



iniced
Digital Knowledge

La Visualització de Dades:
eina essencial per l'evolució del teu negoci

OBJECTIUS I ÀREES D'ACTIVITATS DE INICED

Acompanyem a organitzacions i negocis en el seu procés de transformació digital i necessitats de pagaments

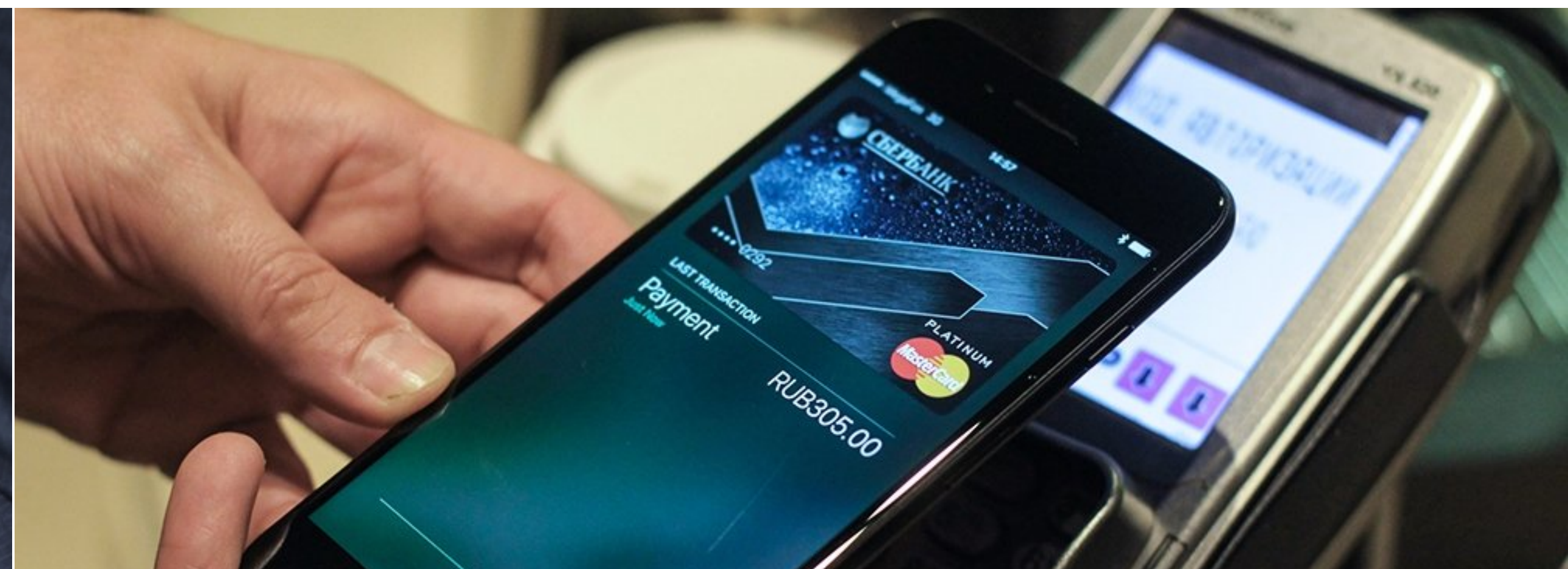


Competències Digitals

Consultoria Estratègies Digitals

Data Governance, Analytics i Visualització de dades

Formació In-company



Necessitats de pagaments

Consultoria de tecnologia financera i mitjans de pagament

US VOLEM CONÈIXER MILLOR!

Valoració de la maduresa de la dada a la meva empresa (data maturity)

Utilitzeu alguna eina de Intel·ligència de negoci (BI) per emmagatzemar i explotar les dades?

Disposeu d'un sistema de reporting totalment automatitzat i centralitzat

Aquest reporting el soleu fer amb Excel o Powerpoint?

Utilitzeu alguna eina de visualització de dades?

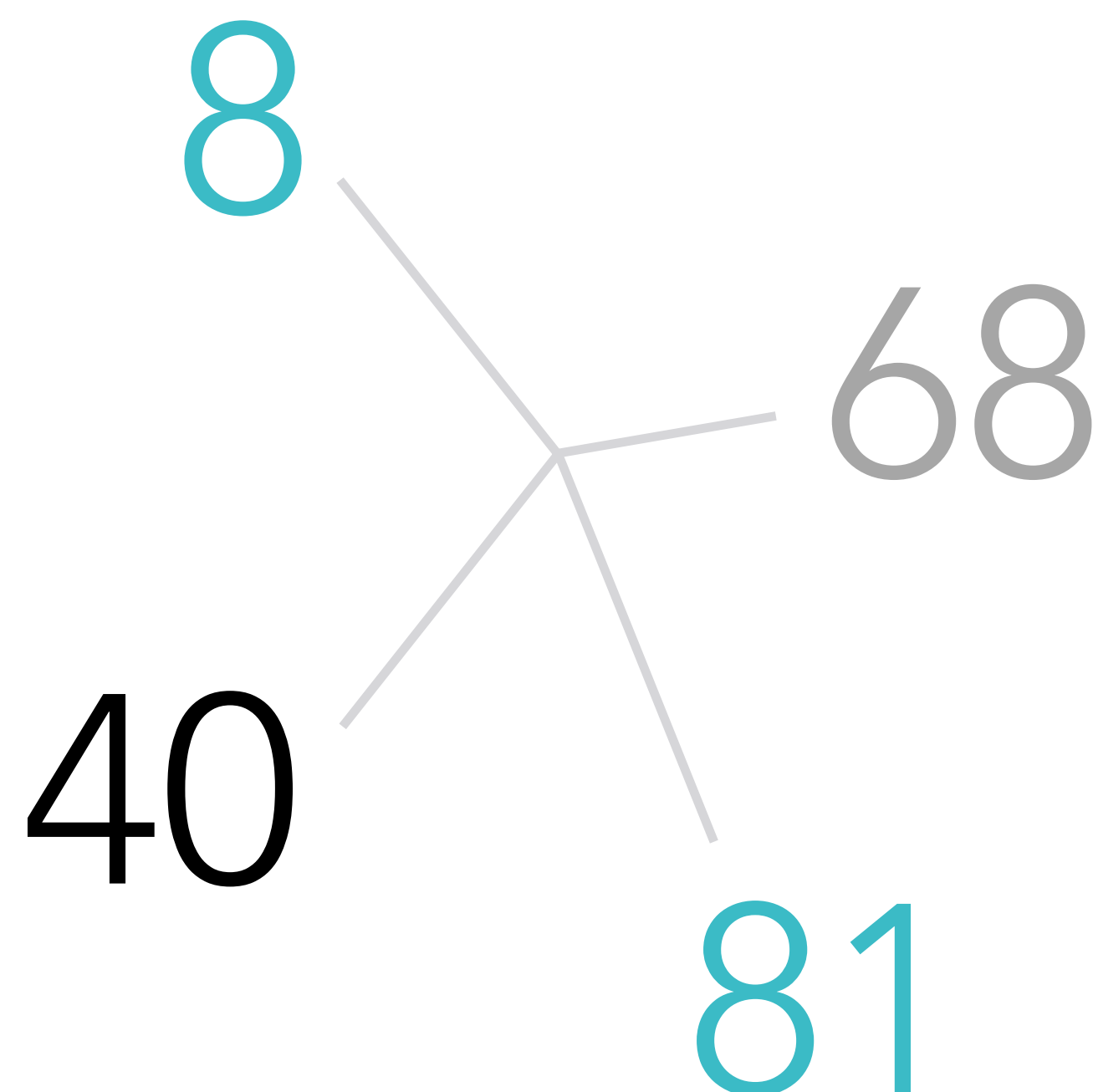
Preneu decisions estratègiques tenint com a suport les dades ?

Utilitzeu tècniques de visualització per representar dades en els vostres informes?

salvador.rivas@iniced.com

datos@iniced.com

ALGUNES DADES PER COMENÇAR...



Les organitzacions estan invertint bilions de dòlars per convertir-se en empreses basades en les dades. No obstant, només el 8% aconsegueix adaptar l'anàlisi de manera eficaç per obtenir valor a partir de les dades

El 68% de les persones assenyalen que, a causa de la pandèmia, va canviar la seva concepció sobre quins productes i serveis són importants

A Itàlia, les vendes de productes de consum mitjançant el comerç electrònic van experimentar un augment del 81% a tan sols una setmana a principis de la pandèmia

Segons alguns estudis recents, la meitat dels negocis, un 40%, desapareixeran en els propers 10 anys si no es reinventen

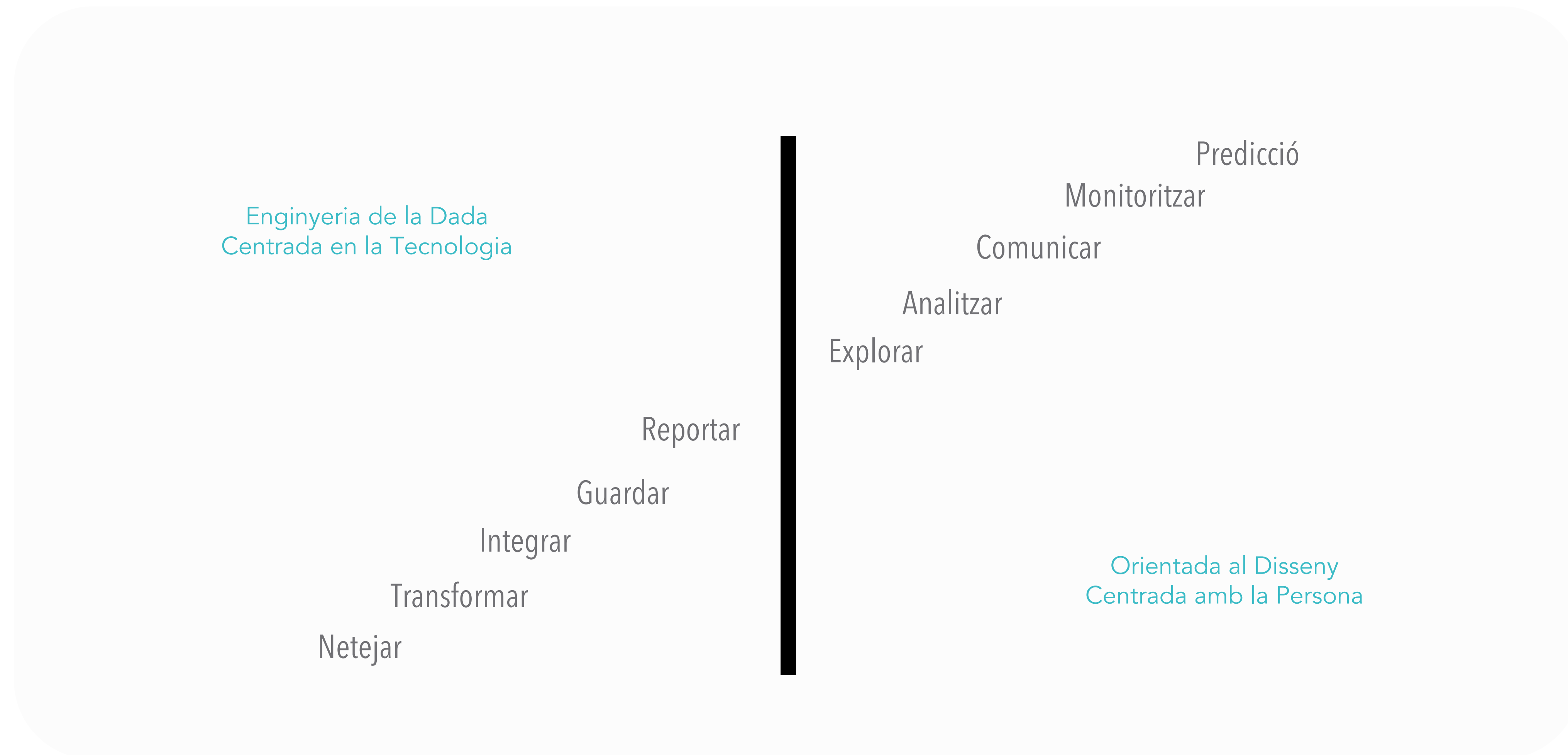
Fonts: Tableau, Gardner, Mckinsey 2020

QUE ES LA VISUALITZACIÓ DE DADES

*“ es una **representació gràfica** de dades o conceptes, que respon a la construcció interna de la nostre ment i que ens ajuda en la **presa de decisions**”*

C. Ware, 2000

EL NOU ESCENARI DE LA INTEL·LIGÈNCIA DE NEGOCI



OBJECTIUS DE LA VISUALITZACIÓ DE DADES

1

Comunicar

Es necessiten metodologies per utilitzar les dades i no centrar-nos únicament en processar-les

Una visualització efectiva de dades pot suposar la diferencia entre l'èxit o el fracàs a l'hora de comunicar conclusions

2

Contextualitzar

Saber quines són les preguntes que volen ser respostes amb la visualització

Tenir clara la audiència (públic objectiu) a qui anirà dirigit el dashboard

Definir clarament l'objectiu de la visualització

3

Explorar

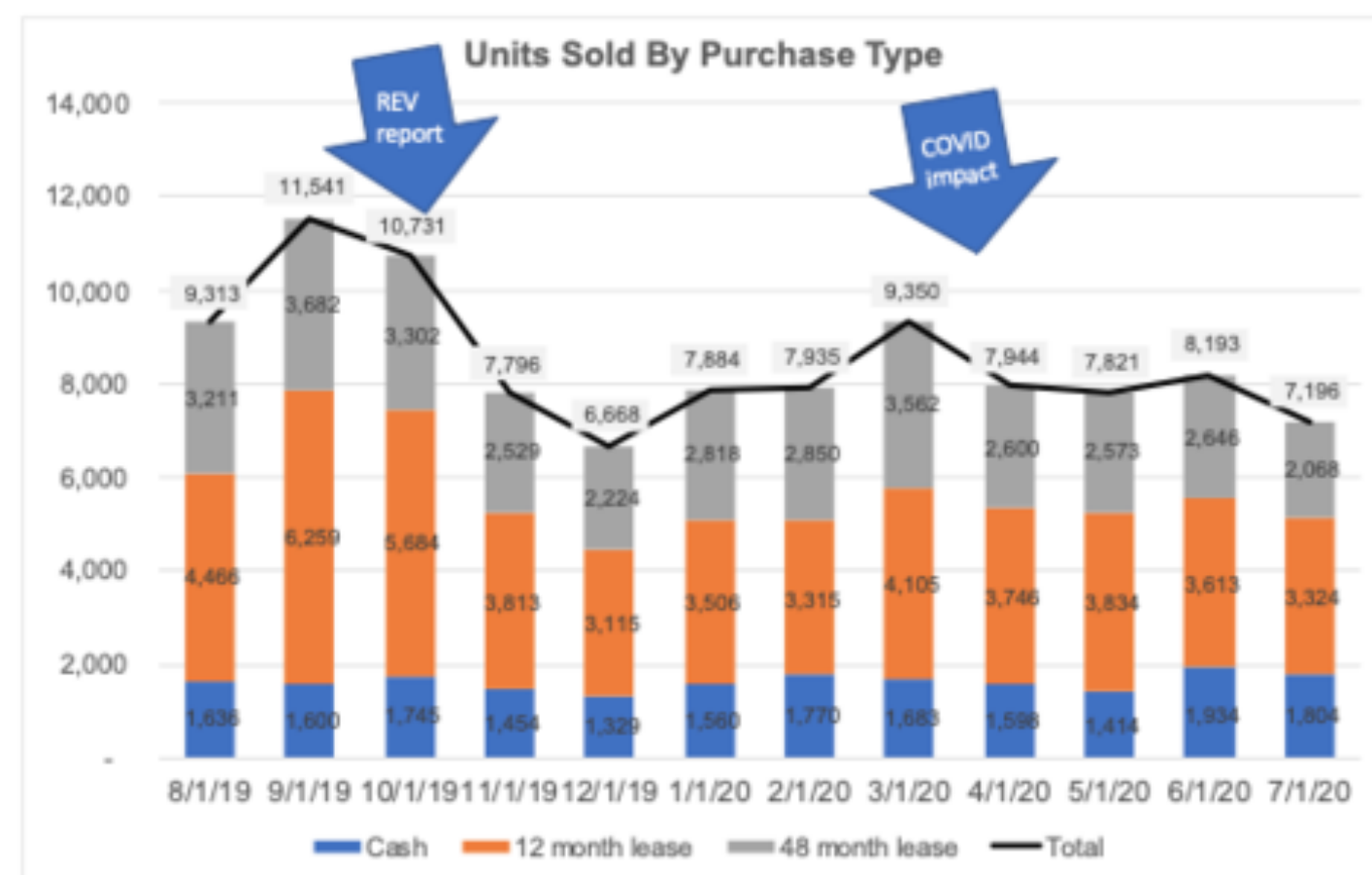
Les visualitzacions ens han de permetre analitzar i aprofundir en les dades

Al activar les nostres capacitats cognitives ens és més senzill poder explorar les dades i prendre decisions

COMUNICAR: DONAR SENTIT A LES DADES

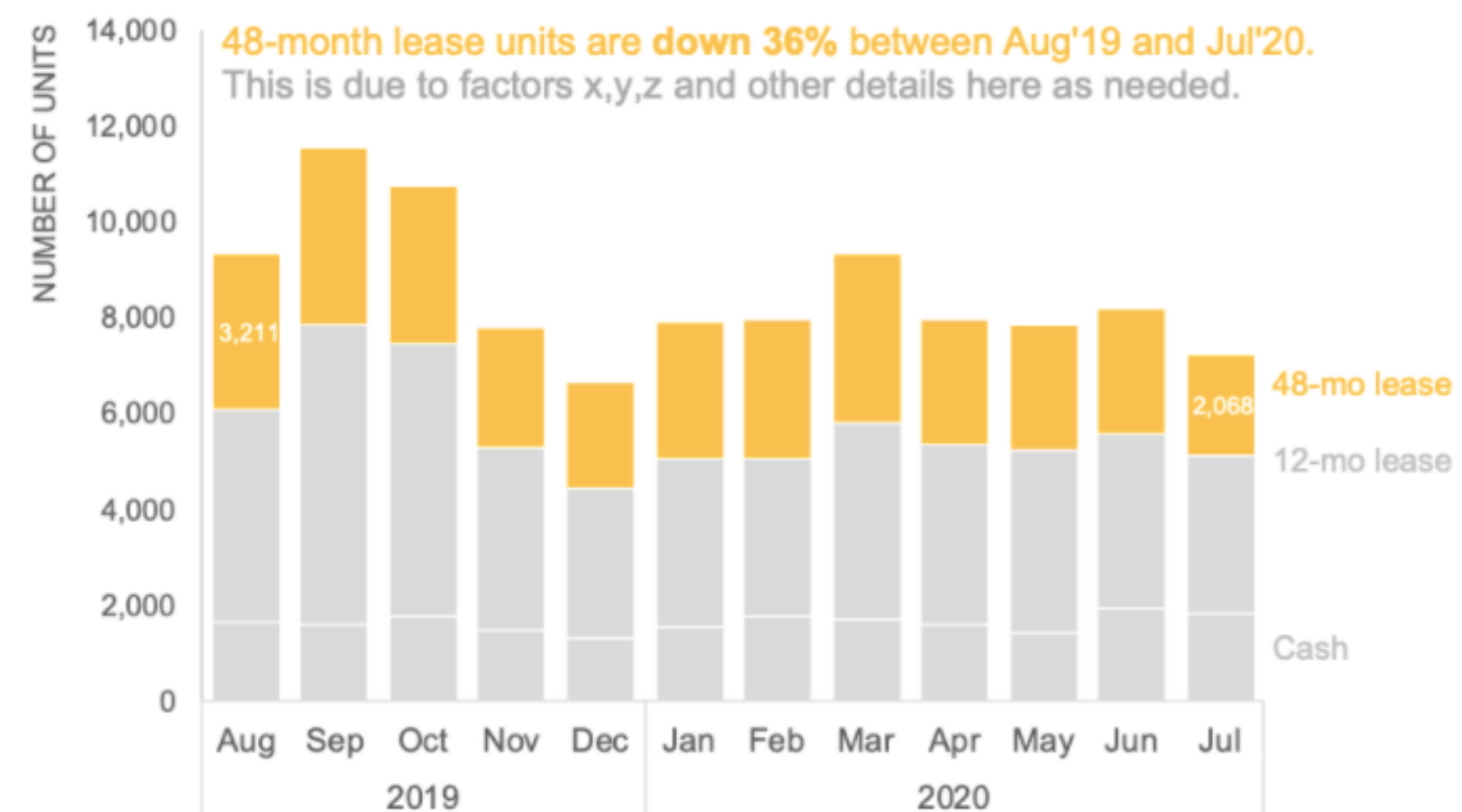
BEFORE: SHOWING DATA

July Results



AFTER

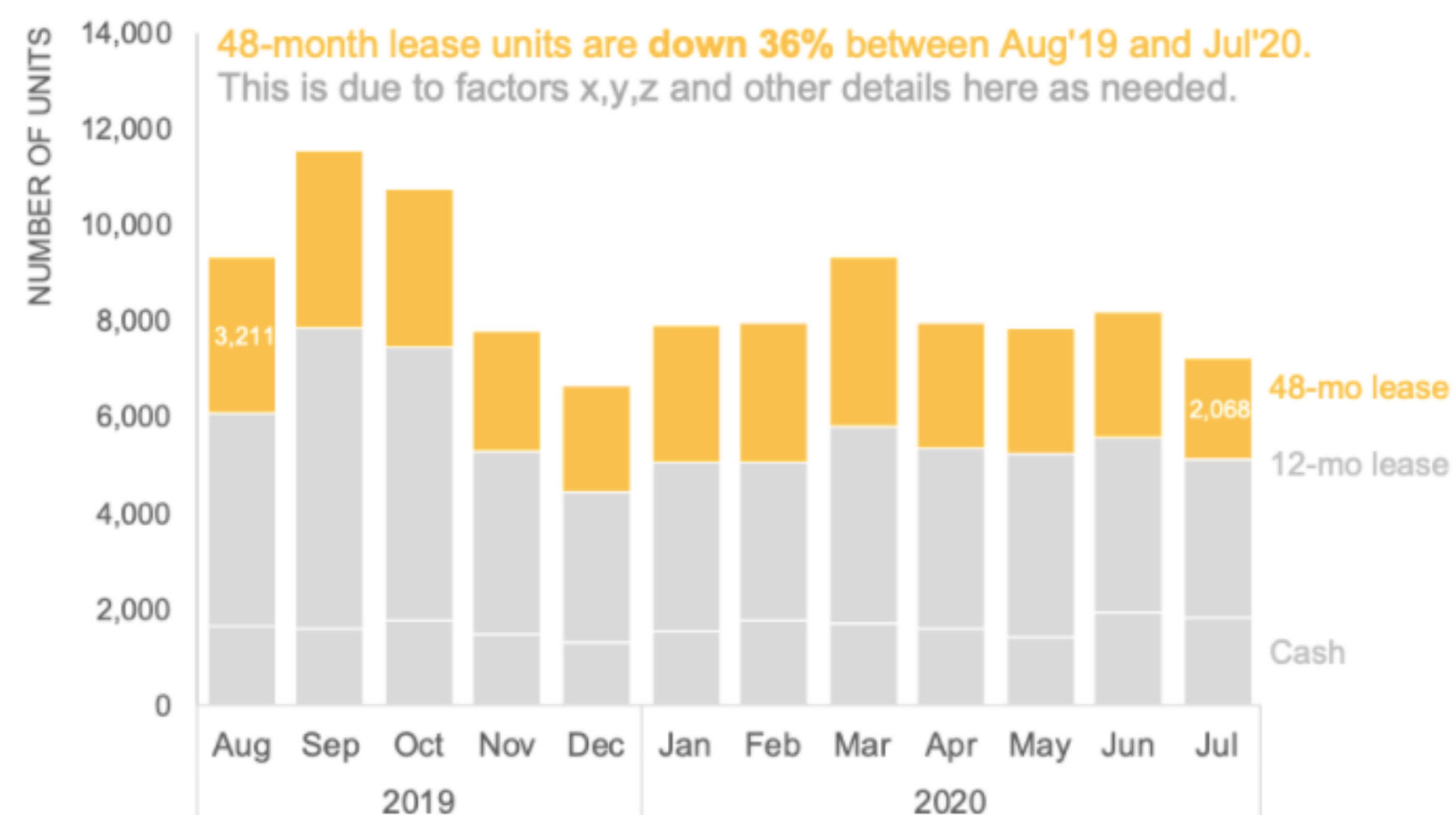
Sales over time by purchase type



COMUNICAR: DONAR SENTIT A LES DADES

AFTER

Sales over time by purchase type



AFTER: STORYTELLING WITH DATA

Consumer behavior has shifted

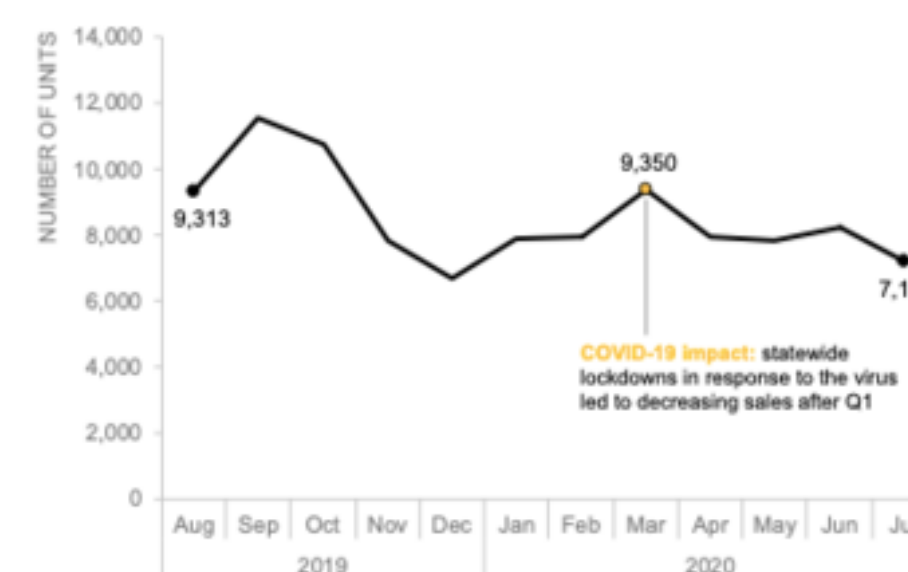
Total units sold is **down 22.7% YoY** and down 23% since **the impact of COVID lockdowns** in the US.

The COVID impact caused a sharp decrease in the number of units sold as of July. We expect this decline to level out by each year-end due to discussions with key customers about resuming their purchasing cycles.

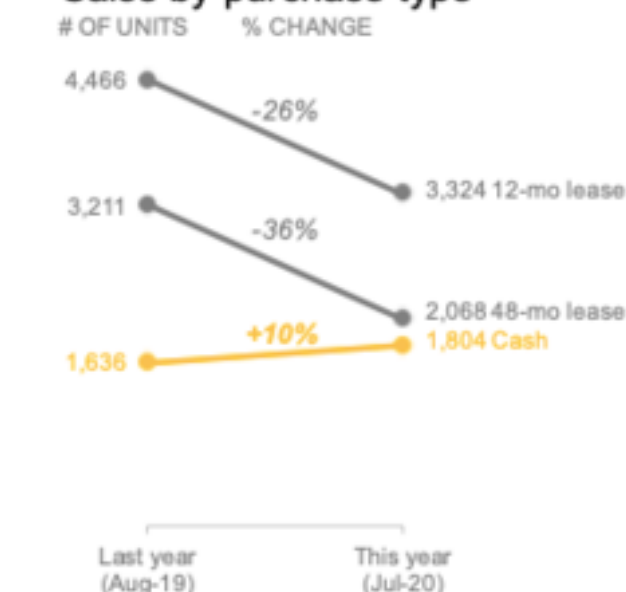
Purchase type composition has evolved over time. **How might this impact our go-forward strategy?**

As a result of the market and access to financing, the 12 and 48 month leases are decreasing in utilization. **Cash purchases have increased 10% in the last 12 months.** We expect this to continue.

Total sales over time



Sales by purchase type



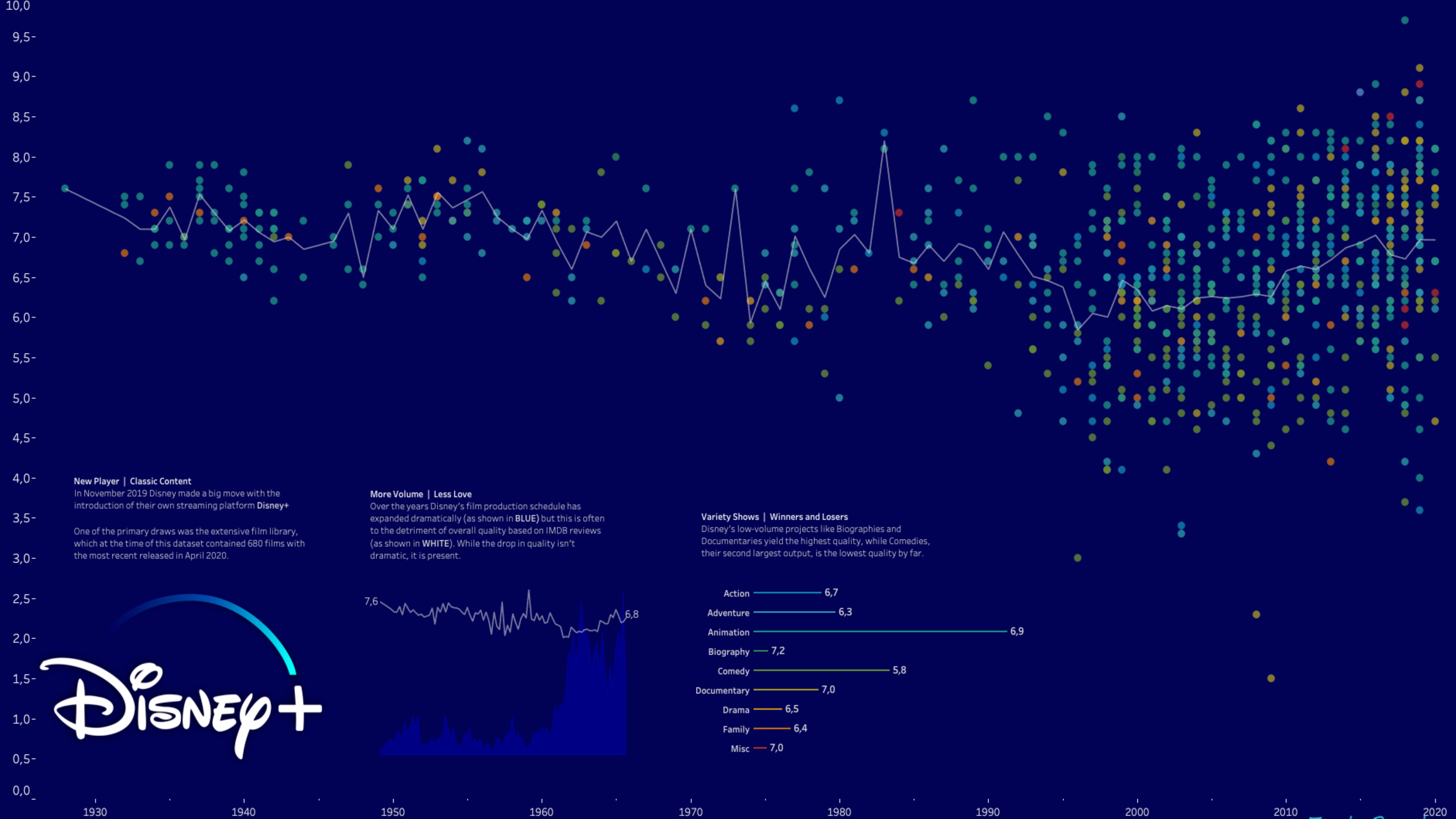
COMUNICAR: DONAR SENTIT A LES DADES

53738383454634738292
83743654563038383937
36363738398398387303
65373932363524265252
12892927826235423526

53**7**38383454634**7**38292
83**7**4365456303838393**7**
36363**7**3839839838**7**303
653**7**3932363524265252
1289292**7**826235423526

53**7**38383454634**7**38292
83**7**4365456303838393**7**
36363**7**3839839838**7**303
653**7**3932363524265252
1289292**7**826235423526

53**7**38383454634**7**38292
83**7**4365456303838393**7**
36363**7**3839839838**7**303
653**7**3932363524265252
1289292**7**826235423526



New Player | Classic Content

In November 2019 Disney made a big move with the introduction of their own streaming platform **Disney+**

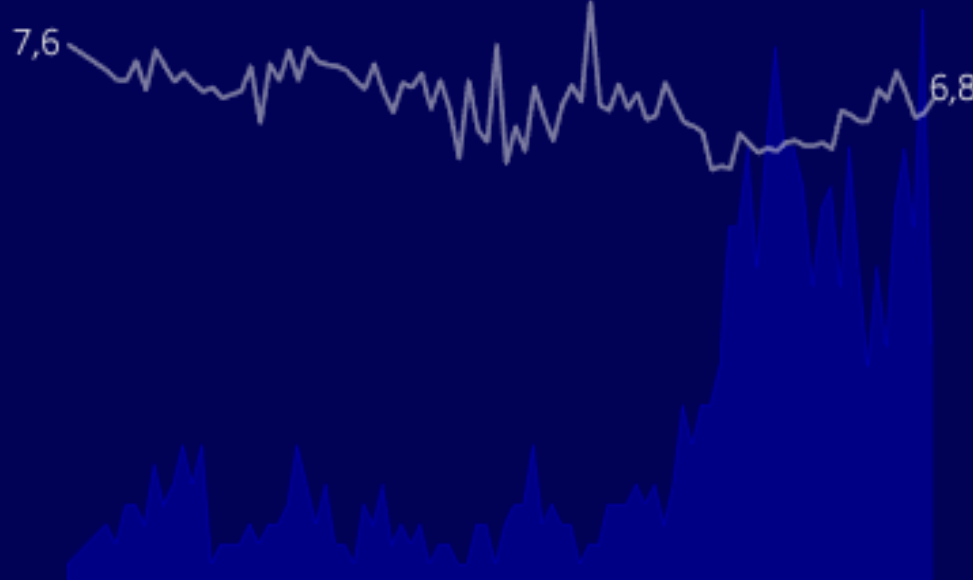
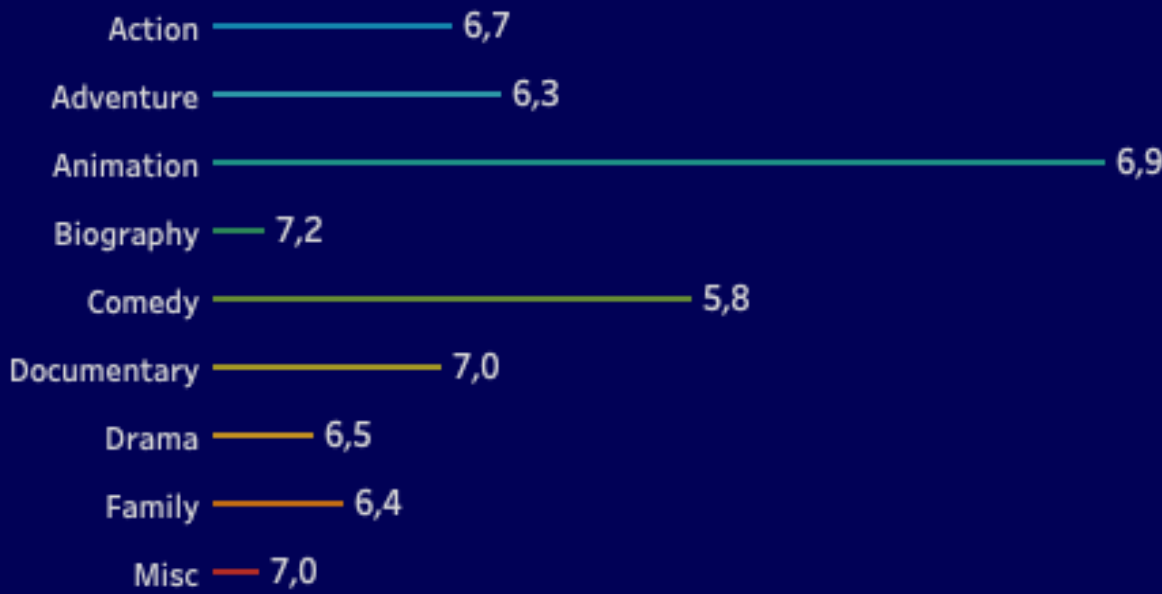
One of the primary draws was the extensive film library, which at the time of this dataset contained 680 films with the most recent released in April 2020.

More Volume | Less Love

Over the years Disney's film production schedule has expanded dramatically (as shown in **BLUE**) but this is often to the detriment of overall quality based on IMDB reviews (as shown in **WHITE**). While the drop in quality isn't dramatic, it is present.

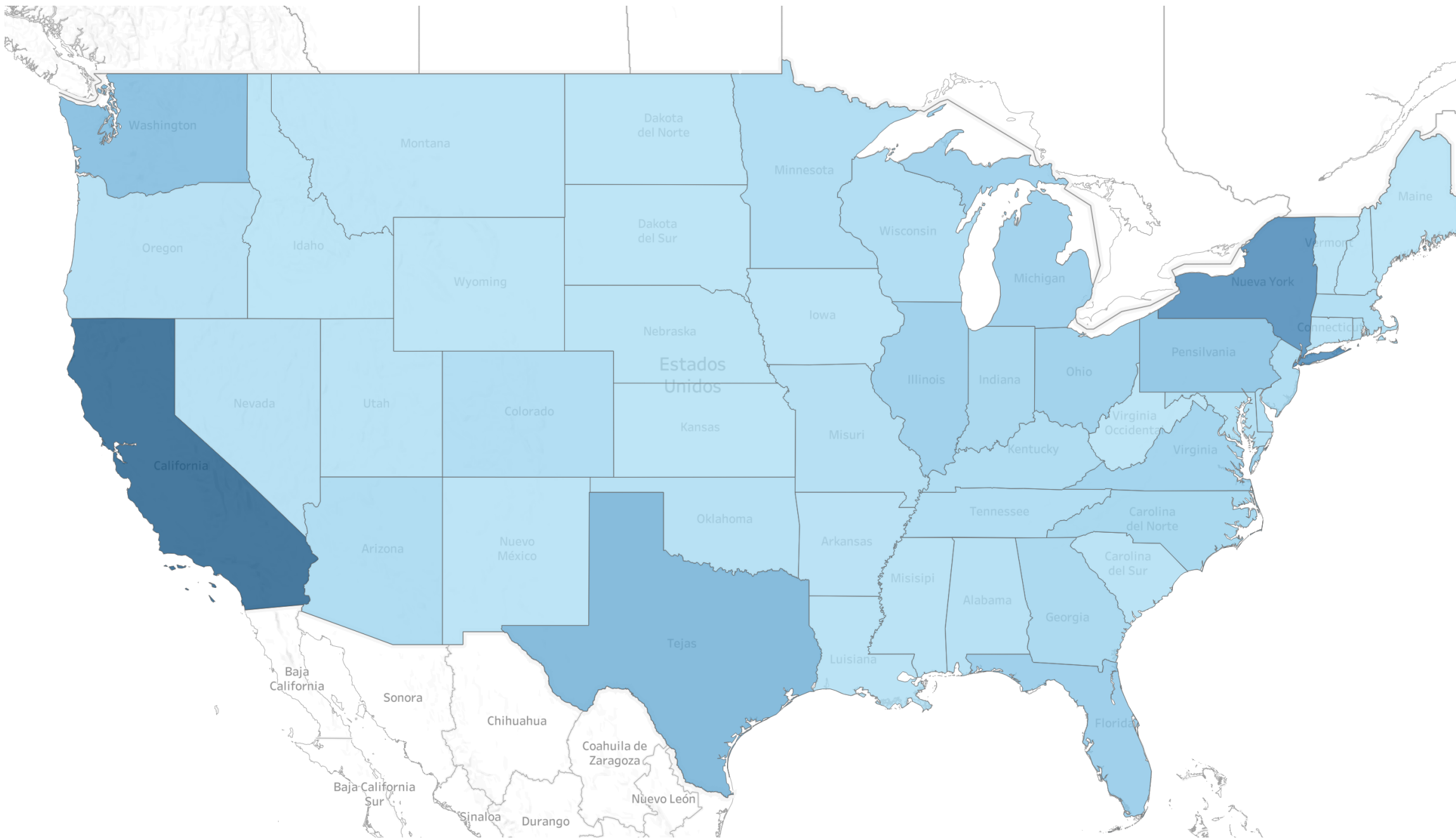
Variety Shows | Winners and Losers

Disney's low-volume projects like Biographies and Documentaries yield the highest quality, while Comedies, their second largest output, is the lowest quality by far.

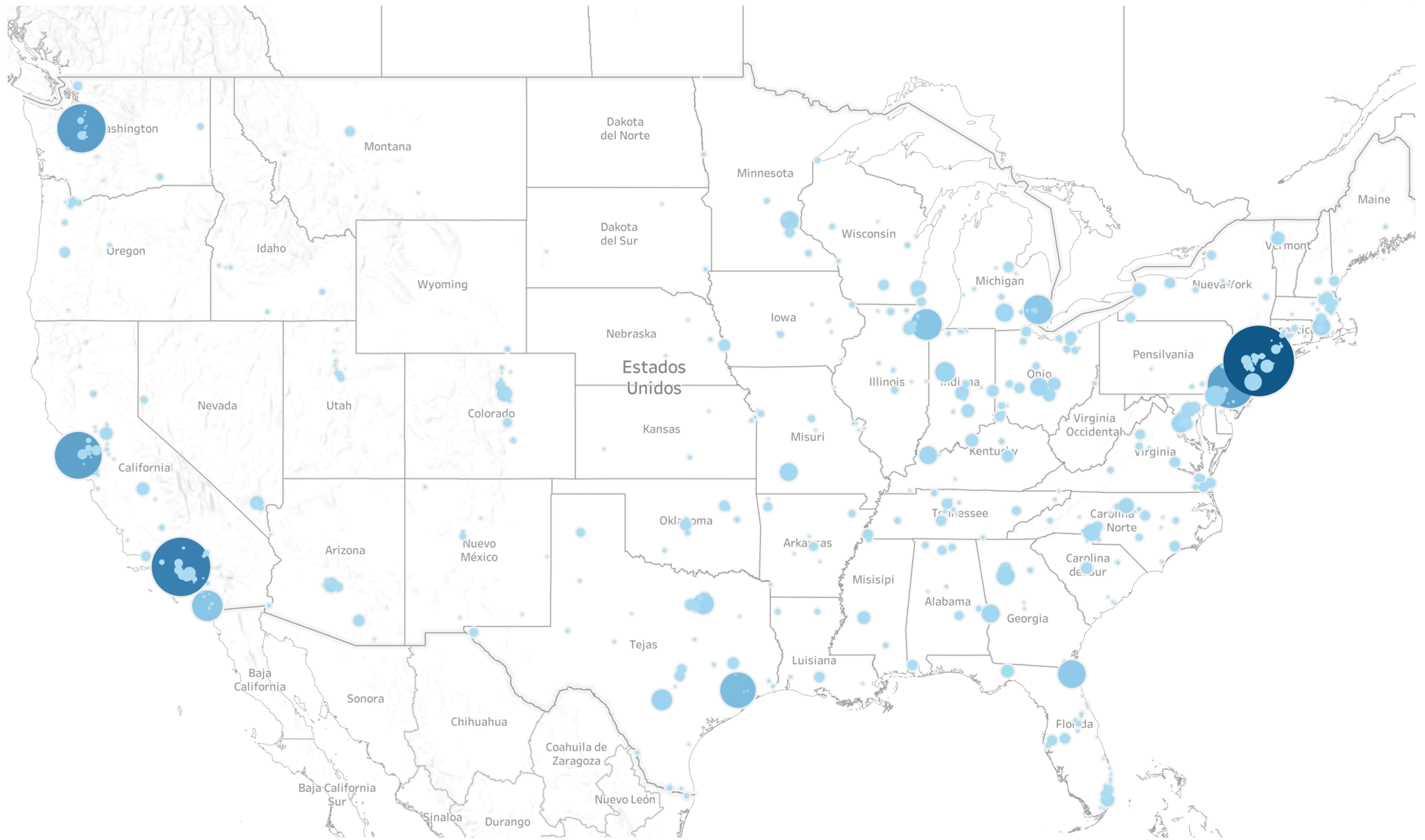


CONTEXTUALITZAR: QUÈ VOLEM EXPLICAR

CONTEXT 1



CONTEXT 2



EXPLORAR: TREURE CONEIXEMENT DE VALOR



Análisis del Forecasting y Crecimiento hipotético
Qué pasaría si las ventas aumentaran en un % determinado? Y si seguimos con la evolución de ventas históricas, cuál va a ser el pronostico para el próximo año?

Nuevo crecimiento empresarial

Tasa de rotación

Región

Segmento

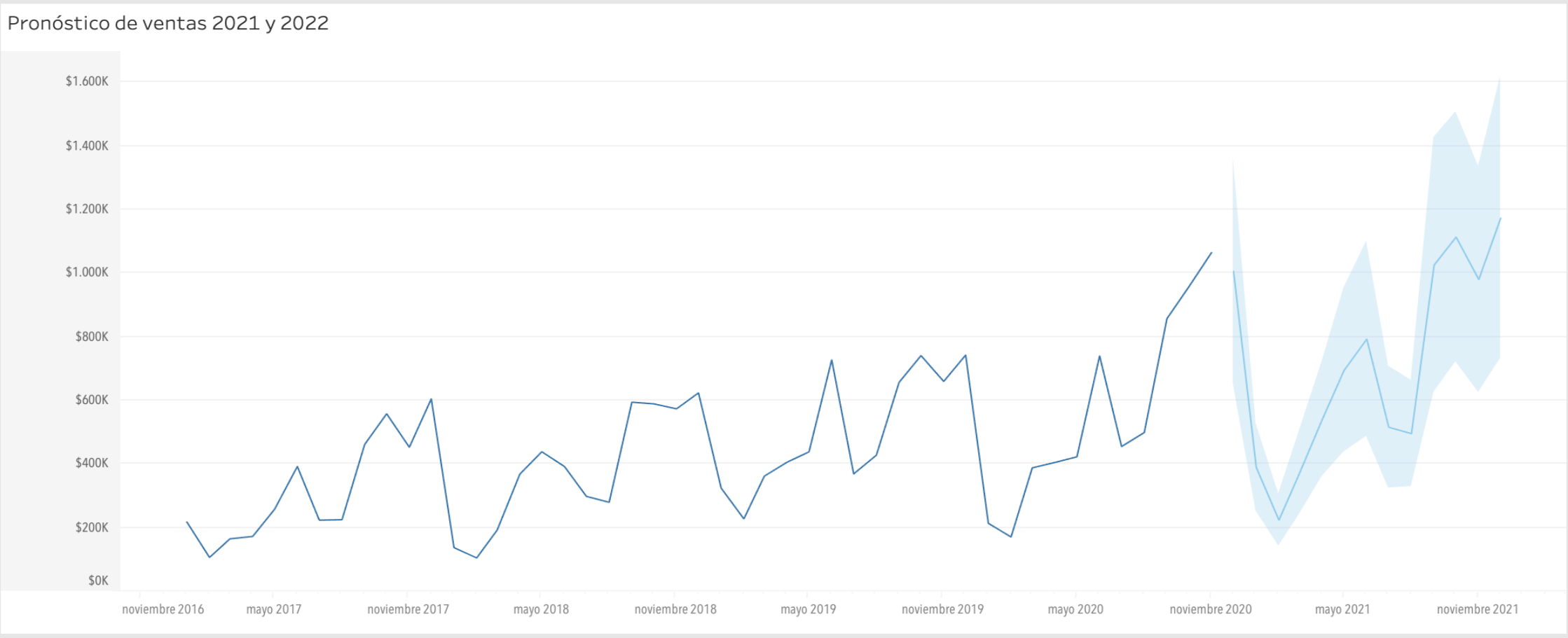
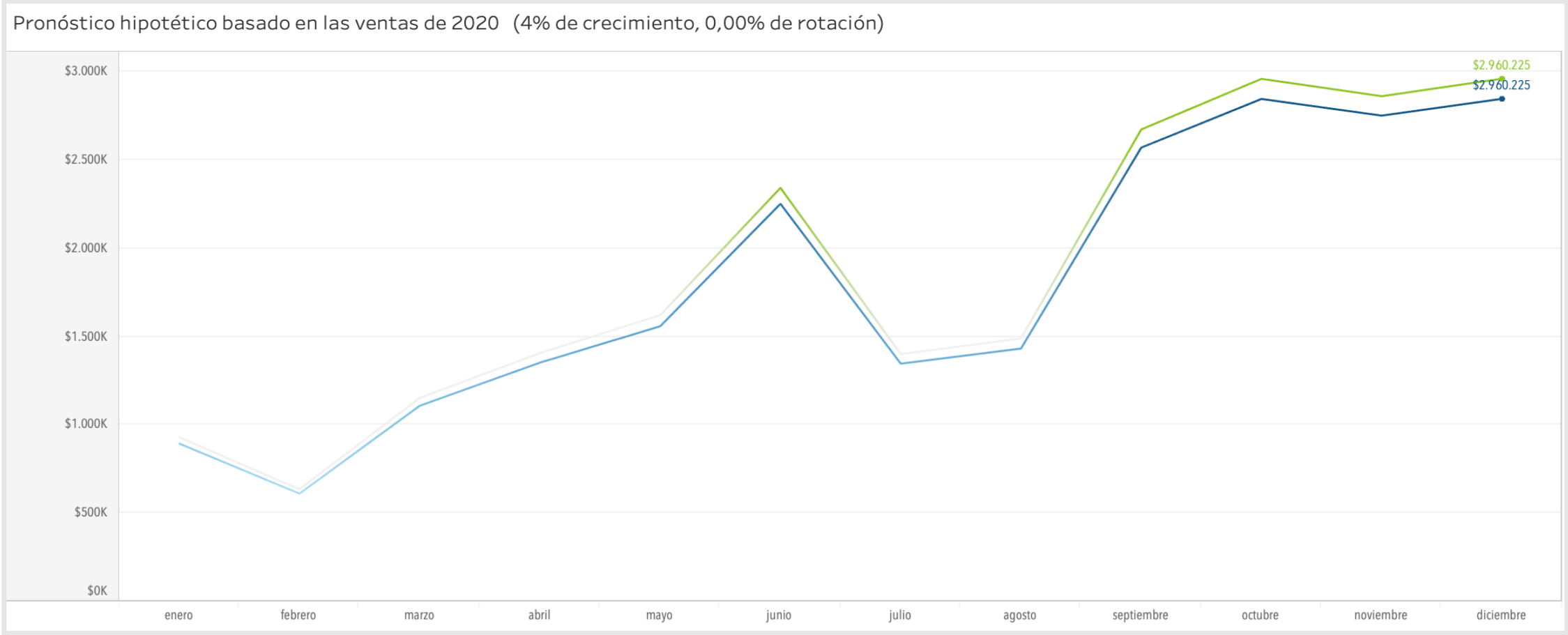
4%

0,00%

(Todo)

(Todo)

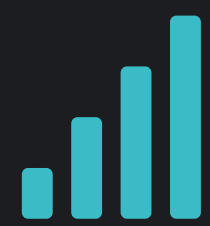
Cambie la tasa de crecimiento y la tasa de rotación para comprender mejor su impacto en los pronósticos de ventas
Seleccione una región y el tipo de cliente para ver los resutados del pronóstico y crecimiento



Pronóstico hipotético basado en Todo Ventas (4% de crecimiento, 0,00% de rotación)

	T1				T2				T3				T4			
	enero	febrero	marzo	Total	abril	mayo	junio	Total	julio	agosto	septiembre	Total	octubre	noviembre	diciembre	Total
Pronóstico de ventas	\$92.891	\$104.661	\$138.011	\$335.563	\$205.008	\$236.500	\$357.895	\$799.404	\$177.011	\$243.770	\$341.722	\$762.503	\$569.585	\$417.314	\$410.882	\$1.397.781
Ventas	\$89K	\$101K	\$133K	\$323K	\$197K	\$227K	\$344K	\$769K	\$170K	\$234K	\$329K	\$733K	\$548K	\$401K	\$395K	\$1.344K
Pronóstico de ventas	\$296.125	\$165.446	\$375.731	\$837.301	\$480.352	\$421.763	\$743.266	\$1.645.380	\$363.981	\$251.353	\$774.169	\$1.389.503	\$757.998	\$843.480	\$771.642	\$2.373.120
Ventas	\$285K	\$159K	\$361K	\$805K	\$462K	\$406K	\$715K	\$1.582K	\$350K	\$242K	\$744K	\$1.336K	\$729K	\$811K	\$742K	\$2.282K
Pronóstico de ventas	\$320.966	\$140.056	\$398.779	\$859.801	\$273.413	\$506.821	\$664.704	\$1.444.938	\$404.608	\$477.415	\$786.175	\$1.668.198	\$757.800	\$892.688	\$850.250	\$2.500.738
Ventas	\$309K	\$135K	\$383K	\$827K	\$263K	\$487K	\$639K	\$1.389K	\$389K	\$459K	\$756K	\$1.604K	\$729K	\$858K	\$818K	\$2.405K
Pronóstico de ventas	\$219.931	\$224.976	\$240.065	\$684.971	\$447.756	\$455.761	\$576.218	\$1.479.735	\$454.902	\$516.873	\$770.744	\$1.742.519	\$874.096	\$707.768	\$927.452	\$2.509.316
Ventas	\$211K	\$216K	\$231K	\$659K	\$431K	\$438K	\$554K	\$1.423K	\$437K	\$497K	\$741K	\$1.675K	\$840K	\$681K	\$892K	\$2.413K

ELS GRANS MITES: LA REALITAT



VOLUM DE DADES

Totes les empreses, siguin del tamany que siguin, generen, procesen i intercanvien moltes dades cada dia

Aquestes dades tenen un gran valor per a la empresa

El coneixament de les dades no està lligat al nombre de dades que es tingui



FONTS DE DADES

Els projectes de visualització es realitzen tan si tenim una font de dades com si en tenim 10

Moltes eines de visualització ens permeten connectivitat amb diferents fonts de dades



SEGURETAT DE LES DADES

Les dades son 100% de la empresa. Els professionals de la visualització el que fem es representar-les

Cada projecte té el seu contracte de DNA (confidencialitat) que avala el bon ús de les dades



GRAN INVERSIÓ

No son projectes cars malgrat es pugui pensar que ho són

No s'ha de invertir en tecnologia si no en coneixement

Existeixen diferents eines de visualització al mercat que satisfan les necessitats de cada projecte

EL VALOR

Visió 360 de l'ecosistema de dades orientat a generar coneixement del negoci i presa de decisions

- 1

Portar la organització cap a un canvi cultural de presa de decisió a través de la dada → Organització data-driven
- 2

Incorporar velocitat, valor i precisió en els dashboards de la empresa
- 3

Visualitzacions adaptades a cada consumidor (dispositius, KPIs) aplicant tècniques de dataVIZ
- 4

Habilitar als consumidors de dades a generar i interpretar *dashboards* amb més autonomia





Cas pràctic

Com reportar de manera eficaç

Necessitats del Projecte

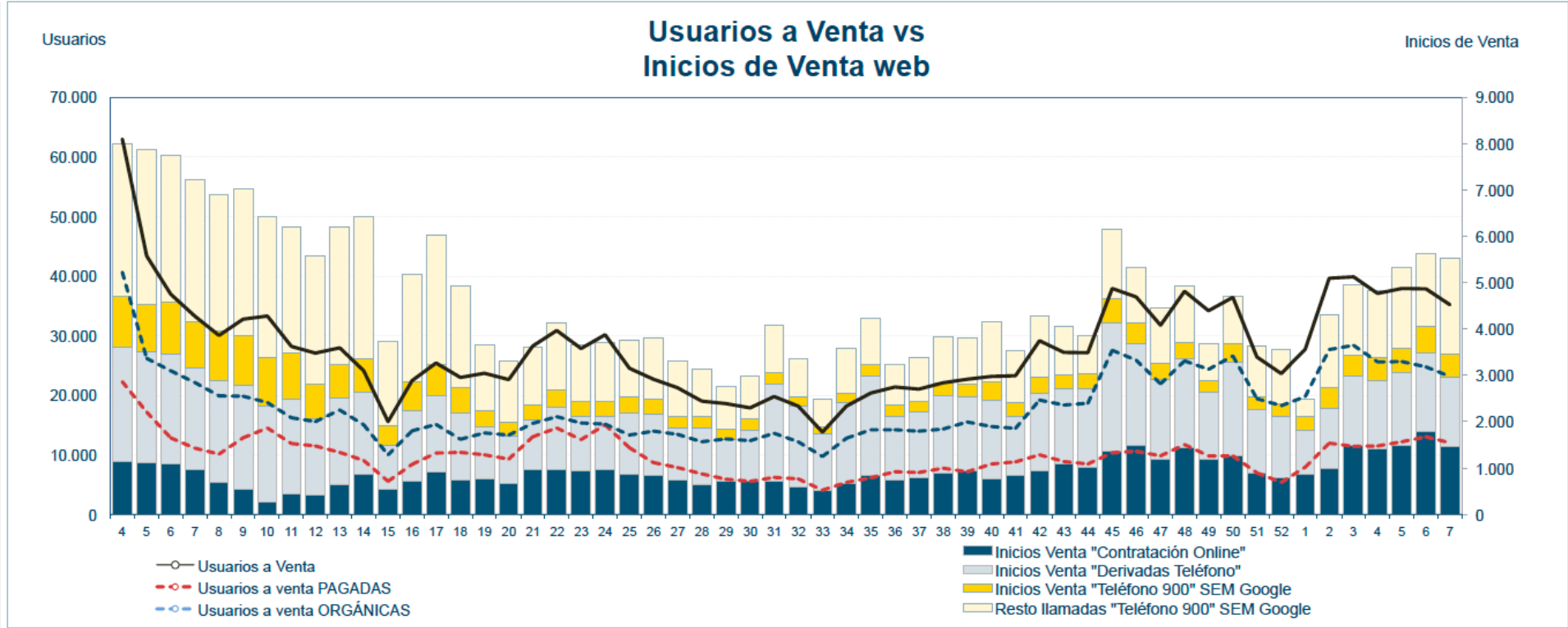
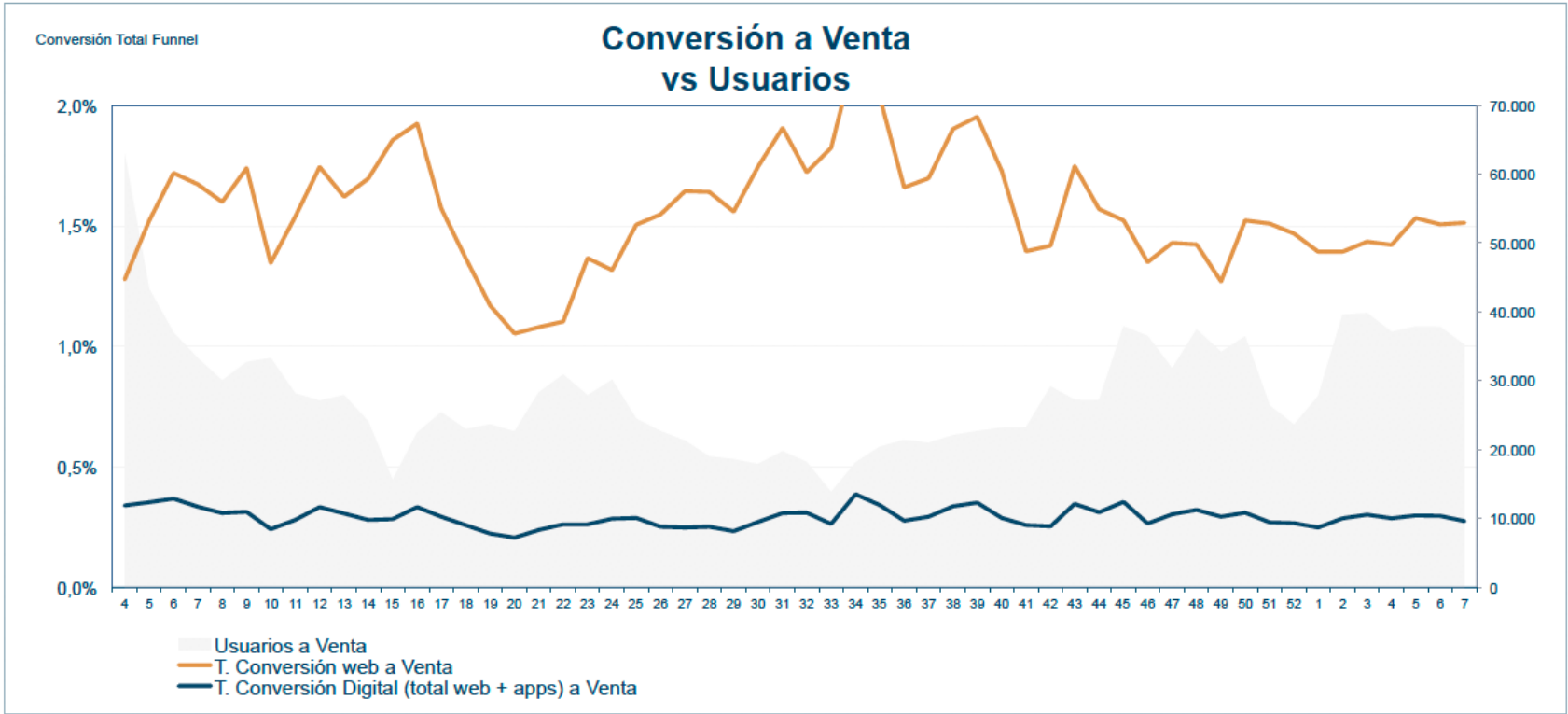
Empresa del sector serveis necessita conèixer la situació de volum de tràfic al seu canal web, quin es el performance de les seves accions online i quin es el comportament del funnel de conversió

TRAFICO / ENGAGEMENT			
CANALES DIGITALES	Semana 7		PTO 18
	Real		
Usuarios y Efectividad	236.642	100%	
de Web	199.236	84%	
▶ a Venta (Tarifas + Servicios)	35.194	15%	51.885
▶ a Posventa (Área Clientes)	128.590	54%	120.264
Resto (rebotes + información)	35.452	15%	
de Apps (Área Clientes + App Servicios)	37.406	16%	31.024
% Visitas desde Tablet + Smartphone (Web + Apps)	49%		
T. Efectividad Web a Venta (inicios a venta online de web / usuarios a venta)	8,4%		9,0%
T. Conversión Web a Venta (finalizados web / usuarios a Venta)	25/11/2025/11/2020		2,0%
T. Conversión Digital a Venta (finalizados web / usuarios)	0,3%		0,5%
Inicios Clientes a Venta Online	3.469	100%	
de WEB	2.967	86%	
a Contratación Online	1.472	42%	
a Derivadas Teléfono ("Te Llamamos" + "Teléfono 900")	1.495	43%	
de ANUNCIOS SEM	502	14%	

Semana 7				Del 10/02 al 16/02	
Acumulado		Δ Real 18/ PTO 18	Δ Real 18/ Real 17	Anual	
Real	PTO 18			PTO 18	% alcanzado
1.566.605	100%		-16 %		
1.311.953	84%		-22 %		
255.165	16%	363.195	-30 %	2.698.018	9%
853.763	54%	841.849	-3 %	6.253.739	14%
203.025	13%		-59 %		
254.652	16%	217.165	17 %	1.613.222	16%
49%			5,3 p.p.		
7,6%	9,0%	-1,4 p.p.	0,9 p.p.	9,0%	
1,6%	2,0%	-0,4 p.p.	0,1 p.p.	2,0%	
0,3%	0,5%	-0,2 p.p.		0,5%	
22.752	100%		-30 %		
19.382	85%				
9.509	42%				
9.873	43%				
3.370	15%				

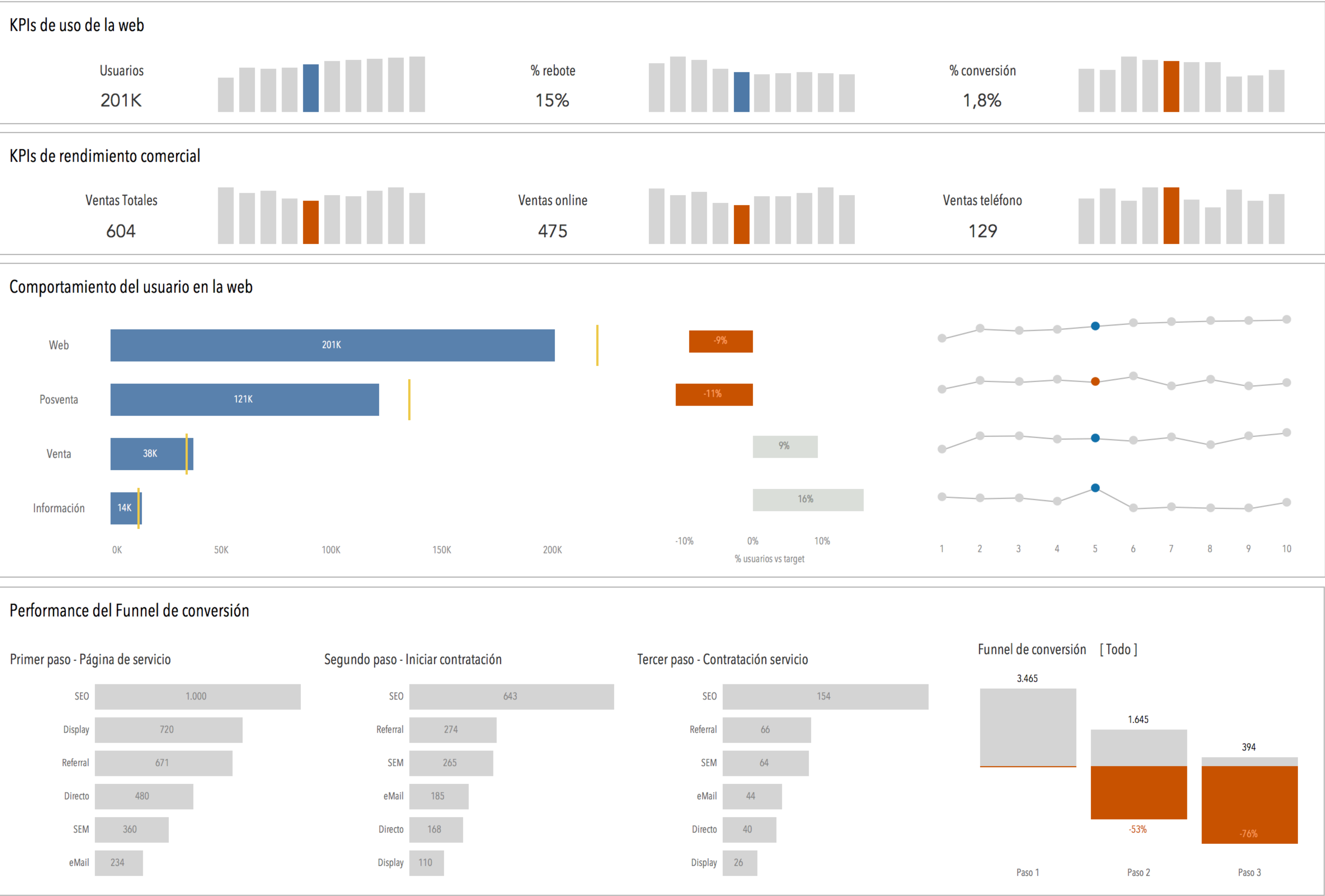
FUNNEL TRÁFICO a VENTA por canales	Semana 7					
	TOTAL var. '18/'17	ORGÁNICAS			PAGADAS	
		SEO	DIRECTO	REFERRAL / RRSS / RETARGETING COL	SEM	DISPLAY E-MAIL + PERFORMANCE
Usuarios a Venta (tarifas + servicios)	35.194 6%	15.761 6%	4.829 -4%	2.557 12%	9.654 5%	2.017 58%
Inicios Clientes a Venta Online	3.470 -19%	1.433 -27%	276 -52%	342 -40%	1.142 -47%	161 >100%
de WEB Contratación Online	1.472 -9%	571	149	277	288	78
de WEB Derivadas Teléfono	1.496 45%	862	127	65	352	83
de SEM Derivadas Teléfono SEM Google	502 -50%				502	7
Finalizados Clientes de Venta Online	597 -4%	287	64	97	108	10
de WEB Contratación Online	403 -6%	206	52	91	46	2
de WEB Derivadas Teléfono	174 80%	81	12	6	42	8
de SEM Derivadas Teléfono SEM Google	20 -69%				20	1
T. Efectividad Web a Venta Online (inicios / usuarios a venta)	8,4% 0,4	9,1%	5,7%	13,4%	6,6%	8,0%
T. Conversión Venta Online (finalizados / inicios)	17,2% 2,8	20,0%	23,3%	28,5%	13,7%	6,0%
de WEB Contratación Online	27,4% 7,2	36,1%	34,9%	32,9%	16,0%	2,6%
de WEB Derivadas Teléfono	11,6% 2,3	9,4%	9,6%	9,8%	11,8%	9,3%
de SEM Derivadas Teléfono SEM Google	4,0% -2,5					9,0%
Conversión Web a Venta	25/11/2025/11/2020 % VALORI	1,8% -0,18	1,3% -0,29	3,8% >100%	0,9% -0,48	0,5% 0,30
						1,7% 0,42

Acumulado						
TOTAL	ORGÁNICAS			PAGADAS		
ORGÁNICAS + var. PAGADAS '18/'17	SEO	DIRECTO	REFERRAL / RRSS / RETARGETING COL	SEM	DISPLAY	E-MAIL + PERFORMANCE
255.165 -14%	120.019 7%	37.658 -32%	17.335 -18%	63.945 -15%	13.734 -40%	2.474 -74%
22.865 -30%	8.588 -40%	1.925 -81%	2.191 -46%	8.510 -46%	1.034 95%	828 -57%
9.509 -23%	3.686	1.040	1.746	1.987	482	779
9.986 32%	4.902	885	445	3.153	552	49
3.370 -52%				3.370		
4.203 -16%	1.818 -32%	457 -45%	702 >100%	938 85%	100 57%	57 -80%
2.615 -27%	1.247	349	646	285	37	51
1.409 88%	571	108	56	474	63	6
179 -55%				179		
7,6% 0,9	7,2%	5,1%	12,6%	8,0%	7,5%	33,5%
18,4% 2,9	21,2%	23,8%	32,1%	14,8%	9,6%	6,9%
27,5% 6,4	33,8%	33,6%	37,0%	14,3%	7,7%	6,5%
14,1% 3,0	11,7%	12,2%	12,7%	15,0%	11,3%	13,0%
5,3% 0,0						
1,6% 0,00	1,5% -0,35	1,2% -0,14	4,1% >100%	1,2% >100%	0,7% >100%	2,3% -0,22



Comportamiento del funnel de conversión y del performance de campañas online

Semana a analizar semana 5



CAS D' ÈXIT: SECTOR SERVEIS

Necessitats del Projecte

Departament de negoci ens encarrega transformar la seva manera de visualitzar les dades de captació dels usuaris (navegació, web, app, comportament, etc.). Tot orientat a analitzar el rendiment de les seves accions online. Es reporten les dades en Excel i es destinen 2 recursos i una mitja d'1 dia a la setmana per realitzar els *reports*, que al final són totalment estàtics i ineficaços

Que plantejem?

- A Identificar quines són els objectius i necessitats que aporten valor al projecte
- B Definir un sistema de *reporting* automatitzat dirigit a les persones que han de consumir les dades
- C Transformar la informació en uns *dashboards* d'acord amb els indicadors definits prèviament
- D Implementar el projecte en el seu *host* en col.laboració amb el departament de sistemes

↓ 80%

TEMPS DEDICAT A CREAR INFORMES

↑ 60%

CONEIXEMENT DE LES DADES

↑ 25%

ROI EN CAMPANYES DE CAPTACIÓ

“

THE PURPOSE OF VISUALIZATION IS INSIGHT, NOT PICTURES

-Ben Shneiderman -1999



iniced
Digital Knowledge

Gràcies!

Salvador Rivas
salvador.rivas@iniced.com

Jordi Solsona
datos@iniced.com

#VISUALANALYTICS
#DATAVISUALIZATION