



# Умение внятно объяснять свою позицию

На работе аналитиков постоянно втягивают в различные дискуссии. От чёткости формулировок и логики обоснования зависит, примут ли ваши выводы во внимание.

Чаще всего вы будете обращаться к представителям двух групп:

- 1) коллегам-аналитикам,
- 2) заказчикам.

С **коллегами**, как правило, можно обсуждать волнующие вопросы, делиться сложными задачами, искать решения, просить обратную связь на свой код. Чтобы рабочая дискуссия прошла конструктивно, лучше всего:

- заранее попросите коллегу выделить вам время;
- чётко сформулируйте цель разговора;
- чётко опишите детали, начиная с фактов;
- выражая личное мнение или свою оценку — поясняйте это.

**Заказчики** результата — руководители или коллеги из других отделов — обычно слабее разбираются в тонкостях аналитики. С ними неуместно обсуждать методы и проблемы в данных; они хотят получать результаты и на их основе строить свои планы. Здесь алгоритм таков:

- перечитайте изначальный запрос от заказчика;

- подготовьте презентацию результата согласно этому запросу; начните с ключевых цифр, а потом делайте краткие выводы, причём:
  - а) если известны значения метрики в прошлом, покажите динамику её изменения,
  - б) если возможно, представьте соответствие выводов картине бизнеса в целом;
- на презентации говорите о логике выводов больше, чем об инструментах и методах вашего исследования;
- в своих выводах не давайте прямых указаний, что же теперь делать (по крайней мере, пока вы на позиции джуниора) — это за пределами вашей ответственности; ограничивайтесь рекомендациями;
- в ходе обсуждения сохраняйте доброжелательное спокойствие, когда вашу логику проверяют на прочность. Настоящий профессионал готов разобраться, почему его выводы ставят под сомнение. А дальше — либо снова убедиться в своей правоте, либо увидеть области для развития.