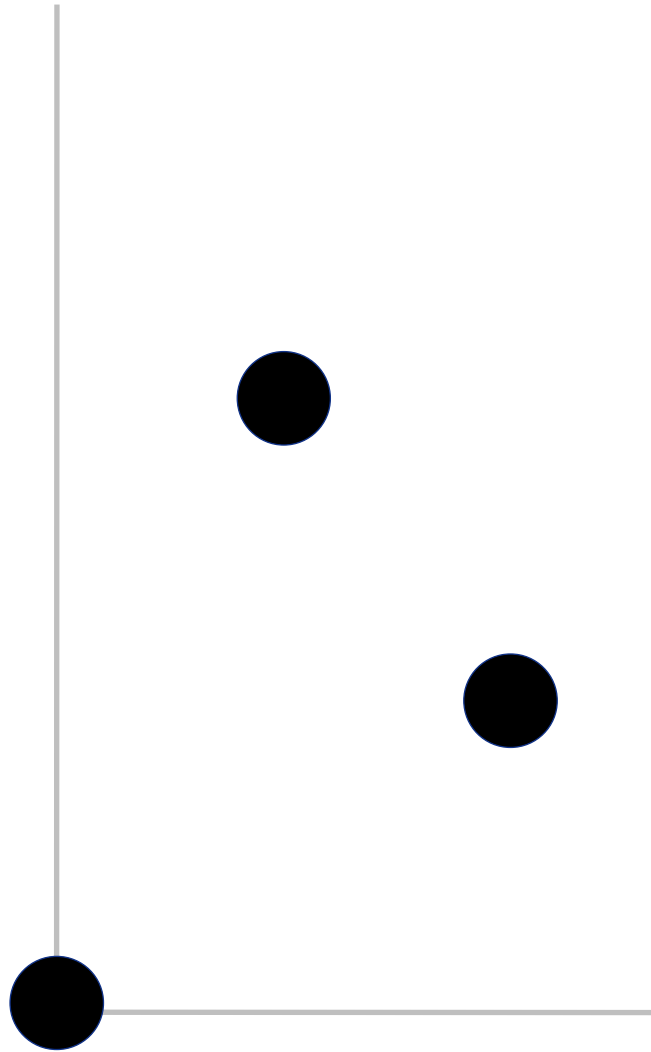
A A A

Odcień



A A A

Pozycja 2D

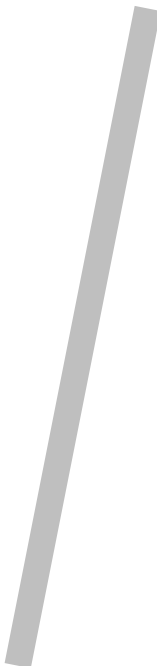


A

A

A

Orientacja

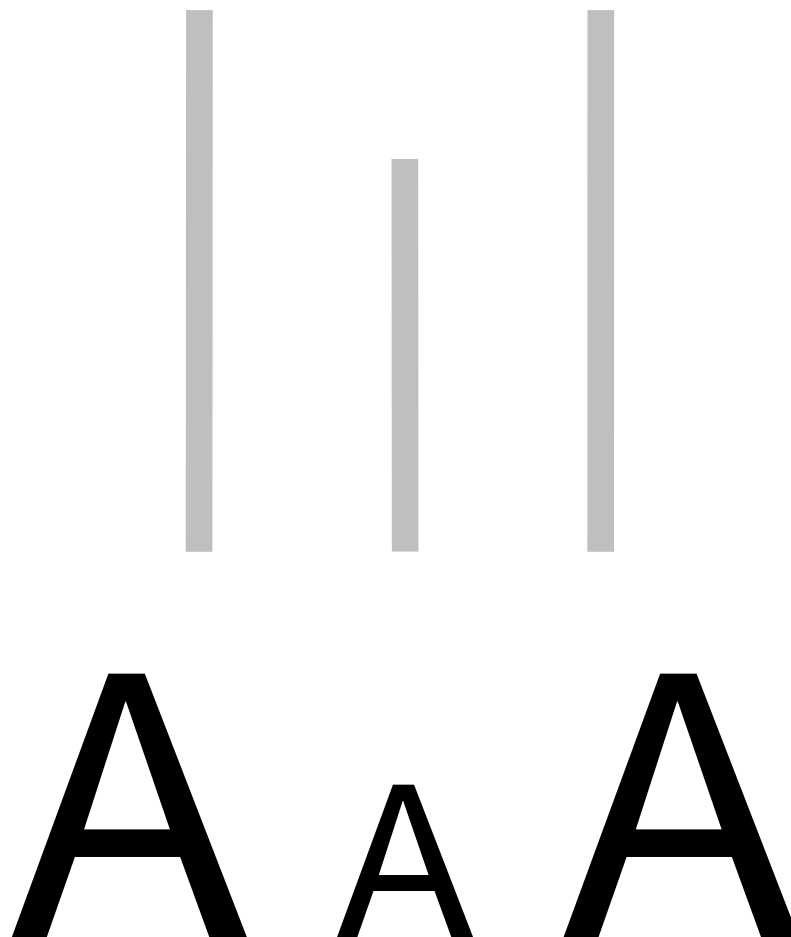


A

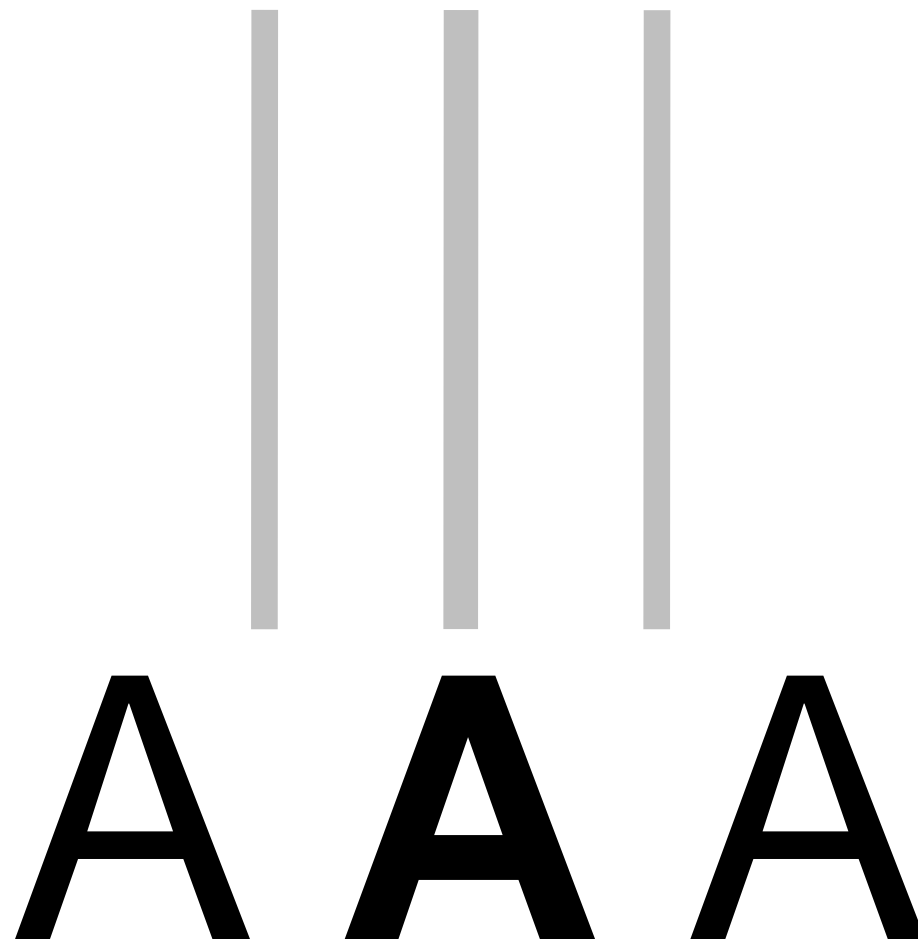
A

A

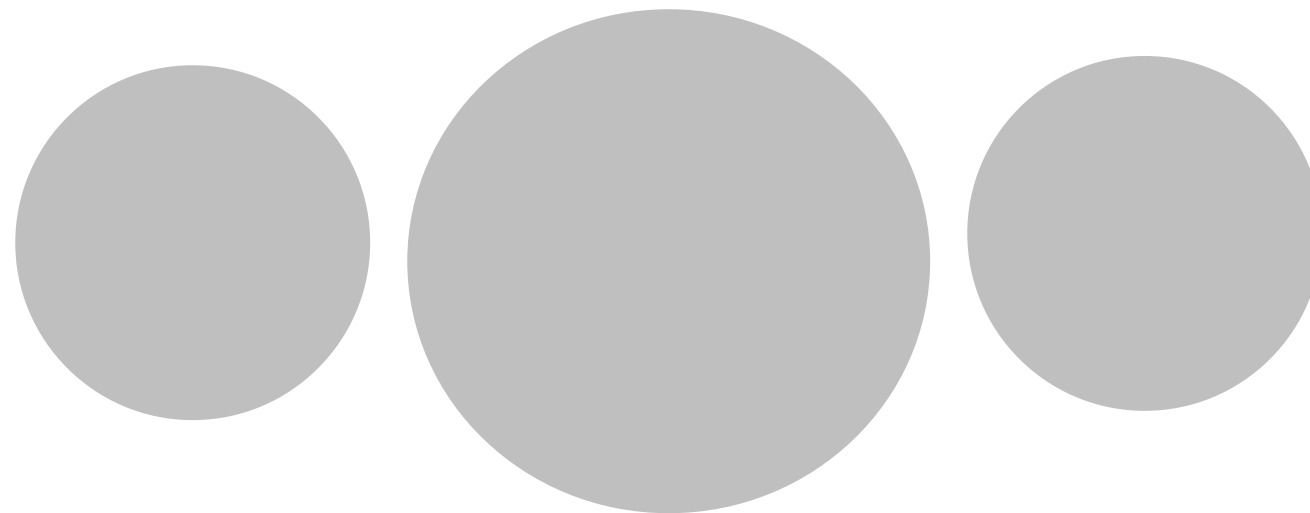
Długość linii



Grubość

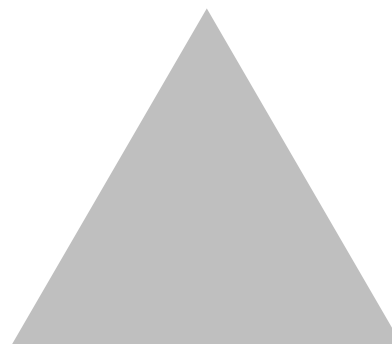
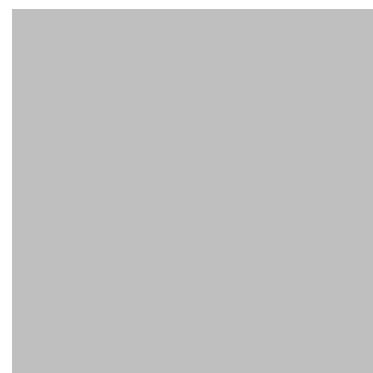
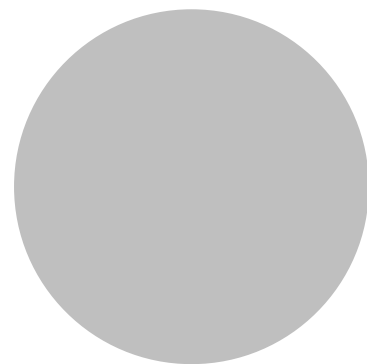


Rozmiar



a **A** *a*

Kształt

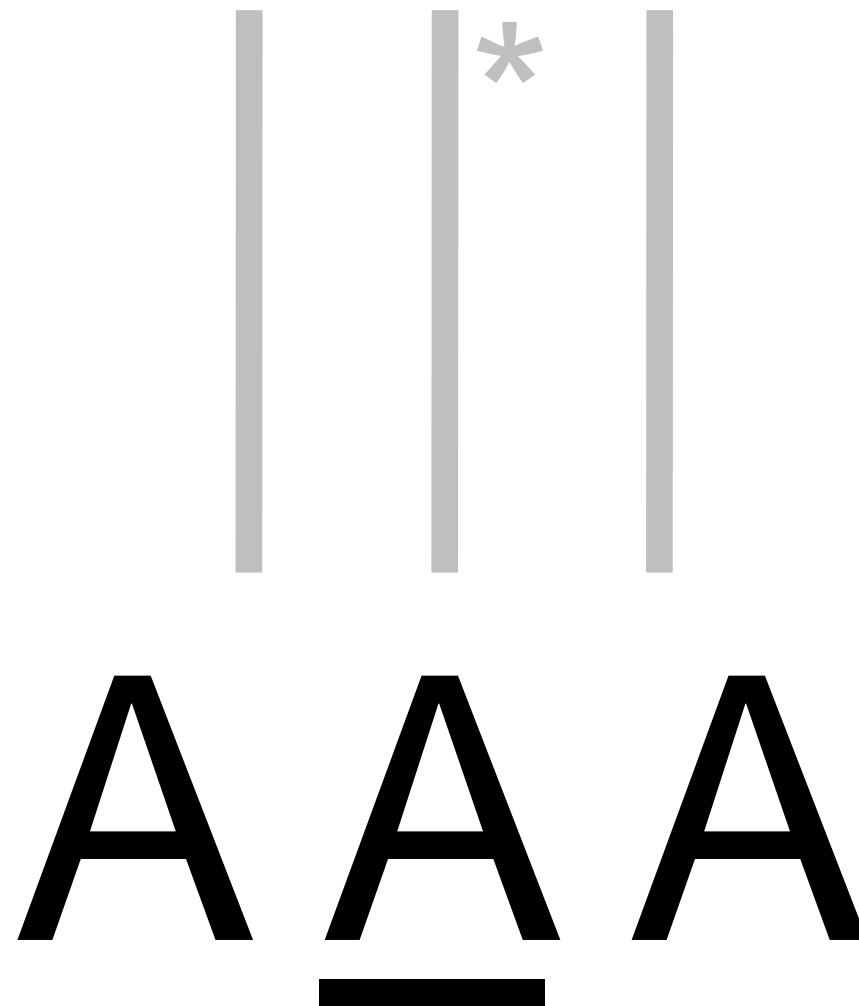


A

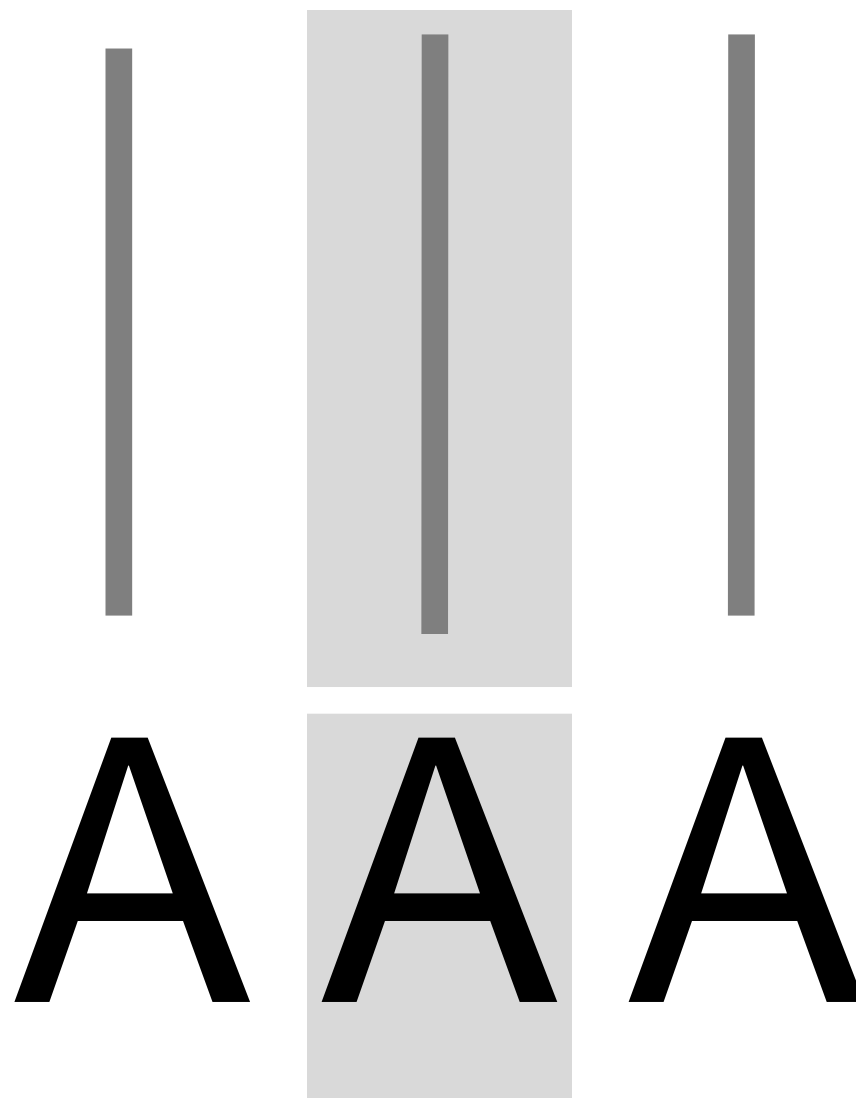
A

A

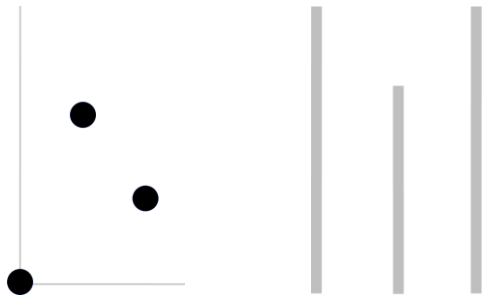
Znacznik



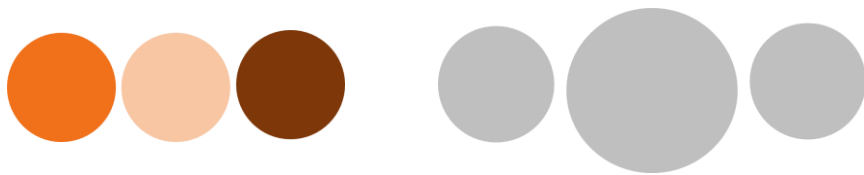
Otoczenie



Atrybuty podstawowe

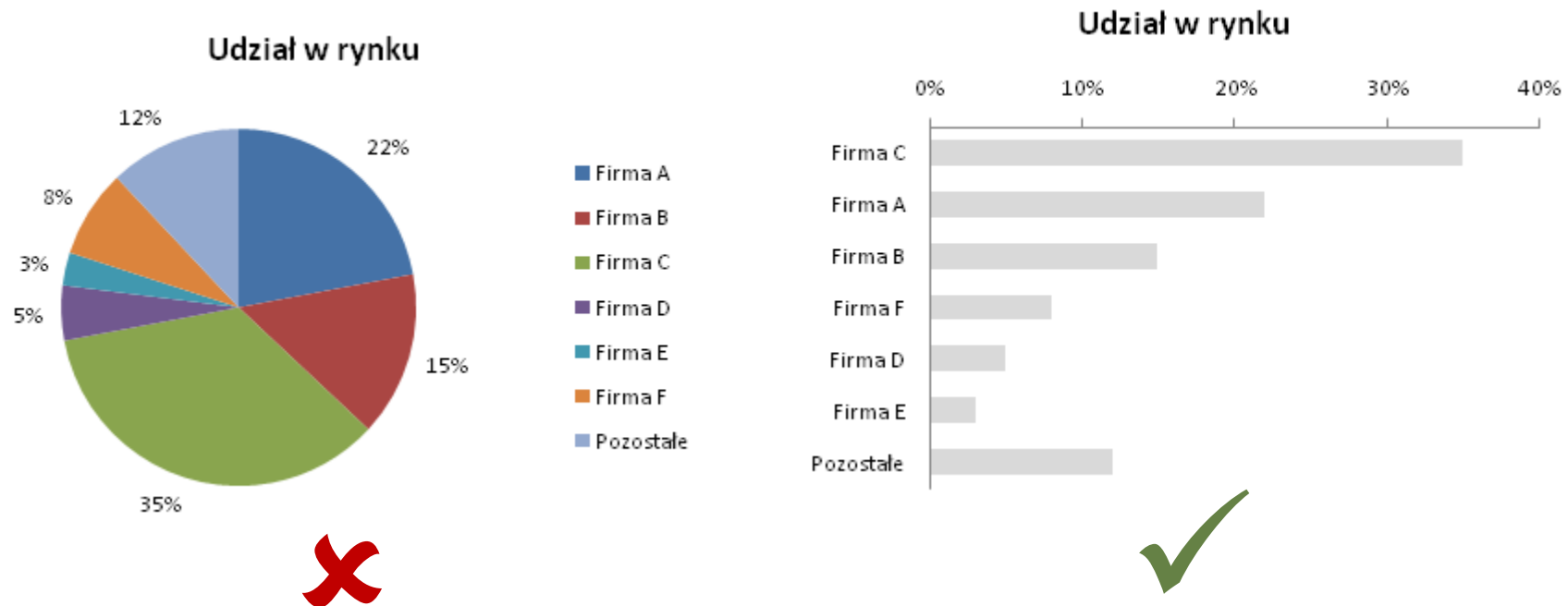


Atrybuty pomocnicze



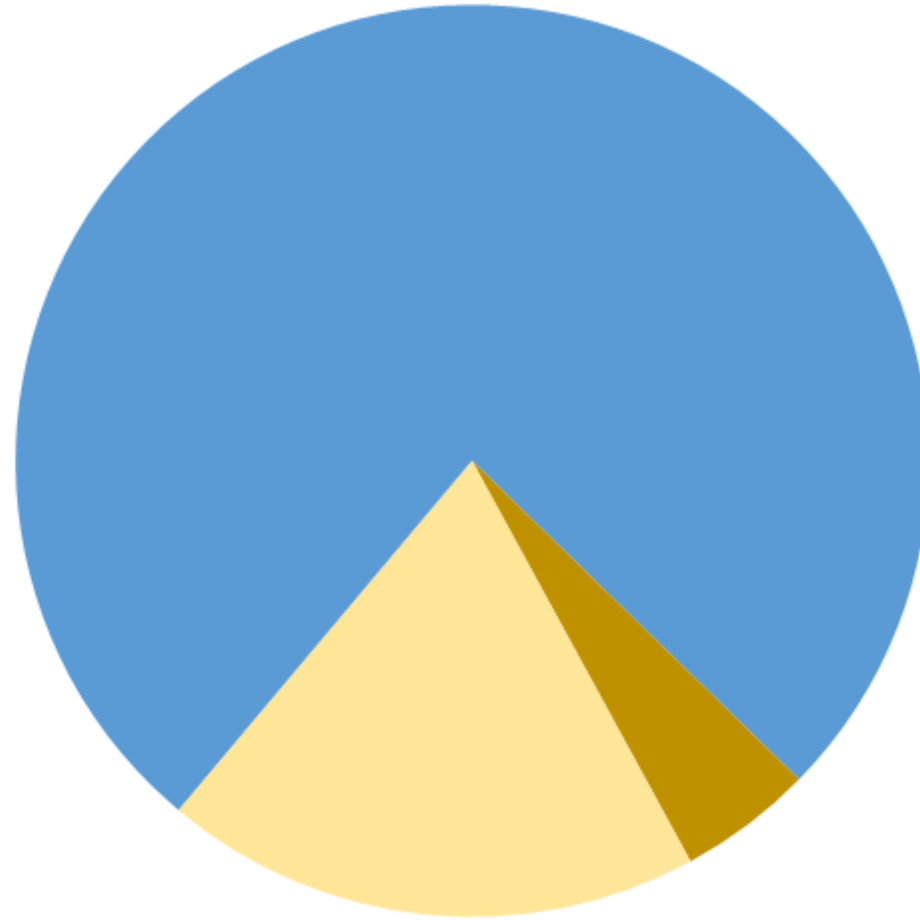
Zasada 3.

Używaj długości i pozycji 2D, aby przedstawić wartości.





Jak prawidłowo użyć wykresu kołowego?

■ Niebo ■ Zacieniona część piramidy ■ Nastoneczniona część piramidy





 **Pie I have eaten**

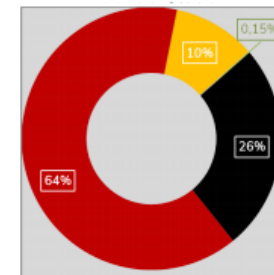
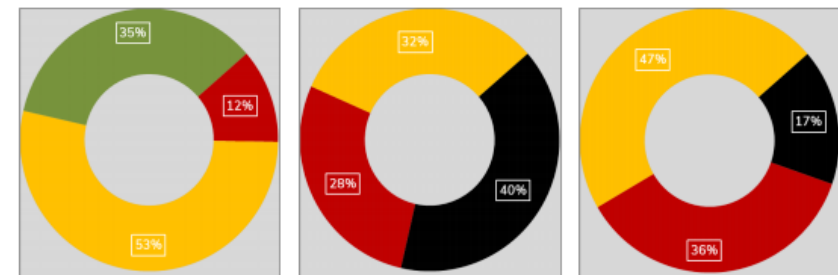
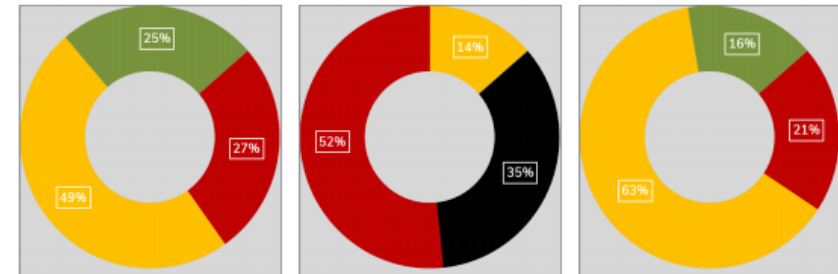
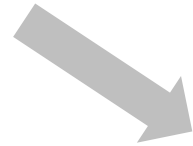
 **Pie I have not yet eaten**



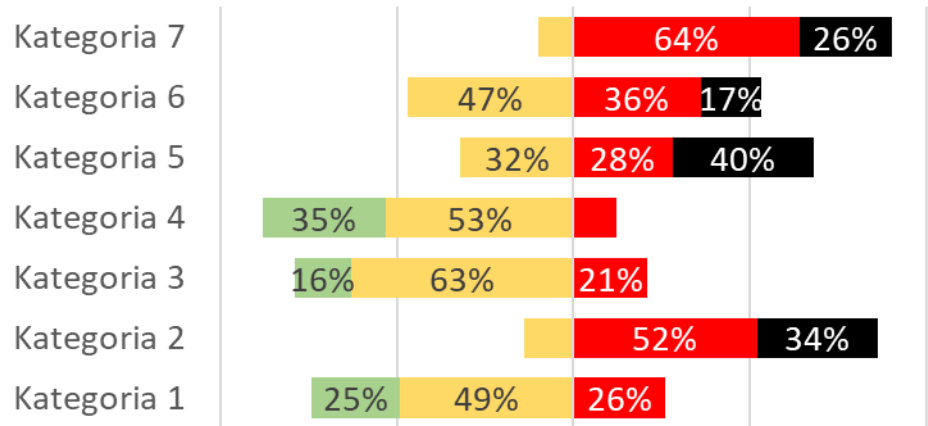
Zatrudnienie na umowę o pracę (w wymiarze etatów) w podziale na okres zatrudnienia i płeć - stan na 31.12.2021 r.

Umowa o pracę (etaty)	Grupa Kapitałowa BNP Paribas Bank Polska S.A.			BNP Paribas Bank Polska S.A.		
	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie	Kobiety	Mężczyźni	Łącznie
Zatrudnieni na czas określony	846	467	1313	836	460	1296
Zatrudnieni na czas nieokreślony	4954	2401	7355	4880	2329	7208
Suma	5800	2868	8667	5716	2789	8504
Udział procentowy w łącznej liczbie pracowników zatrudnionych na umowę o pracę	67%	33%	100%	67%	33%	100%

Kategoria	Niskie	Umiarkowane	Poważne	Skrajne
Kategoria 1	25%	49%	26%	
Kategoria 2	0%	14%	52%	34%
Kategoria 3	16%	63%	21%	
Kategoria 4	35%	53%	12%	
Kategoria 5		32%	28%	40%
Kategoria 6		47%	36%	17%
Kategoria 7		10%	64%	26%



Total = 100%




■ Umiarkowane ■ Niskie ■ Poważne ■ Skrajne


Szablony

- Kolumnowy
- Linowy
- Kołowy
- Słupkowy
- Warstwowy
- XY (punktowy)
- Giełdowy
- Powierzchniowy
- Pierścieniowy
- Bąbelkowy
- Radarowy


Kolumnowy




Linowy




Kołowy




Słupkowy




Warstwowy




XY (punktowy)




Giełdowy




Powierzchniowy




Pierścieniowy



Bąbelkowy



Radarowy



Zarządzaj szablonami...

Ustaw jako domyślny wykres

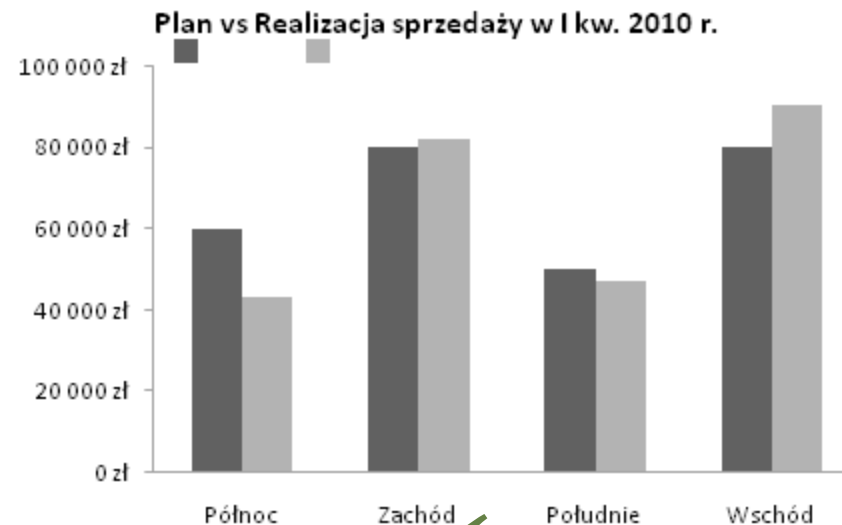
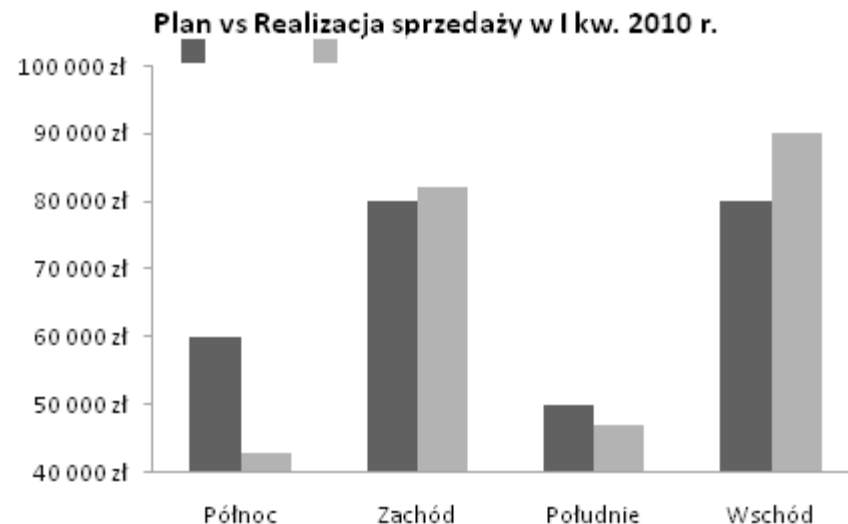
OK

Anuluj



Zasada 4.

Różnice w długości i pozycji w 2D powinny odzwierciedlać różnice w wartościach, które reprezentują.



Faktura numer FV/2021/

Data wystawienia: Warszawa,

Data sprzedaży

Termin płatności:

Płatność: Przelew



Sprzedawca

SkuteczneRaporty.pl Bartosz Czapiewski

św. Wincentego 128C/4
03-291 Warszawa, Polska

NIP 5941476016

kontakt@skuteczneraporty.pl

tel. 500196861

mBank SA

52 1140 2004 0000 3902 7416 8807

Nabywca

KANCELARIA PREZESA RADY MINISTRÓW

Aleje Ujazdowskie 1/3
00-583 Warszawa, Polska

NIP 5261645000

LP	Nazwa towaru / usługi	Ilość	Cena netto	Wartość netto	VAT %	Wartość VAT	Wartość brutto
1	Kurs Wizualizacja danych i projektowanie dashboardów	1					

UCZĘ
NAJLEPSZYCH

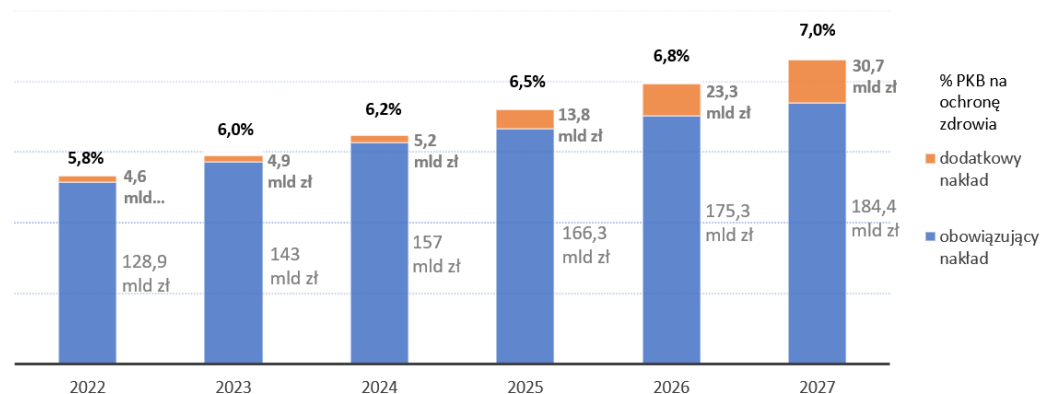
Działanie po szkoleniu

Przed



Przyspieszenie i wzrost nakładów na ochronę zdrowia

Po



Wszyscy potrzebujemy checklisty



25 ZASAD WIZUALIZACJI DANYCH

1 **POMYŚL** o TWOJEJ **CELNOŚCI**

2 **DOSTOSUJ PRZEKAZ** nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

	A	B	C	D
Przychody	108	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykryk	66	-28	48	54

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje

6 **WYBIERZ** WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

7 **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

8 **ZASTANÓW SIĘ** JAKĄ **ZALEŻNOŚĆ** CHCESZ **POKAZAĆ**

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 **INFORMACJE** **GEOGRAFICZNE** **POKAZ** NA **MAPIE**

11 **UNIKAJ** NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ** LINIA TYLKO ELEMENTY **POWIĄZANE** np. okresy na osi czasu

14 **CZAS** **ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI **X**

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNIJE** NA OSI CZASU

16 **ZADBAJ** O KAŻDY **DETAL**

17 DLA **DŁUGICH** ETYKIET **STOSUJ WYKRES** **SŁUPKOWY**

18 **UNIKAJ** **LEGEND**

19 **OZNACZ** TYTUŁY **OSIE** **JEDNOSTKI** **KATEGORIE**

20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ **OSI** W PUNKCIE „0”

21 **WYSELEKCYONUJ** **KOLORY** **CZCIONKI**

22 **UŻYWAJ** **KOLORU** **SELEKTYWNIJE** stosuj odcienie tego samego **KOLORU**

23 **UNIKAJ** **ŁĄCZENIA** **CZERWONEGO** I **ZIEŁONEGO**

24 **WYKSPONUJ** **NAJWAŻNIEJSZE** **INFORMACJE**

25 **STOSUJ** **PROSTE** **CZCIONKI** **JAK** **ARIAL** **CZY** **TAHOMA** nie używaj więcej niż 2 kłojów pisma na raz

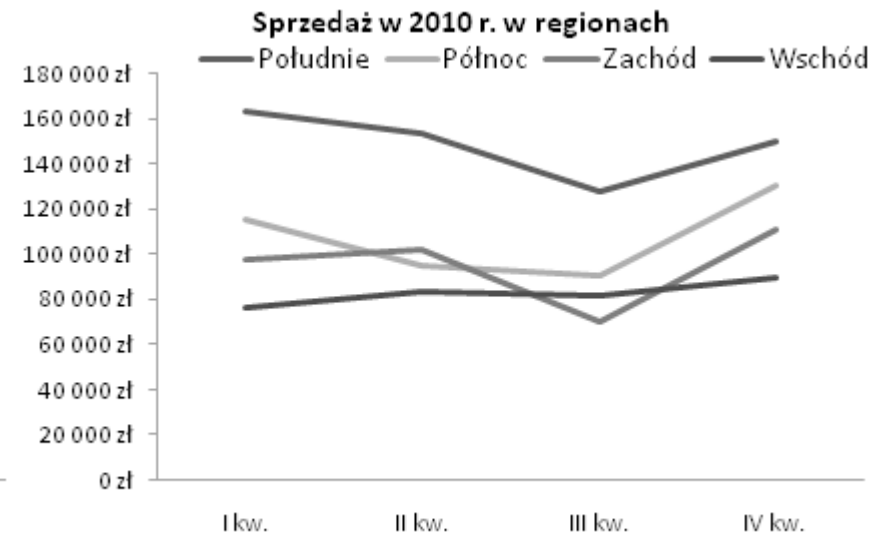
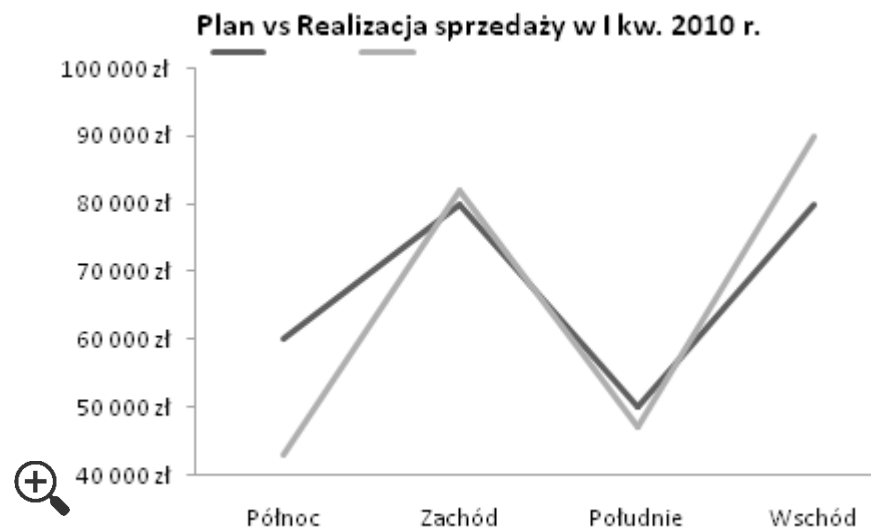
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

SKUTECZNERAPORTY.PL

DESIGN BY STUDIO ADY

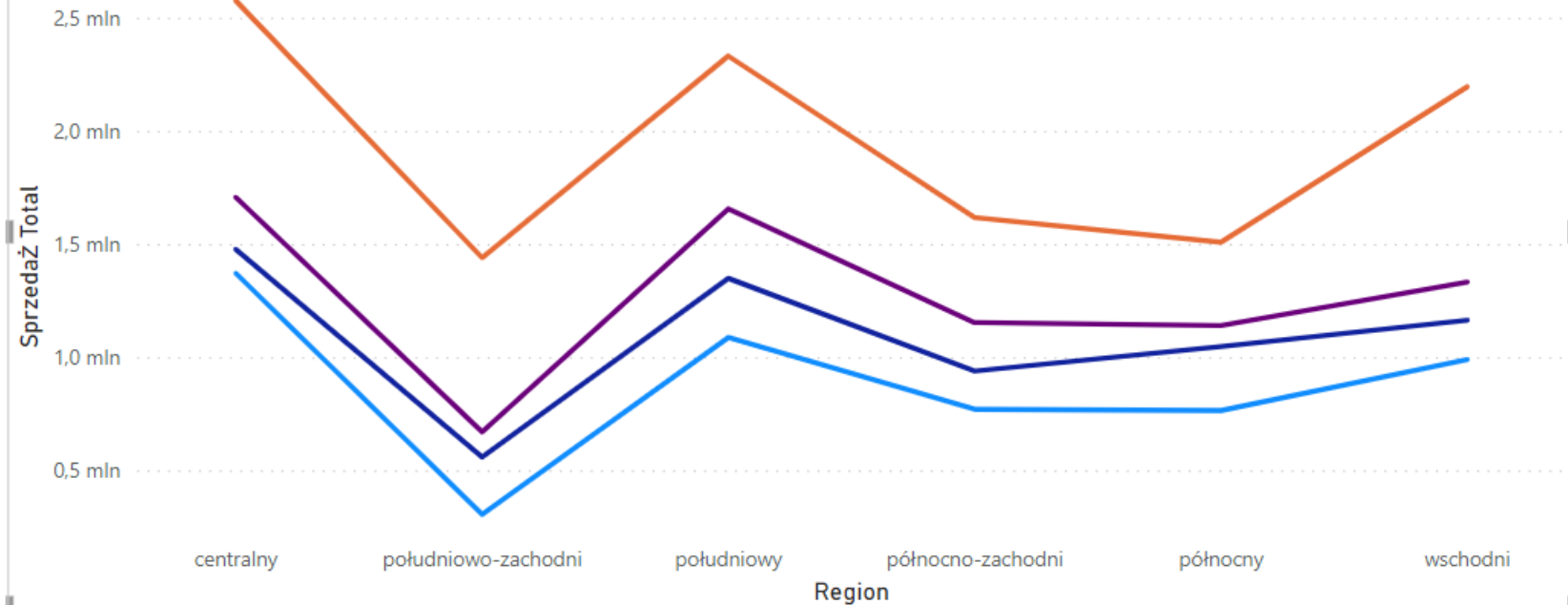
Zasada 5.

Nie łącz wizualnie wartości, jeśli związek między danymi nie istnieje.

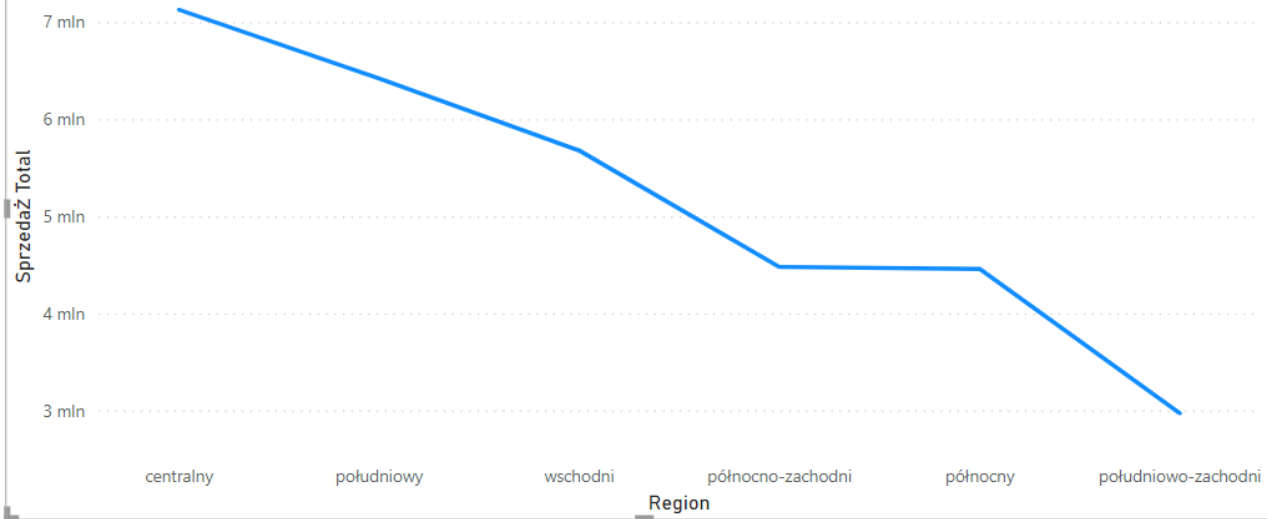


Sprzedaż Total wg Region i Kwartał

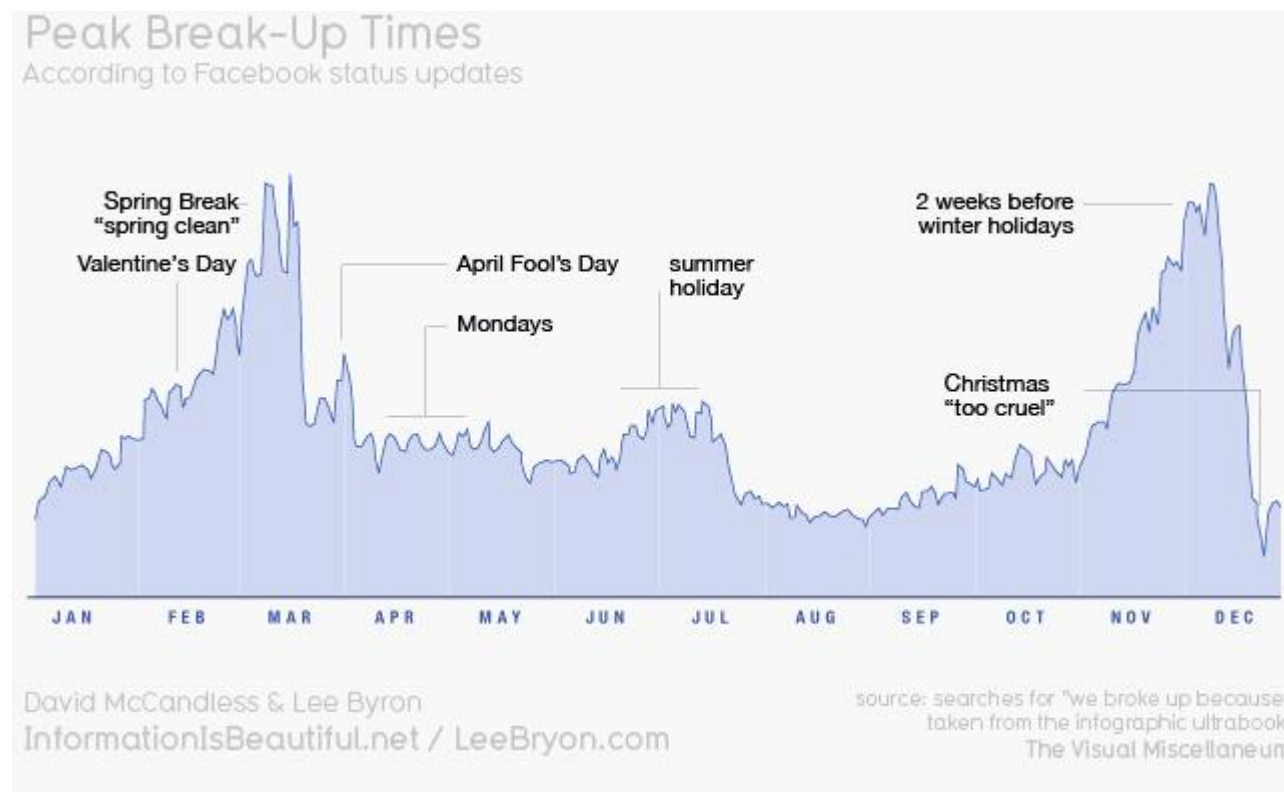
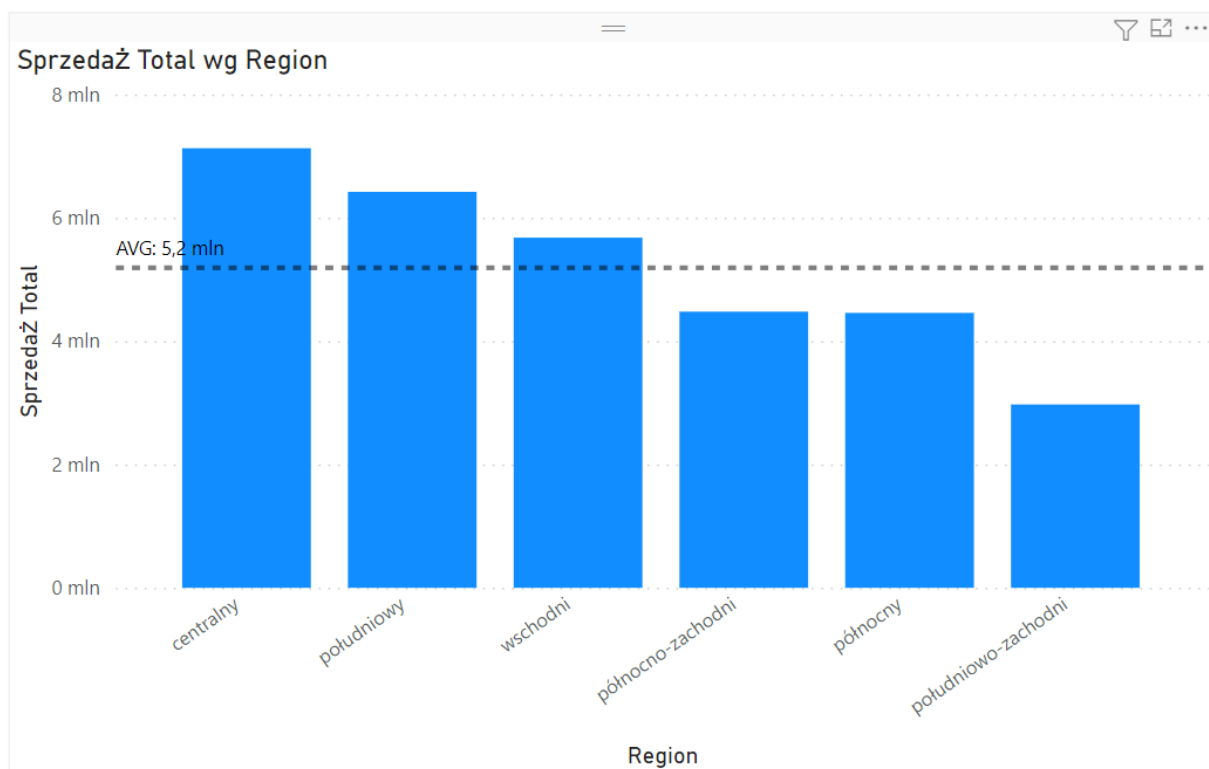
Kwartał ● Kwartał 1 ● Kwartał 2 ● Kwartał 3 ● Kwartał 4



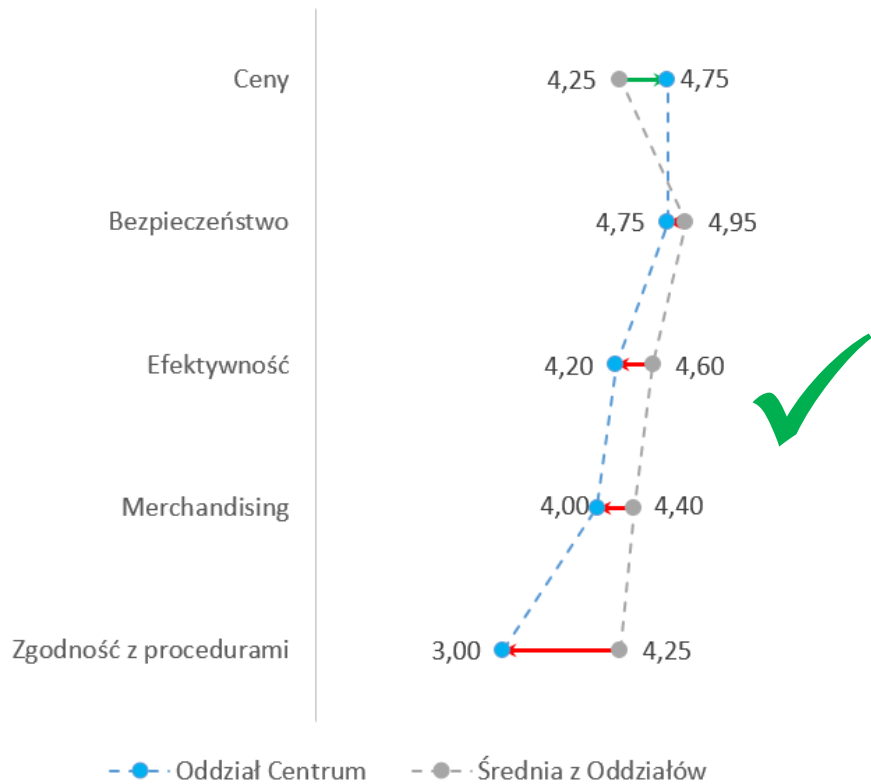
Sprzedaż Total wg Region



Łącz linią elementy powiązane



Kryterium	Oddział Centrum	Średnia z Oddziałów
Zgodność z procedurami	3,00	4,25
Merchandising	4,00	4,40
Efektywność	4,20	4,60
Bezpieczeństwo	4,75	4,95
Ceny	4,75	4,25



— Oddział Centrum — Średnia z Oddziałów



Wszyscy potrzebujemy checklist



POMYŚL o TWOJEJ **DOJELNOŚCI**

WYBIERZ WŁAŚCIWY TIP **WYKRESU**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

WYSELEKCYJONUJ **KOLORY** I **CZCIONKI**

25 ZASAD wizualizacji DANYCH

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 **SEREG CZASOWY** ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
DECHYLENE ✓
ROZKŁAD ✓
KORRELACJA ✓
POKRYWAJE NOWALISIE ✓

11 **NIE ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OŚ** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

17 DLA **DŁUGICH** ETYKIET **STOSUJ WYKRES SŁUPKOWY**

21 **UŻYWAJ KOLORU SELEKTYWNIE** stosuj odcienie tego samego KOLORU

22 **UŻYWAJ INTENSYWNIEJSZYCH KOLORÓW** aby wyróżnić ważne DANE

23 **UNIKAJ ŁĄCZENIA CZERWONEGO I ZIEŁONEGO**

24 **WYKSPONUJ NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE**

25 **STOSUJ PROSTE CZCIONKI** JAK ARIAL CZY TAHOMA
nie używaj więcej niż 2 kolorów pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

1 **DOSTOSUJ PRZEKAZ** nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

2 **UŻYJ TABELI** **ABY SZYBKO** ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ

	A	B	C	D
Przychody	108	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykres	66	-28	48	54

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków **NADAJ DANYM KSZTAŁT** TWORZĄC **WYKRES**

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje **INSPIRUJE** OPOWIADA **HISTORIĘ** i umieść je w zasięgu **WZROKU** ODBIORCY

8 **ZOSTAW „CIASTO” NA DESER** „PAJĘCZYNE” TRZYMAJ POZARADAREM

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 **INFORMACJE GEOGRAFICZNE** POKAZ NA **MAPIE**

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ LINIA** TYLKO ELEMENTY POWIĄZANE np. okresy na osi czasu

14 **CZAS ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNIE** NA OSI CZASU

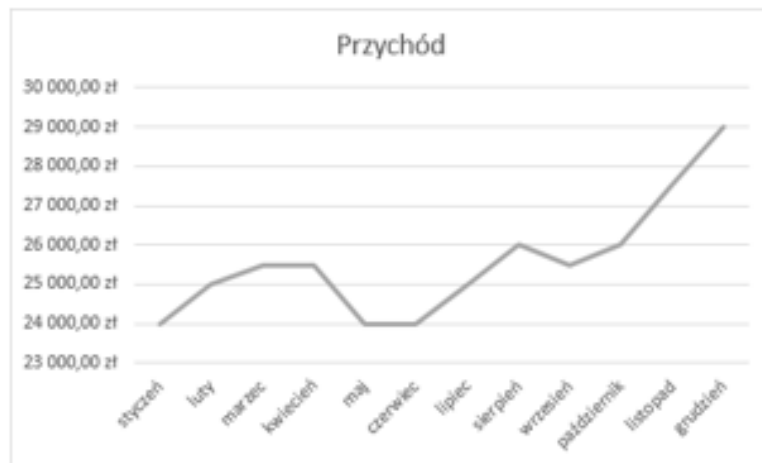
18 **UNIKAJ LEGEND**

19 **OZNACZ TYTUŁY OSIE** JEDNOSTKI KATEGORIE

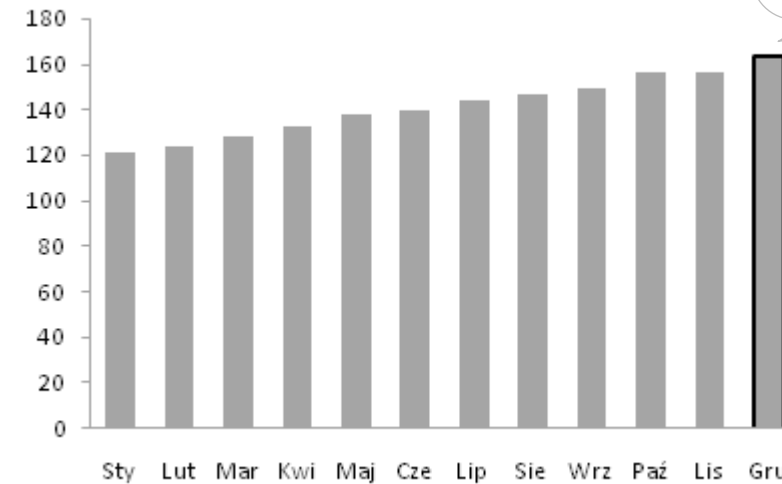
20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ OSI W PUNKCIE „0”

Zasada 6.

Informacji najważniejszej dla komunikatu nadaj największe znaczenie wizualne.



Sprzedaż w 2010 r. (tys. zł)



Osiągnięto cel
ze Strategii
2022-2025



One pager

GRUPA KAPITAŁOWA W LICZBACH W 2021 R.

4,1 mln

Klientów wszystkich linii biznesowych

790 tys.

Klientów detalicznych – użytkowników bankowości internetowej GOonline (+6% r/r)

ponad **3,9 mld zł**

kredytów udzielonych przez BNP Paribas Bank Polska S.A. w ramach zrównoważonego finansowania

ponad **16 tys.**

instalacji fotowoltaicznych dla Klientów indywidualnych w 2021 r.

911 tys.

użytkowników bankowości mobilnej GOMobile (+36% r/r)

100%

energii elektrycznej kupowanej w 2021 r. bezpośrednio przez Bank pochodzi z odnawialnych źródeł energii

514

wpłatomatów (urządzenia dwufunkcyjne) i 58 bankomatów

427

oddziałów bankowości detalicznej i biznesowej

8 809

osób zatrudnionych w BNP Paribas Bank Polska S.A.

9 035

osób zatrudnionych w Grupie Kapitałowej BNP Paribas Bank Polska S.A.

8 504

etatów wynosiło zatrudnienie w BNP Paribas Bank Polska S.A.

8 667

etatów wynosiło zatrudnienie w Grupie Kapitałowej BNP Paribas Bank Polska S.A.

ponad **5 000**

pracowników wzięło udział w kampanii edukacyjnej Bank Zielonych Zmian od 2019 r.

174

przeprowadzonych analiz CSR w sektorach szczególnie wrażliwych pod kątem zrównoważonego rozwoju

96

wolontariuszy programu Bankowcy dla Edukacji Finansowej Młodzieży BAKCYL

83

stypendystów Programu Klasa w roku szkolnym 2021/2022

60

grantów dla organizacji społecznych w ramach 11. edycji Programu Grantów Lokalnych

ponad **2 mln zł**

wsparcia dla lokalnych organizacji społecznych od początku funkcjonowania Programu Grantów Lokalnych








Realizacja strategii na lata 2021–2023

Miary finansowe i niefinansowe grupy kapitałowej Santander Bank Polska S.A. (stan na 31.12.2021 r.)

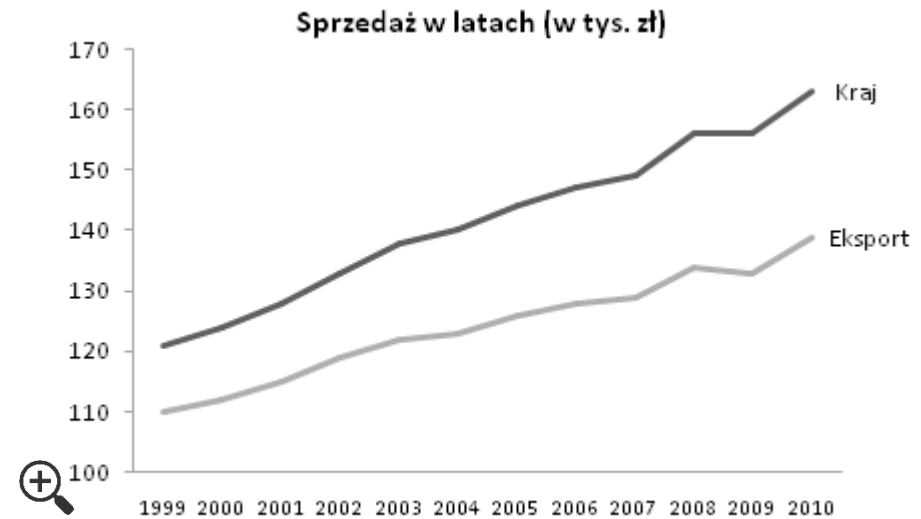
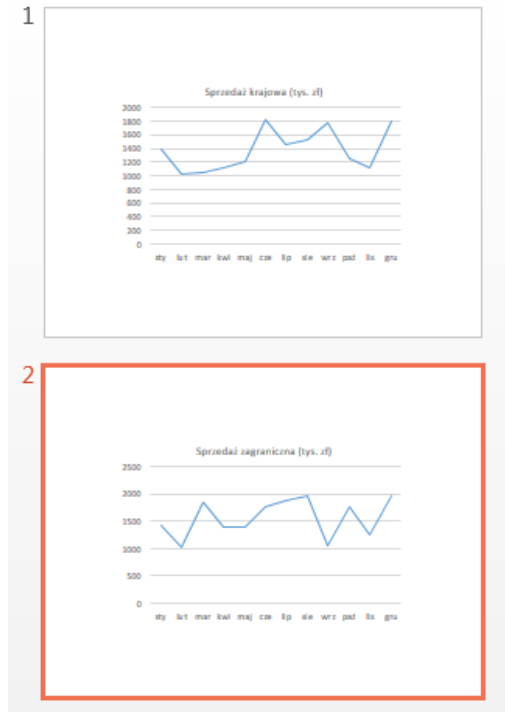
	<u>2020</u>	<u>2021</u>
 liczba klientów	7,1 mln	7,2 mln
 liczba pracowników (etaty)	12 616	11 323 (etaty)
 liczba oddziałów*	468	396

	<u>2020</u>	<u>2021</u>
 NPS Mass*	TOP 4	TOP 3
 Liczba klientów digital*	2 757 tys.	2 998 tys.
 Liczba transakcji internetowych i mobilnych*	323 mln	386 mln

	<u>2020</u>	<u>2021</u>
 C/I	51,9%	59,6%
 Współczynnik wypłaty dywidendy*	0%	29,89%
 TCR	20,42%	18,58%
 CoR	1,21%	0,76%

Zasada 7.

Zaprezentuj wszystkie istotne informacje w zasięgu wzroku.



Wszyscy potrzebujemy checklist



POMYŚL o TWOJEJ **DOJEŁOWEJ**

WYBIERZ WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

WYSELEKCYJONUJ **KOLORY** I **CZCIONKI**

25 ZASAD wizualizacji DANYCH

1 DOSTOSUJ **PRZEKAZ**
nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

2 UŻYJ **TABELI**
ABY **SZYBKO** ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ

	A	B	C	D
Przychody	108	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykres	66	-28	48	54

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków
NADAJ DANYM **KSZTAŁT** TWORZĄC **WYKRES**

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje
INSPIRUJE OPOWIADA **HISTORIĘ**
i umieść je w zasięgu **WZROKU** ODBIORCY

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 SŁOŻE CZASOWY ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
OCZYLIWE ✓
ROZKŁAD ✓
KORRELACJA ✓
PORÓWNAJ NÓWALISIE ✓

8 ZASTANÓW SIĘ JAKĄ **ZALEŻNOŚĆ** CHCESZ **POKAZAĆ**
ZOSTAW **"CIASTO"** NA DESER **"PAJĘCZYNE"** TRZYMAJ POZARADAREM

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 INFORMACJE **GEOGRAFICZNE** POKAZ NA **MAPIE**

11 **UNIKAJ** NIE **ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OS** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIA ROWYCH**

13 **ŁĄCZ** LINIA TYLKO ELEMENTY POWIĄZANE np. okresy na osi czasu

14 CZAS **ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI **X**

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNI** NA OSI CZASU

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

17 DLA **DŁUGICH** ETYKIET **STOSUJ WYKRES SŁUPKOWY**

18 **UNIKAJ** **LEGEND**

19 **OZNACZ** TYTUŁY OSIE **JEDNOSTKI** KATEGORIE

20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ OSI W PUNKCIE „0”

21 UŻYWAJ **KOLORU** **SELEKTYWNI** stosuj odcienie tego samego **KOLORU**

22 UŻYWAJ **INTENSYWNIEJSZYCH** KOLORÓW aby wyróżnić ważne **DANE**

23 **UNIKAJ** ŁĄCZENIA **CZERWONEGO I ZIEŁONEGO**
POKOCHAJ SZARY

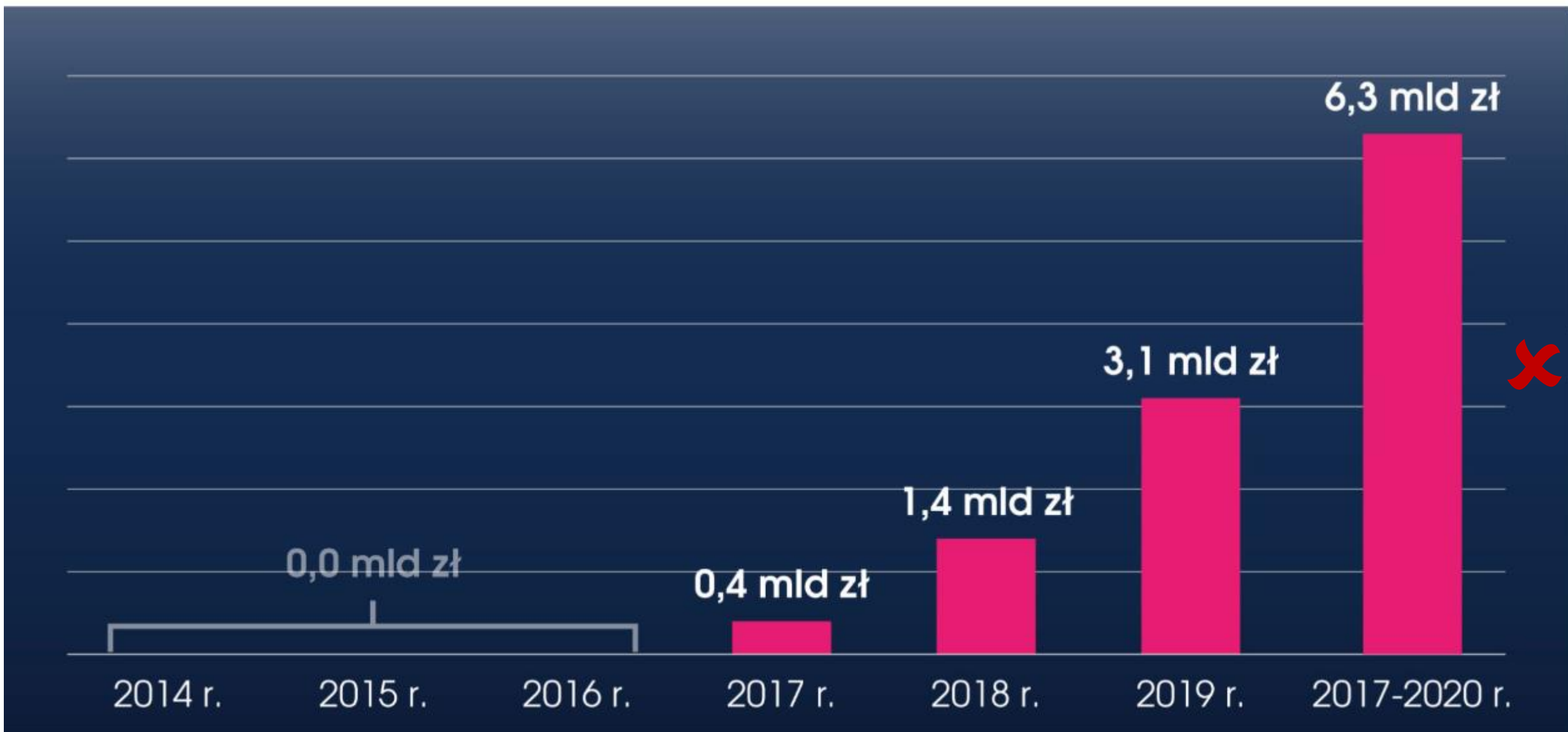
24 WYKSPONUJ **NAJWAŻNIEJSZE** INFORMACJE
W ROKU 2014 PODWOILIŚMY SPRZEDAŻ **x2**

25 **STOSUJ** **PROSTE CZCIONKI** JAK ARIAL CZY TAHOMA
nie używaj więcej niż 2 krotek pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

SKUTECZNERAPORTY.PL

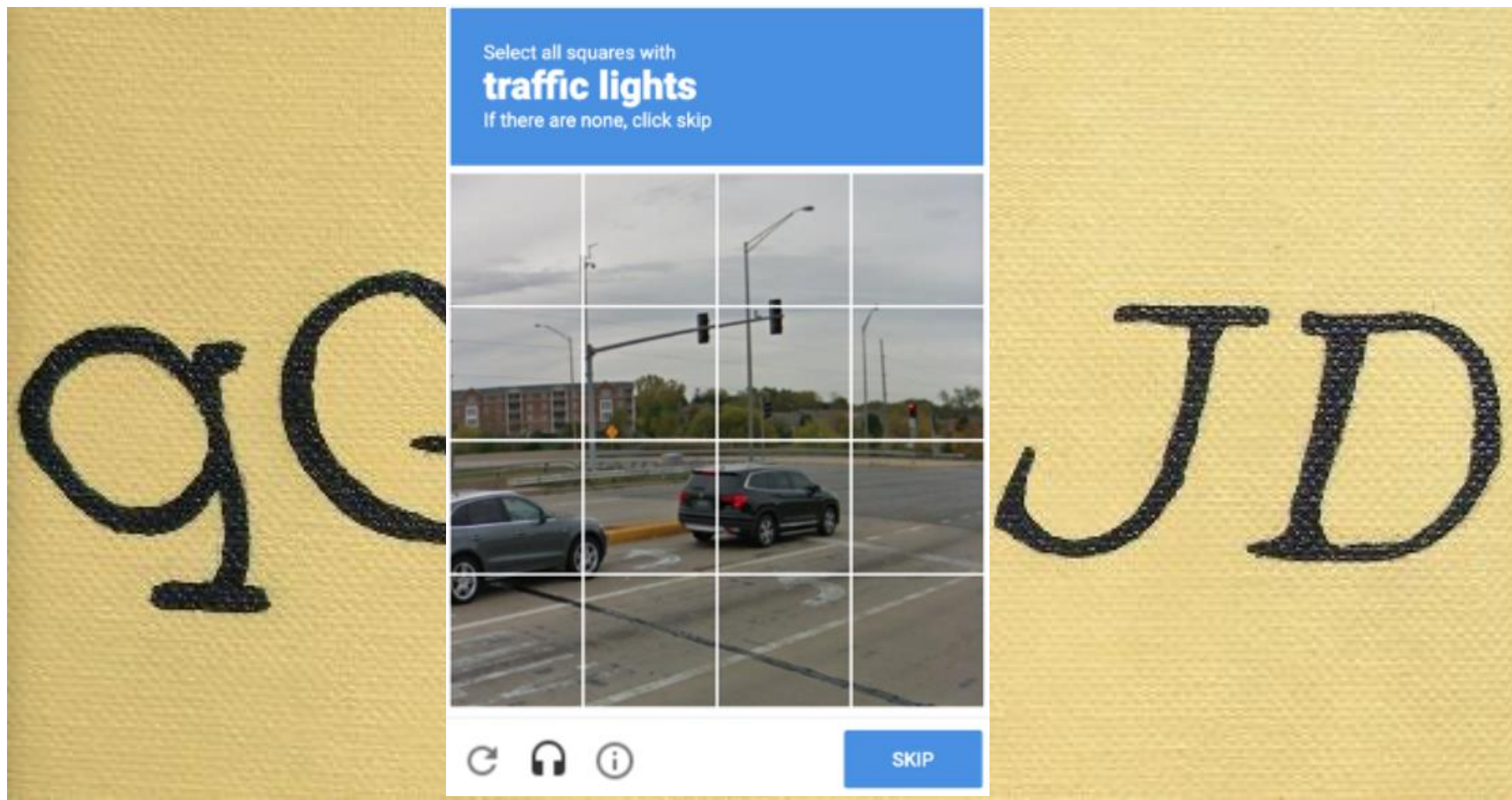
DESIGN BY STUDIO ADY

Podwyżka wynagrodzeń nauczycieli finansowana z budżetu państwa



Analizować = Porównywać

Analizować = Porównywać



Czy Steve Jobs zawsze wyglądał tak samo?



Co to jest wykres panelowy?



SMALL-MULTIPLE
MULTIPLE

TRELLIS

LATTICE

GRID
PANEL

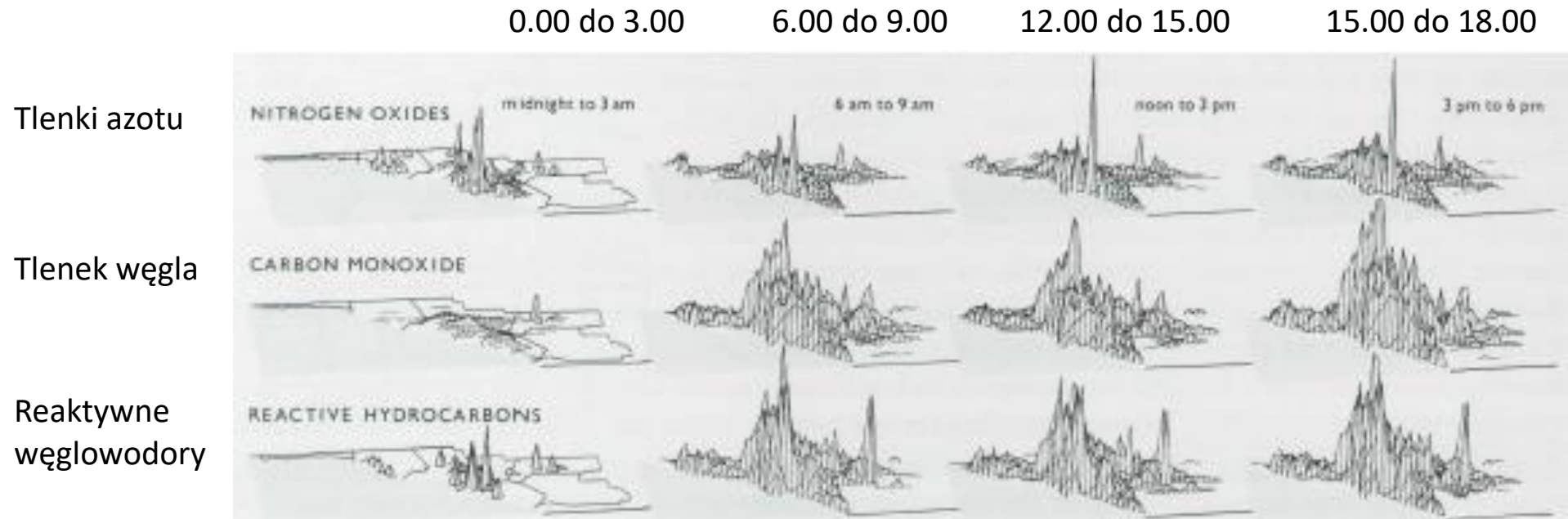
SIDE-BY-SIDE

CHART



WYKRES PANELOWY

Zanieczyszczenie w obszarach miasta

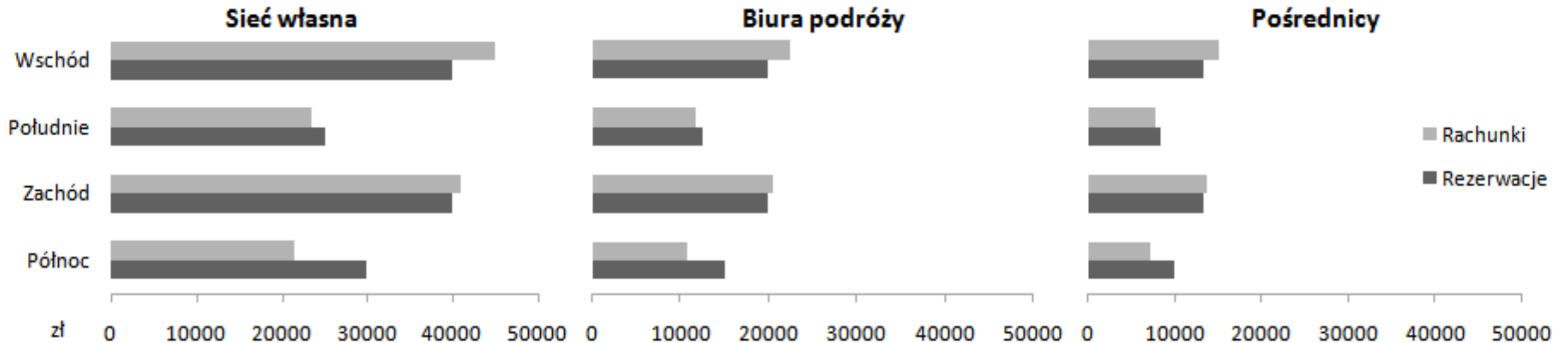


„Zestaw obrazków wielkości
znaczka pocztowego”



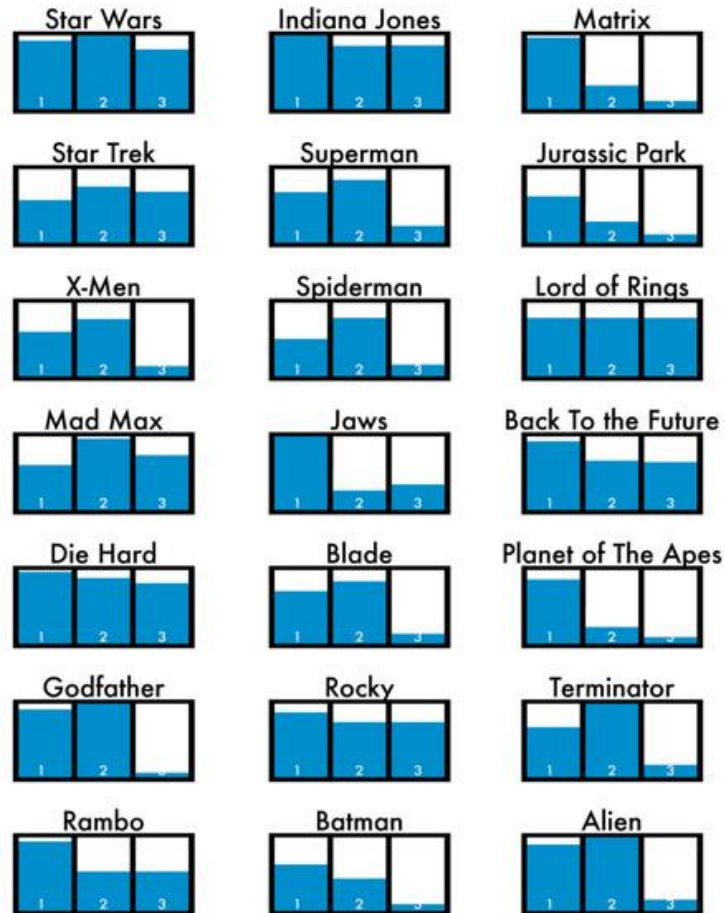
prof. Edward Tufte

Porównanie sprzedaży – przykład 1



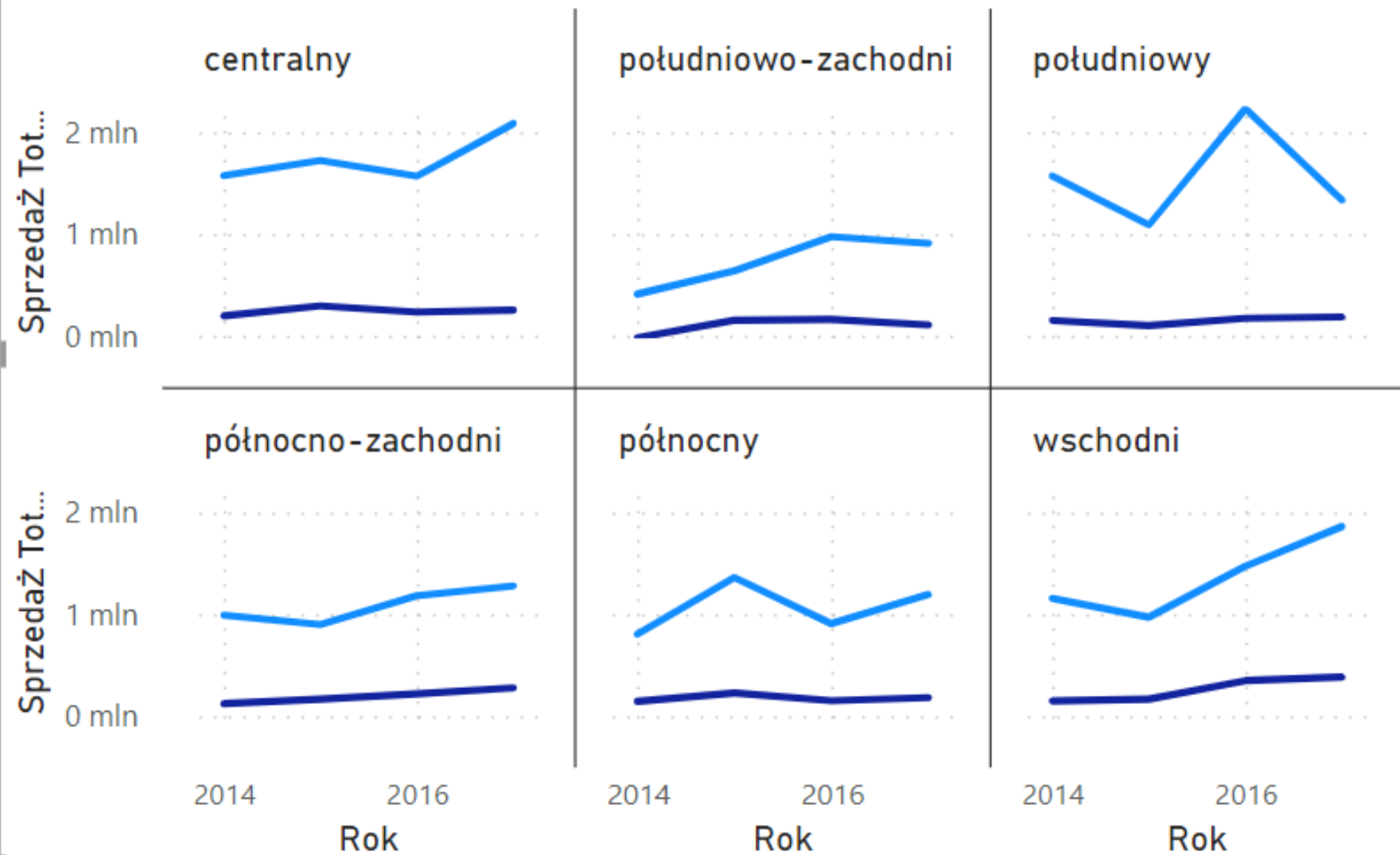
Porównanie filmów – przykład 2

THE TRILOGY METER



Sprzedaż Total i Zysk wg Rok i Region

● Sprzedaż Total ● Zysk



Wizualizacje

Utwórz element wizualny

Filtry

- Grid of visualization icons (line, bar, pie, etc.)
- Grid of filter icons (map, funnel, etc.)
- Buttons: "Dodaj pola danych tutaj", "Małe wielokrotności"
- Dropdown menu: "Region" with a green checkmark pointing to it.

Wszyscy potrzebujemy checklist



POMYŚL O TWOJEJ **DOJELEWY**

WYBIERZ WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

WYSELEKCYONUJ **KOLORY CZCIONKI**

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 **SEREG CZASOWY** ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
DECHYLENE ✓
ROZKŁAD ✓
KORELACJA ✓
POKRYWANE ✓
NOBILITACJE ✓

11 **NIE ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OŚ** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

17 DLA **DŁUGICH** **ETYKIET** **STOSUJ WYKRES** **SŁUPKOWY**

21 **UZYWAJ KOLORU SELEKTYWNI** stosuj odnienie tego samego KOLORU

22 **UZYWAJ INTENSYWNIEJSZYCH KOLORÓW** aby wyróżnić ważne DANE

23 **UNIKAJ ŁĄCZENIA CZERWONEGO I ZIEŁONEGO**

24 **WYKSPONUJ NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE**

25 **STOSUJ PROSTE CZCIONKI** JAK ARIAL CZY TAHOMA
nie używaj więcej niż 2 kolorów pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

2 **DOSTOSUJ PRZEKAZ** nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów
UZYJ TABELI

Przychody	A	B	C	D
Koszty	100	57	85	96
Wysok	42	86	37	42
	66	-28	8	34

3 **ABY SZYBKO** ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ

3 **Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków**
NADAJ DANYM KSZTAŁT TWORZĄC **WYKRES**

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych

5 **INSPIRUJE** OPOWIADA **HISTORIĘ**

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje
WZROKU ODBIORCY

8 **ZASTANÓW SIĘ** JAKĄ **ZALEŻNOŚĆ** **CHCESZ POKAZAĆ**
ZOSTAW **„CIASTO”** NA DESER **„PAJĘCZYNE”** TRZYMAJ POZARADAREM

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 **INFORMACJE GEOGRAFICZNE** POKAZ NA **MAPIE**

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ LINIA** TYLKO ELEMENTY **POWIĄZANE** np. okresy na osi czasu

14 **CZAS ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI **X**

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNIE** NA OSI CZASU

18 **UNIKAJ LEGEND**

19 **OZNACZ** TYTUŁY **OSIE** **JEDNOSTKI** **KATEGORIE**

20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ **OSI W PUNKCIE „0”**

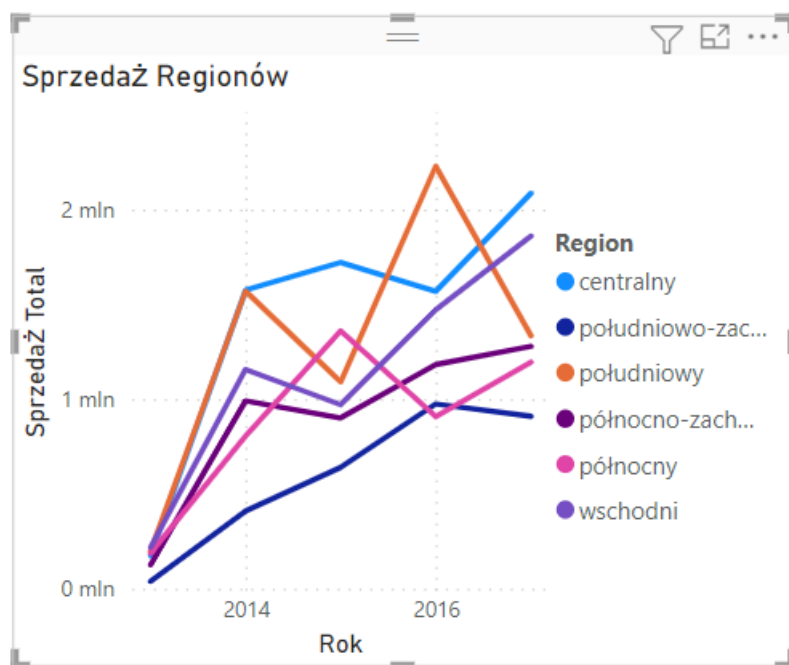
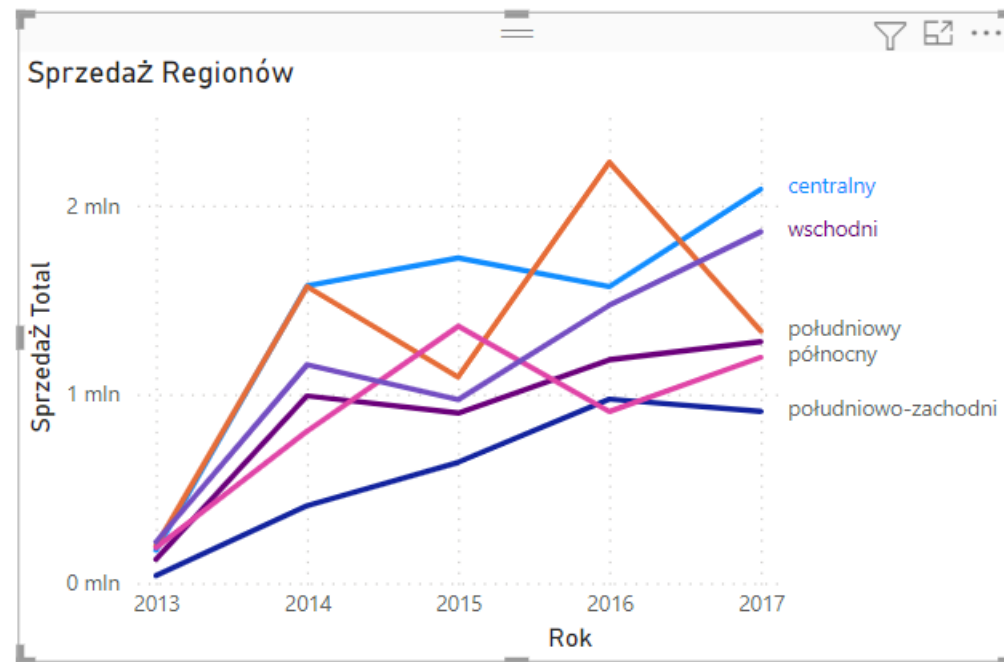
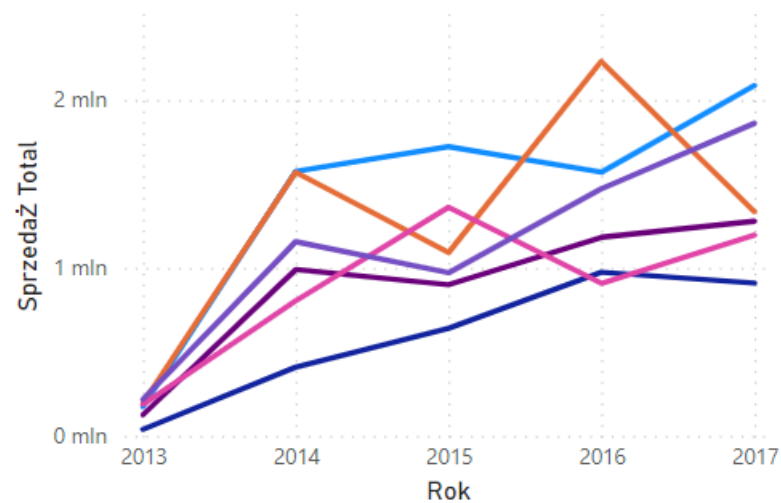
SKUTECZNE RAPORTY.PL

25 ZASAD wizualizacji DANYCH

DESIGN BY STUDIO ADV

Sprzedaż Regionów

Region ● centralny ● południo... ● południowy ● północno-z...



Wszyscy potrzebujemy checklist



POMYŚL o TWOJEJ **DOJELOWEJ**

DOSTOSUJ PRZEKAZ
nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

2 **UŻYJ TABELI**
ABY **SZYBKO** ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ

	A	B	C	D
Przychody	108	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykres	66	-28	48	54

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków
NADAJ DANYM KSZTAŁT TWORZĄC **WYKRES**

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych
INSPIRUJE OPOWIADA **HISTORIĘ**

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje
WZROKU ODBIORCY

WYBIERZ WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 **SEREG CZASOWY** ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
DECHYLENE ✓
ROZKŁAD ✓
KORRELACJA ✓
POKRYWANE ✓
NOBILITACJA ✓

8 **ZASTANÓW SIĘ** JAKĄ **ZALEŻNOŚĆ** CHCESZ **POKAZAĆ**
ZOSTAW "CIASTO" NA DESER **"PAJĘCZYNE"** TRZYMAJ **POZARADAREM**

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 **INFORMACJE GEOGRAFICZNE** POKAZ NA **MAPIE**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

11 **NIE ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OŚ** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ** LINIA TYLKO ELEMENTY **POWIĄZANE** np. okresy na osi czasu

14 **CZAS ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI **X**

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNI** NA OSI CZASU

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

17 DLA **DŁUGICH ETYKIET** **STOSUJ WYKRES SŁUPKOWY**

18 **UNIKAJ LEGEND**

19 **OZNACZ** TYTUŁY **OSIE** **JEDNOSTKI** **KATEGORIE**

20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ **OSI W PUNKCIE „0”**

WYSELEKCYONUJ **KOLORY** **CZCIONKI**

21 **UŻYWAJ KOLORU SELEKTYWNI** stosuj odcienie tego samego **KOLORU**

22 **UŻYWAJ INTENSYWNIEJSZYCH KOLORÓW** aby wyróżnić ważne **DANE**

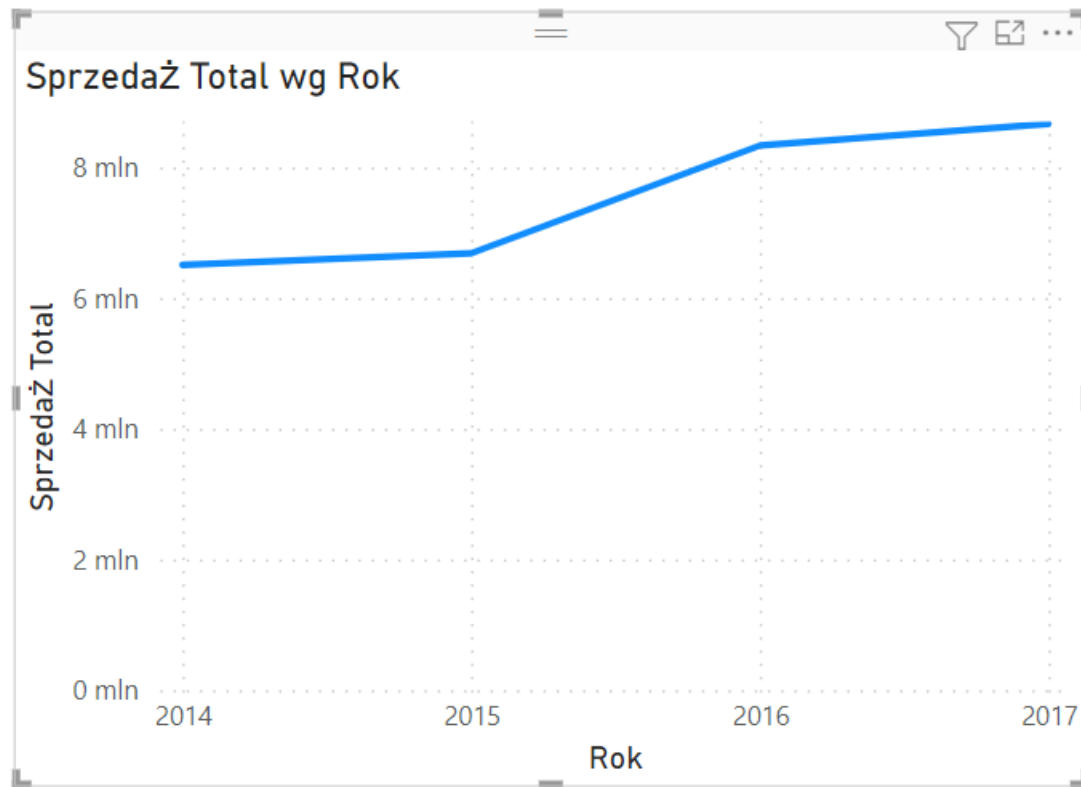
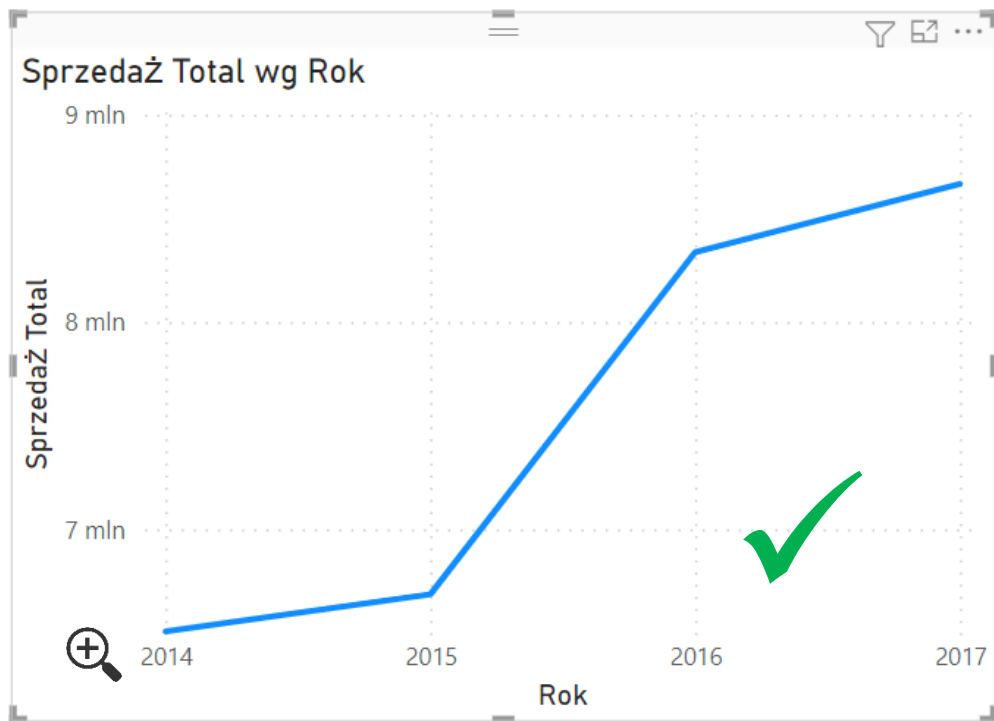
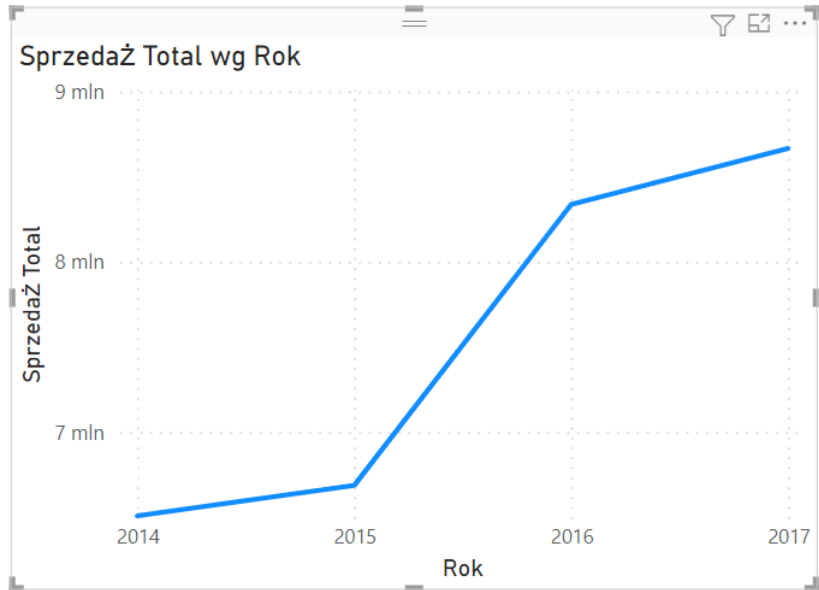
23 **UNIKAJ ŁĄCZENIA** CZERWONEGO I ZIEŁONEGO
POKOCHAJ SZARY

24 **WYKSPONUJ NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE**
W ROKU 2014 **PODWOILIŚMY** SPRZEDAŻ **x2**

25 **STOSUJ PROSTE CZCIONKI** JAK **ARIAL** CZY **TAHOMA**
nie używaj więcej niż 2 krojów pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

SKUTECZNE RAPORTY.PL

25 ZASAD wizualizacji DANYCH



Zasada pochylania do 45°

Dopasuj rozmiar wykresu tak, aby średni kąt nachylenia linii wynosił ok. 45°



Wszyscy potrzebujemy checklist



POMYŚL o TWOJEJ **DOJEŁOWEJ**

WYBIERZ WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDŃW**

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

WYSELEKCYONUJ **KOLORY** I **CZCIONKI**

25 ZASAD wizualizacji DANYCH

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 **SEREG CZASOWY** ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
DECYZYJNE ✓
ROZKŁAD ✓
KORRELACJA ✓
POKRYWANE ✓
NOBILITACJE ✓

11 **NIE ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OS** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

21 **UŻYWAJ** **KOLORU** **SELEKTYWNI**
stosuj odcięcie tego samego **KOLORU**

22 **UŻYWAJ** **INTENSYWNIEJSZYCH** **KOLORÓW**
aby wyróżnić ważne **DANE**

23 **UNIKAJ** ŁĄCZENIA **CZERWONEGO I ZIEŁONEGO**
POKOCHAJ SZARY

24 **WYKSPONUJ** **NAJWAŻNIEJSZE** **INFORMACJE**
W ROKU 2014 **PODWÓLIŁMY** **SPRZEDAŻ** x2

25 **STOSUJ** **PROSTE CZCIONKI** **JAK ARIAL CZY TAHOMA**
nie używaj więcej niż 2 krojów pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

1 **DOSTOSUJ** **PRZEKAZ**
nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

2 **UŻYJ** **TABELI**

	A	B	C	D
Przychody	100	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykrok	60	-28	48	54

ABY SZYBKO **ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ**

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków
NADAJ DANYM **KSZTAŁT** **WYKRES**
TWORZĄC

4 **SPRAWDŹ**
czy wykres przekazuje prawdę o danych

INSPIRUJE **OPOWIADA** **HISTORIĘ**

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje
WZROKU **ODBIORCY**
i umieść je w zasięgu

8 **ZASTANÓW** SIĘ **JAKĄ** **ZALEŻNOŚĆ** **CHCESZ** **POKAZAĆ**
ZOSTAW **„CIASTO”** **NA** **DESER** **„PAJĘCZYNE”** **TRZYMAJ** **POZARADAREM**

9 **ŁĄCZ** **KILKA** **WIZUALIZACJI** **W** **JEDEN** **WYKRES** **PANELOWY**

10 **INFORMACJE** **GEOGRAFICZNE** **POKAZ** **NA** **MAPIE**

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ** **WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ** **LINIA** **TYLKO** **ELEMENTY** **POWIĄZANE** np. okresy na osi czasu

14 **CZAS** **ZAWSZE** **UMIESZCZAJ** **NA** **OSI**

15 **PORÓWNUJ** **JABŁKA** **Z** **JABŁKAMI** **SZCZEGÓLNI** **NA** **OSI** **CZASU**

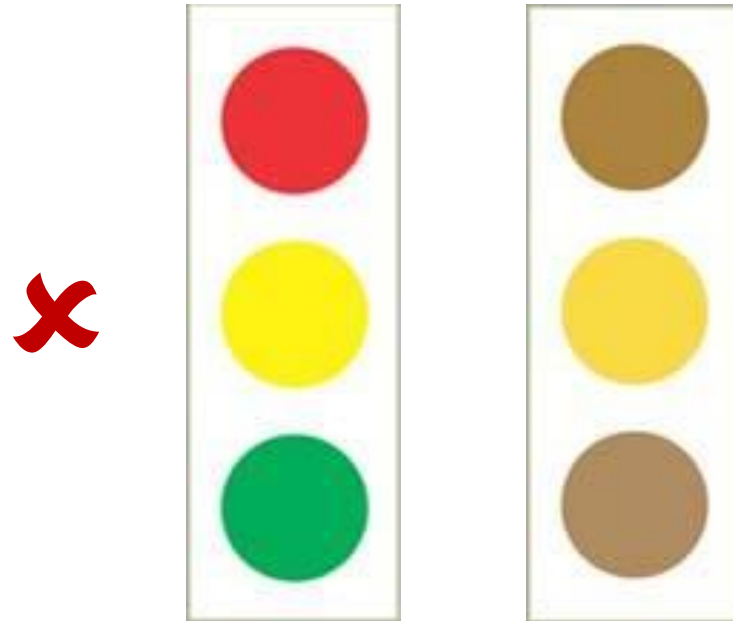
17 **DLA** **DŁUGICH** **ETYKIET** **STOSUJ** **WYKRES** **SŁUPKOWY**

18 **UNIKAJ** **LEGEND**

19 **OZNACZ** **TYTUŁY** **OSIE** **JEDNOSTKI** **KATEGORIE**

20 **ZASYGNALIZUJ** **JESLI** **NIE** **ZAZNACZASZ** **OSI** **W** **PUNKCIE** „0”

Aby zapewnić daltonistom możliwość rozróżnienia kolorów, należy unikać łączenia na jednym obrazie czerwonego i zielonego.

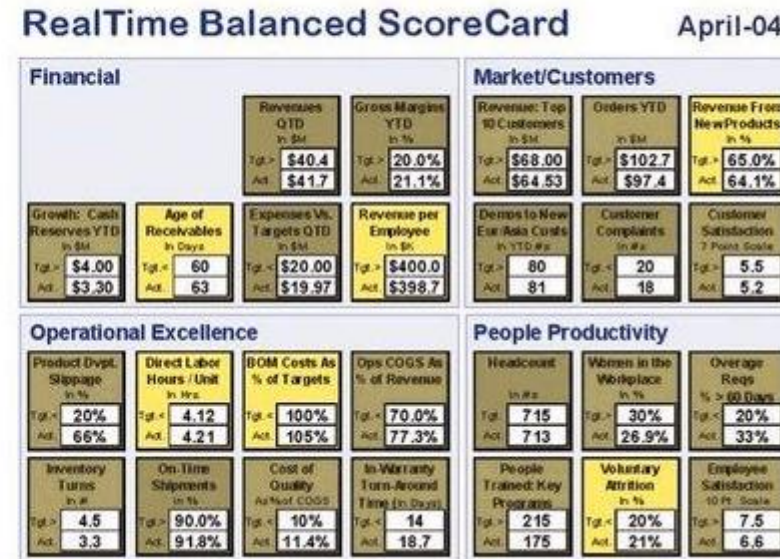


CFO podejmował dziwne decyzje...

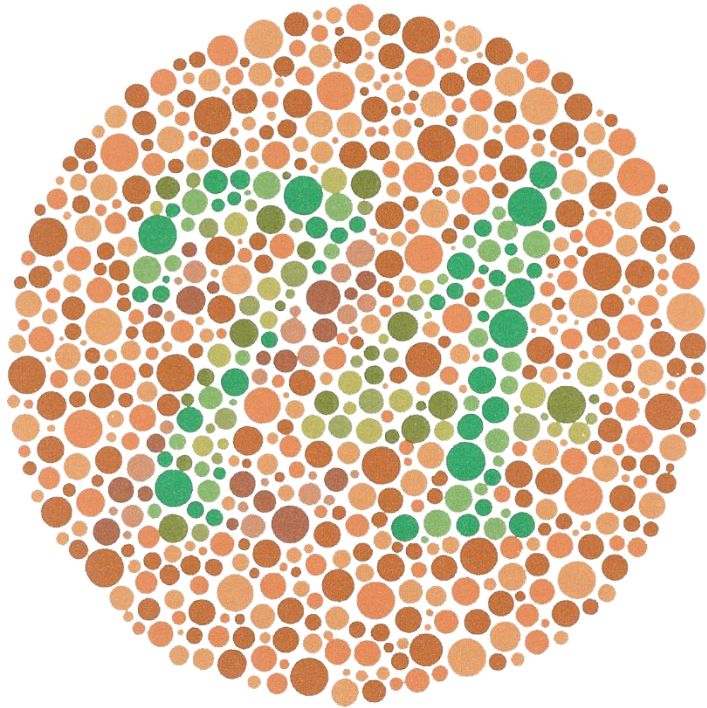


Original Image

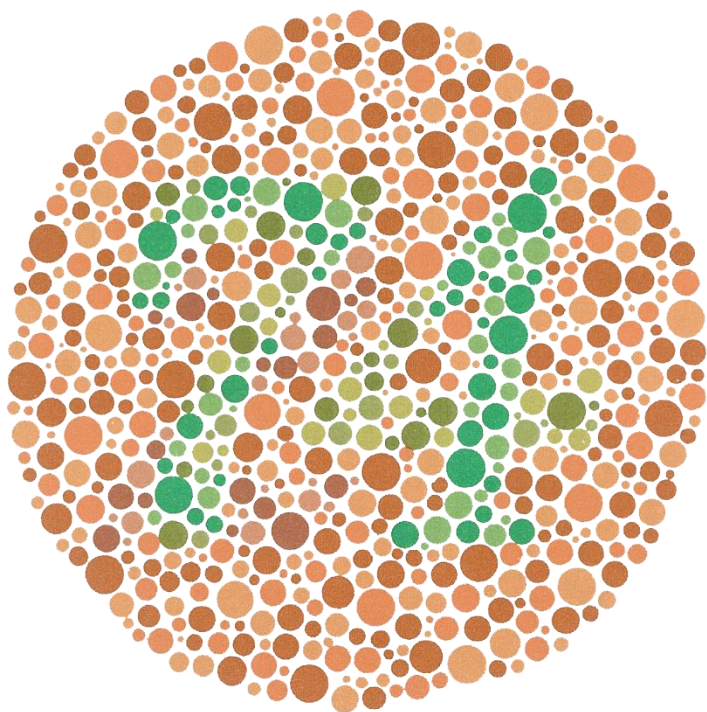
Deuteranope Simulation



Czy jestem daltonistą?



Sprawdź swój raport



https://www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator/

Drag and drop or paste your file in the area below or: Obraz2.png

Trichromatic view:	Anomalous Trichromacy:	Dichromatic view:	Monochromatic view:
<input type="radio"/> Normal	<input type="radio"/> Red-Weak/Protanomaly	<input checked="" type="radio"/> Red-Blind/Protanopia	<input type="radio"/> Monochromacy/Achromatopsia
	<input type="radio"/> Green-Weak/Deuteranomaly	<input type="radio"/> Green-Blind/Deuteranopia	<input type="radio"/> Blue Cone Monochromacy
	<input type="radio"/> Blue-Weak/Tritanomaly	<input type="radio"/> Blue-Blind/Tritanopia	

Use lens to compare with normal view: No Lens Normal Lens Inverse Lens

[Reset View](#) [Open simulated image in new window](#)

The image shows the simulated view of the Ishihara 104 color test plate for Red-Blind/Protanopia. The dots are rendered in shades of yellow, olive, and brown, making the number '74' almost invisible.

Wszyscy potrzebujemy checklist



SKUTECZNE RAPORTY.PL 👤👤👤👤
25 ZASAD wizualizacji DANYCH

POMYŚL o TWOJEJ **DOCELOWEJ**

DOSTOSUJ PRZEKAZ
nie każdy zrozumie dane w postaci tabel i wykresów

2 **UŻYJ TABELI**
ABY **SZYBKO** ZNALEZĆ PRECYZYJNĄ WARTOŚĆ

	A	B	C	D
Przychody	108	57	85	96
Koszty	42	85	37	42
Wykrok	66	-28	48	54

3 Jeśli analizujesz, porównujesz, szukasz trendów i wyjątków
NADAJ DANYM KSZTAŁT TWORZĄC **WYKRES**

4 **SPRAWDŹ** czy wykres przekazuje prawdę o danych
INSPIRUJE OPOWIADA **HISTORIĘ**

5 **POŁĄCZ** najważniejsze informacje
i umieść je w zasięgu **WZROKU** ODBIORCY

WYBIERZ WŁAŚCIWY TYP **WYKRESU**

6 w pierwszej kolejności **STOSUJ NA WYKRESACH** KOLUMNY • LINIE • PUNKTY

7 **SEREG CZASOWY** ✓
RAWING ✓
UDZIAŁ ✓
DECHYLENE ✓
ROZKŁAD ✓
KORRELACJA ✓
POKRYWANE ✓
NOBILITATE ✓

8 **ZASTANÓW SIĘ** JAKĄ **ZALEŻNOŚĆ** CHCESZ **POKAZAĆ**
ZOSTAW "CIASTO" NA DESER **"PAJĘCZYNE"** TRZYMAJ **POZARADAREM**

9 **ŁĄCZ** KILKA WIZUALIZACJI W JEDEN **WYKRES** PANELOWY

10 **INFORMACJE GEOGRAFICZNE** POKAZ NA **MAPIE**

UNIKAJ NAJCZĘSTSZYCH **BŁĘDÓW**

11 **NIE ŚCINAJ** KOLUMNY
zaczynaj **OŚ** WYKRESU KOLUMNOWEGO w „0”

12 **ZAPOMNIJ** o wykresach **TRÓJ WYMIAROWYCH**

13 **ŁĄCZ** LINIA TYLKO ELEMENTY **POWIĄZANE** np. okresy na osi czasu

14 **CZAS ZAWSZE** UMIESZCZAJ NA OSI **X**

15 **PORÓWNUJ** JABŁKA Z JABŁKAMI **SZCZEGÓLNI** NA OSI CZASU

ZADBAJ O KAŻDY **DETAL**

16 **USUŃ** ZBĘDNY **ATRAMENT**

17 DLA **DŁUGICH ETYKIET** **STOSUJ WYKRES SŁUPKOWY**

18 **UNIKAJ LEGEND**

19 **OZNACZ** TYTUŁY OSIE **JEDNOSTKI KATEGORIE**

20 **ZASYGNALIZUJ** JEŚLI NIE ZAZNACZASZ OSI W PUNKCIE „0”

WYSELEKCYONUJ **KOLORY CZCIONKI**

21 **UŻYWAJ KOLORU SELEKTYWNI** stosuj odnienie tego samego **KOLORU**

22 **UŻYWAJ INTENSYWNIEJSZYCH KOLORÓW** aby wyróżnić ważne **DANE**

23 **UNIKAJ ŁĄCZENIA CZERWONEGO I ZIEŁONEGO**
POKOCHAJ SZARY

24 **WYKSPONUJ NAJWAŻNIEJSZE INFORMACJE**
W ROKU 2014 **PODWOILIŚMY** SPRZEDAŻ **x2**

25 **STOSUJ PROSTE CZCIONKI** JAK ARIAL CZY TAHOMA
nie używaj więcej niż 2 kłojów pisma na raz
GEORGIA 1234567890
PAPYRUS 1234567890
ARIAL 1234567890
TAHOMA 1234567890

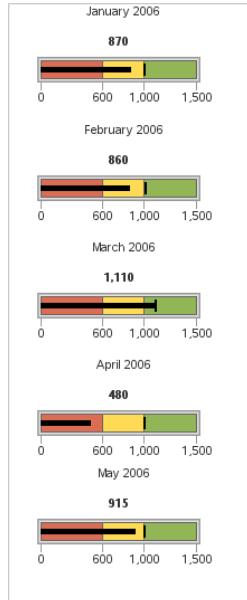
Jak ginie Neo w Matrixie?



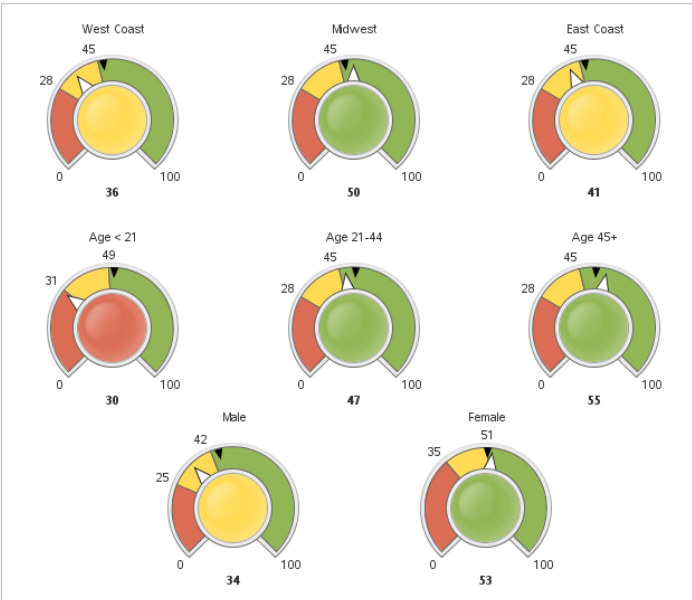
Were you listening to me or looking at the woman in the red dress?



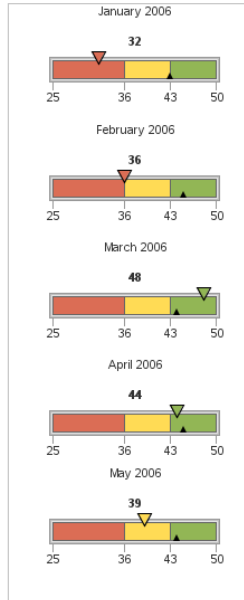
Magazine unit sales via website, by issue



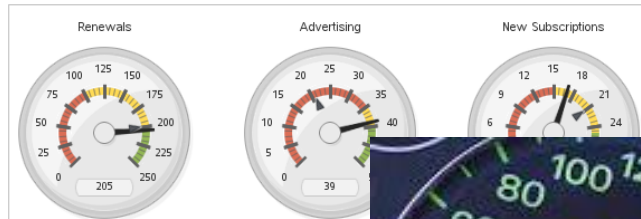
Magazine renewal rates, by customer demographics: 2006 YTD



Advertising revenue, by issue (thousands)



Magazine revenue: May 2006 by source (thousands)



Website clicks: May 2006



Product Monitor

Current month: September 2003

Help

Key Figures	13 Months	September 2003		Year to September 2003		Top Products 10 - Cost of Sales																																		
		Value	% Target	Value	% Prev Year		% Target																																	
Order Quantity		4,771	91.1	868	549.7	56.3	<table border="1"> <thead> <tr> <th>#</th> <th>Name</th> <th>% Share</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>Mountain Bikes</td><td>29.7</td></tr> <tr><td>2</td><td>Mountain Frames</td><td>7.7</td></tr> <tr><td>3</td><td>Touring Frames</td><td>7.5</td></tr> <tr><td>4</td><td>Road Frames</td><td>7.1</td></tr> <tr><td>5</td><td>Chains</td><td>2.1</td></tr> <tr><td>6</td><td>Socks</td><td>0.7</td></tr> <tr><td>7</td><td>Forks</td><td>0.7</td></tr> <tr><td>8</td><td>Headsets</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>9</td><td>Wheels</td><td>0.5</td></tr> <tr><td>10</td><td>Bib-Shorts</td><td>0.4</td></tr> </tbody> </table>	#	Name	% Share	1	Mountain Bikes	29.7	2	Mountain Frames	7.7	3	Touring Frames	7.5	4	Road Frames	7.1	5	Chains	2.1	6	Socks	0.7	7	Forks	0.7	8	Headsets	0.5	9	Wheels	0.5	10	Bib-Shorts	0.4
#	Name	% Share																																						
1	Mountain Bikes	29.7																																						
2	Mountain Frames	7.7																																						
3	Touring Frames	7.5																																						
4	Road Frames	7.1																																						
5	Chains	2.1																																						
6	Socks	0.7																																						
7	Forks	0.7																																						
8	Headsets	0.5																																						
9	Wheels	0.5																																						
10	Bib-Shorts	0.4																																						
K\$ Gross Profit		51.8	122.8	4.6	1129.5	62.2																																		
K\$ Product Cost		55.1	92.7	10.7	513.0	61.0																																		
K\$ Sales Amount		106.9	92.1	15.3	697.4	56.4																																		
Order Quantity		4,344	139.4	2,787	155.9	98.9																																		
K\$ Gross Profit		22.9	110.3	190.3	12.1	65.2																																		
K\$ Product Cost		3,816.9	128.5	2,316.6	164.8	92.8																																		
K\$ Sales Amount		3,839.9	99.3	2,506.9	153.2	77.6																																		
Order Quantity		5,179	106.7	2,819	183.7	81.7																																		
K\$ Gross Profit		15.6	95.5	19.5	80.2	76.9																																		
K\$ Product Cost		130.8	101.6	66.6	196.3	424.3																																		
K\$ Sales Amount		146.4	101.5	86.1	170.0	78.8																																		



Raport zgodny z IBCS



<https://www.ibcs.com/ibcs-standards-1-2/>

Gross Profit

4.9M

+8.7% | +396.6K ΔPY
-2.4% | -124.1K ΔPL

Cost

3.8M

+6.5% | +233.1K ΔPY
+6.7% | +240.9K ΔPL

Revenue

8.8M

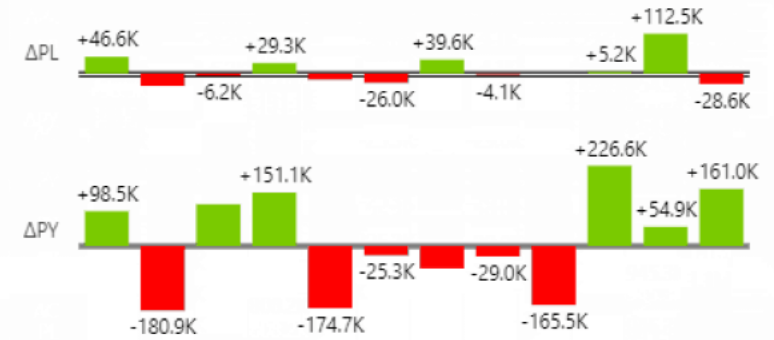
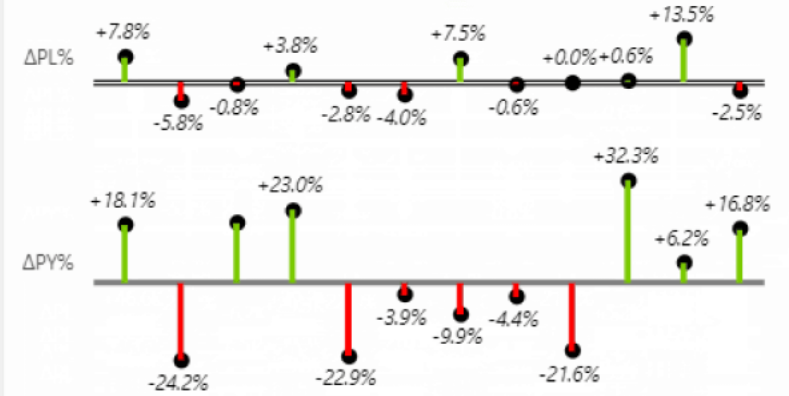
+2% | +172.9K ΔPY
+1.3% | +116.8K ΔPL

Gross Margin %

56.4%

+6.6% | +3.5pp ΔPY
-3.7% | -2.2pp ΔPL

AC and PL by Month



AC, PY, PL by BusinessUnit, Division

	AC 1	PL	PY	ΔPY	ΔPL	ΔPY%	ΔPL%
Personal care	3.5M	3.5M	3.4M	+17.2K	-25.2K	+0.5	-0.7
Skin Care BU	57.1K	48.0K	209.6K	-152.5K	+9.0K	-72.8	+18.8
Oral Care BU	86.2K	72.1K	48.9K	+37.3K	+14.1K	+76.2	+19.5
Hair Care BU	826.8K	732.0K	928.8K	-102.0K	+94.7K	-11.0	+12.9
Baby Care BU	2.5M	2.6M	2.3M	+234.4K	-143.0K	+10.4	-5.4
Electronics	5.3M	5.2M	5.2M	+155.8K	+141.9K	+3.0	+2.7
Games	3.1K	3.5K	19.6K	-16.6K	-421.2	-84.4	-12.1
TV	6.9K	4.9K		+6.9K	+2.1K		+42.7
Desktop PC	10.9K	10.6K	29.0K	-18.0K	+391.9	-62.2	+3.7
Monitors	13.1K	16.4K	40.3K	-27.2K	-3.3K	-67.5	-20.1
Recorders	13.8K	6.8K	8.4K	+5.5K	+7.0K	+65.5	+101.9
Laptops	31.1K	29.8K	41.0K	-9.9K	+1.3K	-24.2	+4.3
Cameras	48.0K	52.9K	21.4K	+26.6K	-4.9K	+124.0	-9.2
Lighting	299.8K	325.7K	81.8K	+218.0K	-25.8K	+266.5	-7.9
Accessories	308.4K	306.9K	372.9K	-64.5K	+1.5K	-17.3	+0.5
Smartphones	728.8K	772.6K	710.2K	+18.5K	-43.8K	+2.6	-5.7
Tablets	819.8K	755.9K	819.1K	+772.1	+63.9K	+0.1	+8.5
Speakers	827.1K	773.6K	967.3K	-140.1K	+53.5K	-14.5	+6.9
Wearables	2.2M	2.1M	2.0M	+155.8K	+90.5K	+7.6	+4.3
Total	8.8M	8.6M	8.6M	+172.9K	+116.8K	+2.0	+1.3



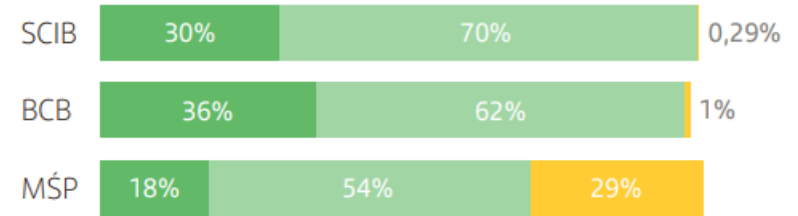
RF - ryzyko fizyczne / RT - ryzyko transformacyjne

Sektor narażony na ryzyko	2025		2030		2050		Obecny udział sektora w kategorii				
	Scenariusz 2°C		Scenariusz 4°C		Scenariusz 2°C		Scenariusz 4°C		SCIB*	Corporates*	MŚP*
	RF	RT	RF	RT	RF	RT	RF	RT			
Sektor paliwowy	1	5	2	5	+	-	+	-	13%	0,3%	0,03%
Sektor energetyczny	2	5	3	5	+	-	+	-	16%	1%	0,2%
Sektor metalurgiczny i górniczy	2	3	1	5	+	+	+	+	11%	1%	0,4%
Sektor soft commodities	3	2	5	3	+	-	+	-	0%	0,1%	1%
Sektor motoryzacyjny	2	3	2	3	+	+	+	-	3%	3%	0,3%
Sektor nieruchomości	1	2	3	2	-	+	+	-	6%	31%	15%
Materiały i chemia	2	2	3	3	+	+	+	+	8%	7%	4%
Produkcja opakowań	2	2	3	2	-	+	-	+	0%	3%	1%
Przemysł meblarski	2	1	2	2	-	-	+	+	0,2%	2%	1%

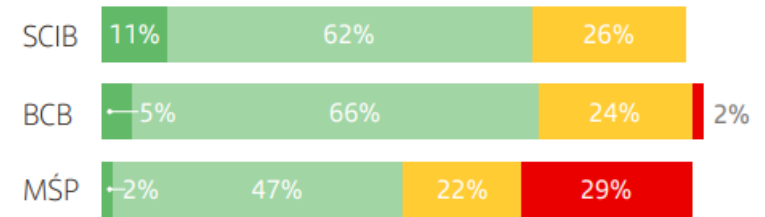
*Struktura portfela na koniec 2021



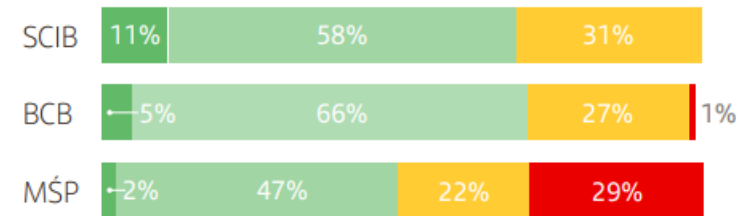
Rok 2025 – ryzyka fizyczne



Rok 2030 (scenariusz 2°C) – ryzyka fizyczne



Rok 2030 (scenariusz 4°C) – ryzyka fizyczne



E – Effective



S – Simple



G – Graphics



<h3>Deviation</h3> <p>Emphasise variations (+/-) from a fixed reference point. Typically the reference point is zero but it can also be a target or a long-term average. Can also be used to show sentiment (positive/negative/neutral).</p> <p>Example FT uses Trade up/downside, climate change</p>	<h3>Correlation</h3> <p>Show the relationship between two or more variables. Be mindful that, unless you tell them otherwise, many readers will assume the relationships you show them to be causal (i.e. one causes the other).</p> <p>Example FT uses Inflation & unemployment, income & life expectancy</p>	<h3>Ranking</h3> <p>Use where an item's position in an ordered list is more important than its absolute or relative value. Don't be afraid to highlight the points of interest.</p> <p>Example FT uses Weather, deprivation, league tables, constituency election results</p>	<h3>Distribution</h3> <p>Show values in a dataset and how often they occur. The shape (or 'skew') of a distribution can be a memorable way of highlighting the lack of uniformity or equality in the data.</p> <p>Example FT uses Income distribution, population Gaps/SEO distribution</p>	<h3>Change over Time</h3> <p>Give emphasis to changing trends. These can be short (intra-day) movements or extended series: traveling decades or centuries. Choosing the correct time period is important to provide suitable context for the reader.</p> <p>Example FT uses Share price movements, economic time series</p>	<h3>Magnitude</h3> <p>Show size comparisons. There can be relative (not being able to see larger/smaller) or absolute (need to see fine differences). Usually these show a 'rounded number' (for example, tens, dollars or people) rather than a calculated rate or per cent.</p> <p>Example FT uses Connectivity production, market capitalisation</p>	<h3>Part-to-whole</h3> <p>Show how a single entity can be broken down into its component elements, if the reader's interest is solely in the size of the components, consider a magnitude-type chart instead.</p> <p>Example FT uses Fiscal budgets, company structures, national election results</p>	<h3>Spatial</h3> <p>Aside from locator maps only used when precise locations or geographical patterns in data are more important to the reader than anything else.</p> <p>Example FT uses Population density, natural resource locations, natural disaster risk/impact, catchment areas, variation in election results</p>	<h3>Flow</h3> <p>Show the reader volumes or intensity of movement between two or more states or conditions. These might be logical sequences or geographical locations.</p> <p>Example FT uses Movement of funds, trade, migrants, lawsuits, information; relationship graphs.</p>	
<h4>Diverging bar</h4> <p>A simple standard bar chart that can handle both negative and positive magnitude values.</p>	<h4>Scatterplot</h4> <p>The standard way to show the relationship between two continuous variables, each of which has its own axis.</p>	<h4>Ordered bar</h4> <p>Standard bar charts assess the ranks of values & much more easily when sorted into order.</p>	<h4>Histogram</h4> <p>The standard way to show a statistical distribution - keep the gaps between columns small to highlight the 'shape' of the data.</p>	<h4>Line</h4> <p>The standard way to show a changing series. If data are irregular, consider markers to represent data points.</p>	<h4>Column</h4> <p>Columns work well for showing change over time - but usually best with only one series of data at a time.</p>	<h4>Stacked column</h4> <p>A simple way of showing part-to-whole relationships but can be difficult to read with more than a few components.</p>	<h4>Basic choropleth (rate/ratio)</h4> <p>The standard approach for putting data on a map - should always be easier rather than totals and use a sensible base geography.</p>	<h4>Sankey</h4> <p>Shows changes in flows from one condition to at least one other, good for tracing the eventual outcome of a complex process.</p>	
<h4>Diverging stacked bar</h4> <p>Perfect for presenting survey results which involve sentiment (eg disagree/neutral/agree).</p>	<h4>Column + line timeline</h4> <p>A good way of showing the relationship between an amount (column) and a rate (line).</p>	<h4>Ordered column</h4> <p>See above.</p>	<h4>Dot plot</h4> <p>A simple way of showing the change or range (minimum) of data across multiple categories.</p>	<h4>Column</h4> <p>Columns work well for showing change over time - but usually best with only one series of data at a time.</p>	<h4>Bar</h4> <p>See above. Good when the data are not fine series and labels have long category names.</p>	<h4>Marimekko</h4> <p>A good way of showing the size and proportion of data at the same time - as long as the data are not too complicated.</p>	<h4>Proportional symbol (count/magnitude)</h4> <p>Use for totals rather than rates - be wary that small differences in data will be hard to see.</p>	<h4>Waterfall</h4> <p>Designed to show the sequencing of data through a flow process, typically budgets. Can include +/- components.</p>	
<h4>Spine</h4> <p>Splits a single value into two contrasting components (eg male/female).</p>	<h4>Connected scatterplot</h4> <p>Usually used to show how the relationship between 2 variables has changed over time.</p>	<h4>Ordered proportional symbol</h4> <p>Use when there are big variations between values and/or seeing fine differences between data is not so important.</p>	<h4>Dot strip plot</h4> <p>Dates placed in order on a strip are a space-efficient method of laying out ranks across multiple categories.</p>	<h4>Column</h4> <p>Columns work well for showing change over time - but usually best with only one series of data at a time.</p>	<h4>Paired column</h4> <p>As per standard column but allows for multiple series. Can become tricky to read with more than 2 series.</p>	<h4>Paired bar</h4> <p>See above.</p>	<h4>Donut</h4> <p>Similar to a pie chart - but the centre can be a good way of making space to include more information about the data (eg total).</p>	<h4>Flow map</h4> <p>For showing unambiguous movement across a map.</p>	<h4>Chord</h4> <p>A complex but powerful diagram which can illustrate 2-way flows (and not winner) in a matrix.</p>
<h4>Surplus/deficit filled bar</h4> <p>The shaded area of these charts allows a balance to be shown - either against a baseline or between two series.</p>	<h4>Bubble</h4> <p>Like a scatterplot, but adds additional detail by sizing the circles according to a third variable.</p>	<h4>Dot strip plot</h4> <p>Dates placed in order on a strip are a space-efficient method of laying out ranks across multiple categories.</p>	<h4>Barcode plot</h4> <p>Like dot strip plots, good for displaying all the data in a table, they work best when highlighting individual values.</p>	<h4>Slope</h4> <p>Good for showing changing data as long as the data can be simplified into 2 or 3 points without missing a key part of story.</p>	<h4>Area chart</h4> <p>Use with care - these are good at showing changes to total, but seeing change in components can be very difficult.</p>	<h4>Marimekko</h4> <p>A good way of showing the size and proportion of data at the same time - as long as the data are not too complicated.</p>	<h4>Equalised cartogram</h4> <p>Converting each unit on a map to a regular and equally-sized shape - good for representing voting regions with equal value.</p>	<h4>Contour map</h4> <p>For showing areas of equal value on a map. Can use deviation colour schemes for showing +/- values.</p>	<h4>Scalogram</h4> <p>Stretching and skewing a map so that each area is sized according to a particular value.</p>
<h4>XY heatmap</h4> <p>A good way of showing the patterns between categories of data, less good at showing the differences in amounts.</p>	<h4>Lollipop</h4> <p>Lollipops draw more attention to the data value than standard bar/columns and can also show rank and value effectively.</p>	<h4>Slope</h4> <p>Perfect for showing how rates have changed over time or vary between categories.</p>	<h4>Boxplot</h4> <p>Summarise multiple distributions by showing the median (centre) and range of the data.</p>	<h4>Area chart</h4> <p>Use with care - these are good at showing changes to total, but seeing change in components can be very difficult.</p>	<h4>Proportional symbol</h4> <p>Use when there are big variations between values and/or seeing fine differences between data is not so important.</p>	<h4>Proportional symbol</h4> <p>Use when there are big variations between values and/or seeing fine differences between data is not so important.</p>	<h4>Voronoi</h4> <p>A way of turning points into areas - any point within each area is closer to the central point than any other centroid.</p>	<h4>Dot density</h4> <p>Used to show the location of individual events/locations - make sure to annotate any patterns the reader should see.</p>	<h4>Heat map</h4> <p>Grid-based data values mapped with an intensity colour scale. As choropleth map - but not mapped to an administrative unit.</p>
<h4>Violin plot</h4> <p>Similar to a box plot but more effective with complex distributions (data that cannot be summarised with simple average).</p>	<h4>Rump</h4> <p>Effective for showing changing rankings across multiple dates. For large datasets, consider grouping lines using colour.</p>	<h4>Population pyramid</h4> <p>A standard way for showing the age and sex breakdown of a population distribution, effectively, back to back histograms.</p>	<h4>Cumulative curve</h4> <p>A good way of showing how unequal a distribution is: x axis is always cumulative frequency, y axis is always a measure.</p>	<h4>Calendar heatmap</h4> <p>A great way of showing temporal patterns (daily, weekly, monthly) - at the expense of showing precision in quantity.</p>	<h4>Isotype (pictogram)</h4> <p>Excellent solution in some instances - use only with whole numbers (do not slice off an arm to represent a decimal).</p>	<h4>Lollipop</h4> <p>Lollipop charts draw more attention to the data value than standard bar/column - does not have to start at zero (not preferable).</p>	<h4>Gridplot</h4> <p>Good for showing % information, they work best when used on whole numbers and work well in multiple layout forms.</p>	<h4>Arc</h4> <p>A semicircle, often used for visualising political results in parliaments.</p>	<h4>Venn</h4> <p>Generally only used for schematic representation.</p>
<h4>Frequency polygons</h4> <p>For displaying multiple distributions of data. Like a regular line chart, best limited to a maximum of 3 or 4 datasets.</p>	<h4>Priestley timeline</h4> <p>Great when date and duration are key elements of the story in the data.</p>	<h4>Calendar heatmap</h4> <p>A great way of showing temporal patterns (daily, weekly, monthly) - at the expense of showing precision in quantity.</p>	<h4>Circle timeline</h4> <p>Good for showing discrete values of varying size across multiple categories (eg earthquakes by continent).</p>	<h4>Parallel coordinates</h4> <p>An alternative to radar charts - again, the arrangement of the variables is important. Usually benefits from highlighting values.</p>	<h4>Radial</h4> <p>A space-efficient way of showing value of multiple variables - but make sure they are organised in a way that makes sense to reader.</p>	<h4>Radial</h4> <p>A space-efficient way of showing value of multiple variables - but make sure they are organised in a way that makes sense to reader.</p>	<h4>Waterfall</h4> <p>Can be useful for showing part-to-whole relationships where some of the components are negative.</p>	<h4>Waterfall</h4> <p>Can be useful for showing part-to-whole relationships where some of the components are negative.</p>	<h4>Waterfall</h4> <p>Can be useful for showing part-to-whole relationships where some of the components are negative.</p>
<h4>Vertical timeline</h4> <p>Presents time on the Y axis. Good for displaying detailed time series that work especially well when scrolling on mobile.</p>	<h4>Setsomogram</h4> <p>Another alternative to the circle timeline for showing series where there are big variations in the data.</p>	<h4>Vertical timeline</h4> <p>Presents time on the Y axis. Good for displaying detailed time series that work especially well when scrolling on mobile.</p>	<h4>Setsomogram</h4> <p>Another alternative to the circle timeline for showing series where there are big variations in the data.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>	<h4>Grouped symbol</h4> <p>An alternative to bar/column charts when being able to count data or highlight individual elements is useful.</p>

Visual vocabulary

Designing with data

There are so many ways to visualise data - how do we know which one to pick? Use the categories across the top to decide which data relationship is most important in your story, then look at the different types of chart within the category to form some initial ideas about what might work best. This list is not meant to be exhaustive, nor a wizard, but is a useful starting point for making informative and meaningful data visualisations.

FT graphics: Alan Smith, Chris Campbell, Ian Bart, Liu Fan, Graham Parkin, Billy Debenham, Paul McCallan, Martin Steele
Inspired by the graphic: Courtesy by Ian McQuibbin and Severin Wilton



<https://www.youtube.com/watch?v=QNv9PRDIhes>

Mother INature



Needs a status report



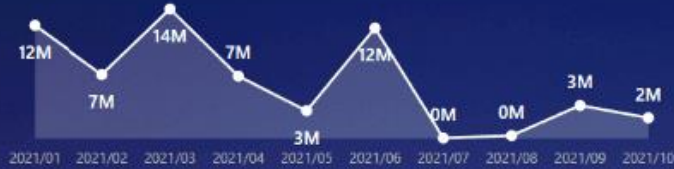
0:00 / 5:25



Products manufactured



102 614 672



September 2021



0,96

Electricity kWh/tr.



22,62

Raw water ltr/tr.

October 2021



3,90

Electricity kWh/tr.



24,63

Raw water ltr/tr.

Period KPI



1,42

Electricity kWh/tr.



15,63

Raw water ltr/tr.

Region

- Search
- Select all
 - AP
 - Malaysia
 - EMEA
 - Bosnia and Herzeg...
 - Croatia
 - Czech Republic
 - Estonia
 - France
 - Hungary
 - Ireland
 - Italy
 - Kazakhstan
 - Kyrgyzstan
 - Poland
 - Portugal
 - Romania
 - Russia
 - Serbia
 - Slovak Republic
 - Slovenia
 - Spain
 - Turkey
 - United Kingdom
 - LA
 - Argentina
 - Brasil
 - Chile
 - Colombia
 - Ecuador
 - Peru

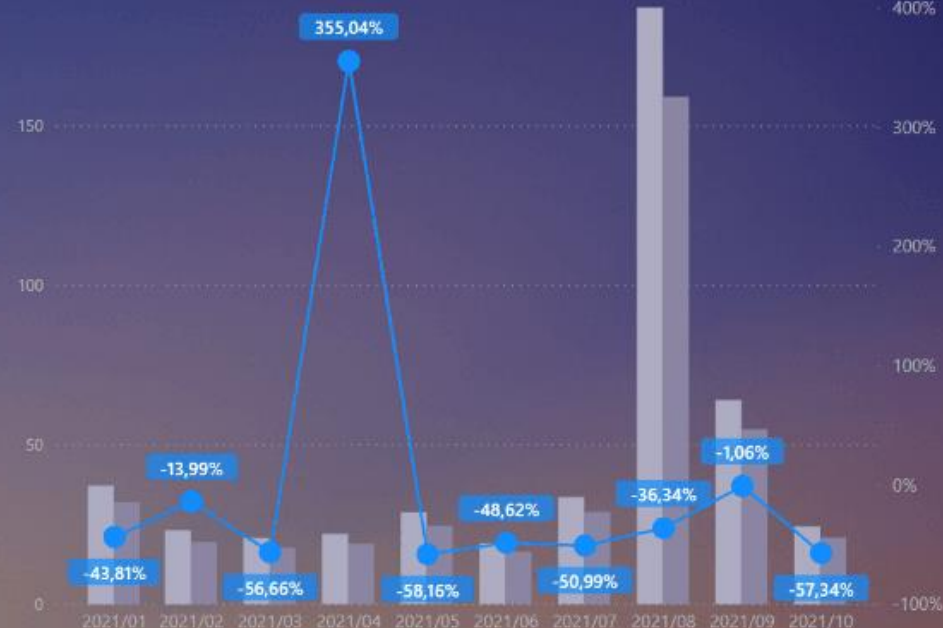
Electricity KPIs

● Electricity KPI [kWh/product] ● Electricity KPI trend[%]



Water KPIs

● Raw water KPI [liter/product] ● Distilled water KPI [lirt/product] ● raw water KPI trend [%]



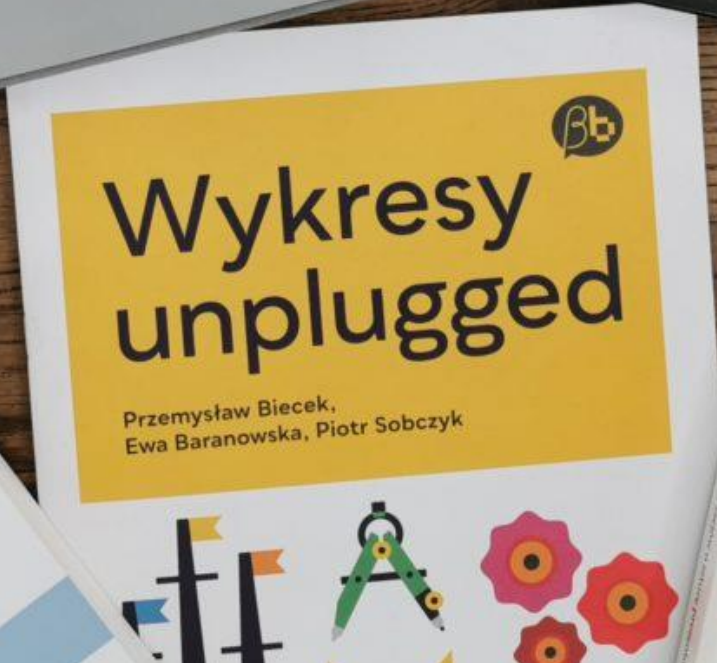
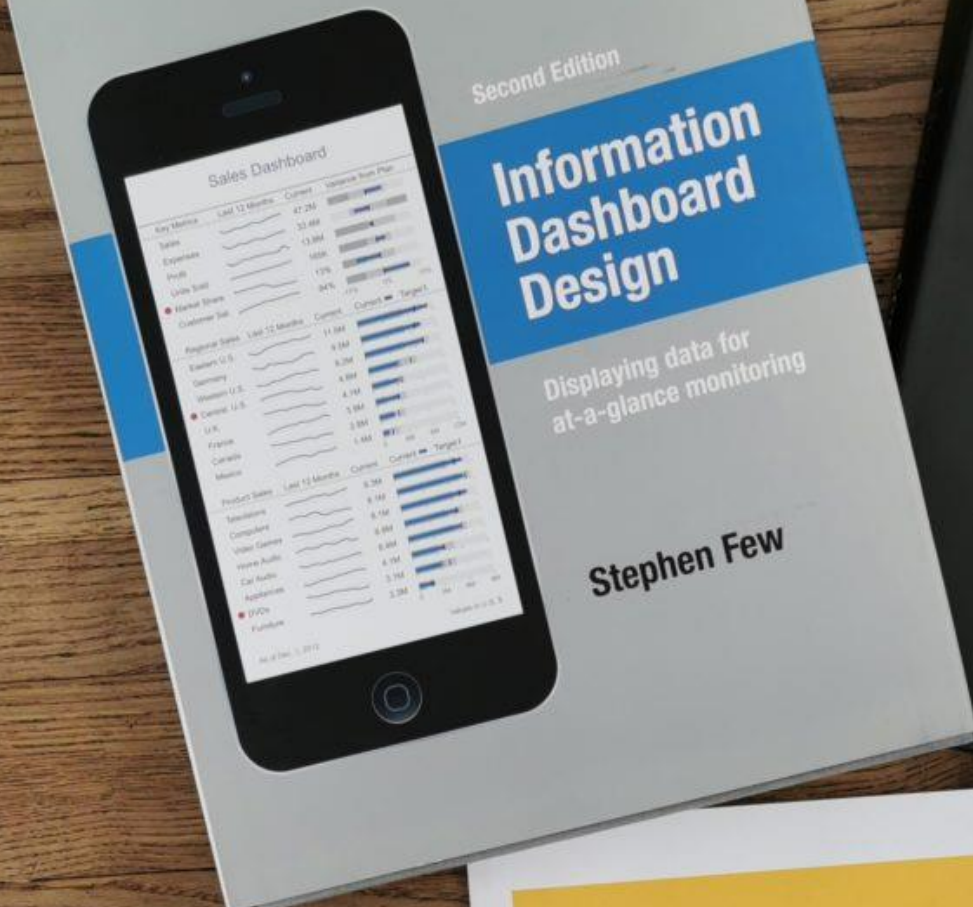
Raport Power BI

<https://www.youtube.com/watch?v=usdJgEwMinM>



0:00 / 19:53





2 zadania do wykonania

1. Wyślij imię oraz e-mail uczestnika kursu POWER na: kontakt@skuteczneraporty.pl Tytuł: ESG
2. Dodaj Bartosz Czapiewski na LinkedIn.

<https://skuteczneraporty.pl/kurs-power/>

22-godzinny kurs wideo by stać się ekspertem raportowania oraz wizualizacji danych Excel i Power BI



110 ćwiczeń



21 lekcji



kurs online 24/7



certyfiakat



dożywotni dostęp