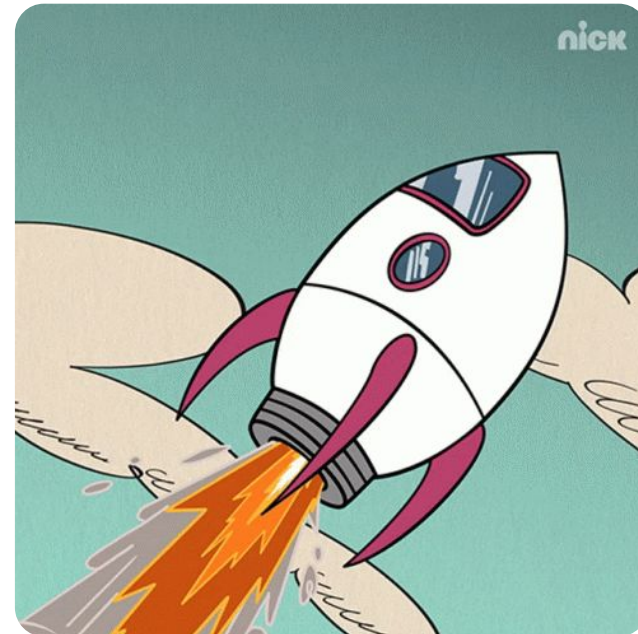


# **Google Looker Studio**

## **Temi, layout e data storytelling**

## Agenda:

- ☐ Temi
- ☐ Layout
- ☐ Concetti di data storytelling



## Perché?

- ❑ Il formato in cui si presentano i dati, cioè la loro veste grafica, ha un impatto notevole sulla comprensibilità del nostro report, sul messaggio che inviamo e sull'impatto che esso ha. Abbiamo a che fare con i dati, freddi ed oggettivi, ma siamo comunque esseri umani: non sottovalutiamo il potere delle emozioni.

## Alla fine di questa lezione saprete:

- ❑ Generare ed applicare un tema comune ai vostri report
- ❑ Disporre gli elementi secondo dei modelli di layout
- ❑ Organizzare i vostri report e le vostre presentazioni seguendo le basi del data-storytelling

## Temi

Un tema è uno schema colori predefinito che si può applicare in modo automatico a tutto il report.



## Temi

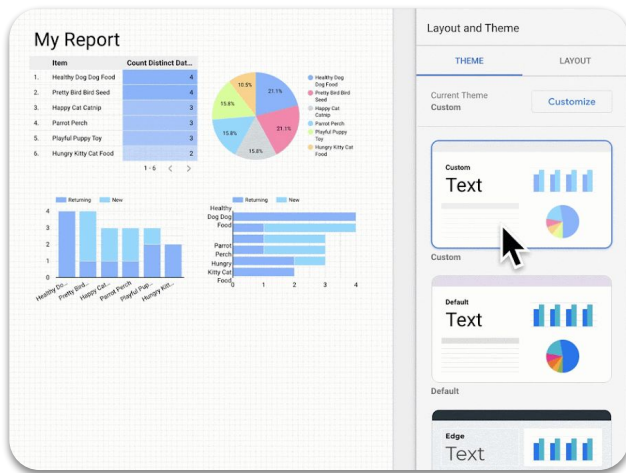
L'utilizzo di un tema predefinito può aiutare in diversi modi:

- ❑ **Consistenza visiva**: Garantisce un aspetto uniforme tra i report e le visualizzazioni
- ❑ **Risparmio di tempo**: Evita la necessità di personalizzare ogni singolo aspetto visivo
- ❑ **Facilità di aggiornamento**: Semplifica la modifica globale dell'aspetto visivo
- ❑ **Coerenza del marchio**: Mantiene un'immagine di brand uniforme in tutti i materiali di reporting

## Temi predefiniti

Nel momento in cui creiamo un report, viene applicato automaticamente il tema di default, che è stato studiato per essere di facile lettura anche per persone con varie tipologie di daltonismo.

Nella barra degli strumenti, tramite **"Tema e Layout"**, possiamo cambiare il tema di default con uno di quelli predefiniti.



## Temi personalizzati

Possiamo creare un tema personalizzato selezionando "Tema e Layout" → "Personalizza" dalla barra degli strumenti.

Da questo menu possiamo personalizzare 4 aspetti principali del tema:

- ❑ **Stili principali**: sfondo report, stile testo, sfondo e bordo componenti, ombra bordo
- ❑ **Stili testo in risalto**: testo delle intestazioni delle tabelle e dei controlli
- ❑ **Stili casella di testo**: colore di sfondo, colore del carattere, font e bordi
- ❑ **Stili dati**: palette, colori dimensioni, contrasto testo, griglia componente, intestazione grafico



## Temi personalizzati

Possiamo generare un tema partendo da un'immagine: se l'immagine è già presente nel report, clicchiamo con il tasto destro e selezioniamo **"Estrai il tema dall'immagine"**.

Possiamo anche usare un'immagine esterna, cliccando su **"Tema e Layout"** → **"Estrai il tema dall'immagine"** (ai piedi della barra). Looker elaborerà dei temi partendo dall'immagine e potremo scegliere il più adatto.



## Temi personalizzati

Possiamo anche definire il tema di un singolo componente, selezionandolo ed agendo sulla tab "Stile". I cambiamenti che effettuiamo in questo modo non verranno annullati da un cambiamento generale di tema.

Per riportare il componente all'aspetto del tema corrente, è sufficiente cliccare su **"Ripristina tema del report"** alla fine della tab "Stile".

## Temi personalizzati

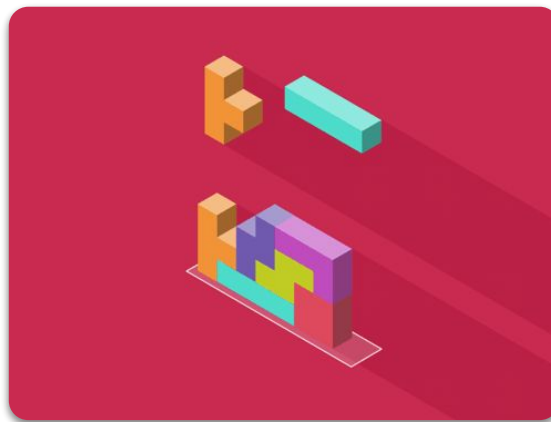
Limitazioni dei temi:

- ❑ **I temi personalizzati non sono condivisi tra report**
- ❑ **I temi si applicano a tutto il report.** Non è possibile applicare temi diversi a pagine diverse
- ❑ **Puoi avere un solo tema personalizzato alla volta:** modificare un tema crea un nuovo tema personalizzato, sovrascrivendo i precedenti
- ❑ **Cambiare tema non modifica le modifiche personalizzate sui singoli componenti**



## Layout

Il layout è il modo in cui il nostro report appare al visitatore riguardo a dimensioni, proporzioni e collocamento dei componenti.



## Layout

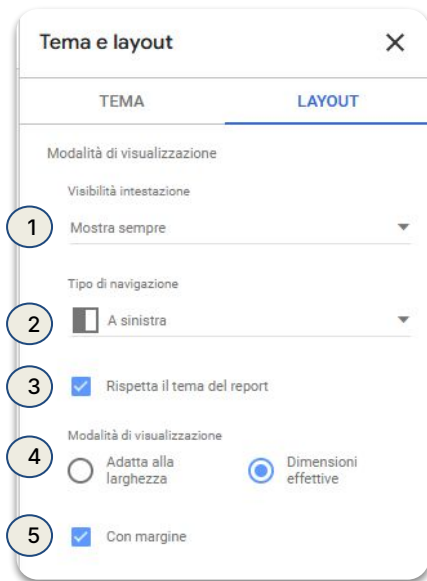
Per gestire il layout del report utilizziamo, ancora, il menù “Tema e Layout” a cui accediamo tramite la barra degli strumenti.

Le impostazioni che settiamo qui diventano effettive in modalità “Visualizza” e si dividono in macro-sezioni.

- ☐ **Modalità di visualizzazione**
- ☐ **Dimensioni tela**
- ☐ **Allinea a**
- ☐ **Impostazioni griglia**
- ☐ **Posizione componenti a livello di report**

## Layout - Modalità di visualizzazione

1. **Visibilità intestazione:** per controllare la visibilità dell'header. Può essere:
  1. **Mostra sempre.**
  2. **Nascondi automaticamente:** appare per un momento poi scompare, passando con il mouse sull'area riappare.
  3. **Inizialmente nascosta:** non compare a meno che non si passi con il mouse sull'area.
2. **Tipo di navigazione:** per controllare la navigazione tra le pagine. Può essere:
  1. **A sinistra.**
  2. **Scheda:** le pagine appaiono come link in una tab in alto.
  3. **In alto a sinistra.**
  4. **Nascosto.**
3. **Rispetta il tema del report:** se selezionato, la navigazione tra pagine si allineerà al tema.
4. Il punto 4 si riferisce ai componenti del report, la cui dimensione può essere fissa o scalabile.
5. **Con margine:** se non selezionato, il report occuperà l'intera finestra.



## Layout - Dimensioni e allineamenti

In "**Dimensioni tela**" possiamo scegliere una dimensione standard dal menù a tendina oppure definirne una custom digitando la larghezza e l'altezza, in pixel, negli appositi campi.

La sezione "**Allinea a**" ci permette di scegliere se selezionare "**Linee intelligenti**", per visualizzare linee colorate quando muoviamo o ridimensioniamo dei componenti, oppure "**Griglia**", che allinea i componenti ad una griglia visibile.

Se selezioniamo "**Griglia**" ne possiamo definire le caratteristiche:

1. **Dimensioni**: altezza e ampiezza dei quadrati.
2. **Spaziatura interna**: aggiunge spazio tra un quadrato e l'altro.
3. **Offset orizzontale**: Margini laterali, numeri positivi a sinistra, negativi a destra
4. **Offset verticale**: Positivi in alto, negativi in basso. Utile per posizionare header o footer.



Impostazioni griglia

Dimensioni (px)	50	Spaziatura interna (px)	0
Offset orizzontale (px)	0	Offset verticale (px)	0

## Data Storytelling

**Il Data Storytelling è l'arte di comunicare dati complessi in modo chiaro e coinvolgente attraverso narrazioni visive e narrative**





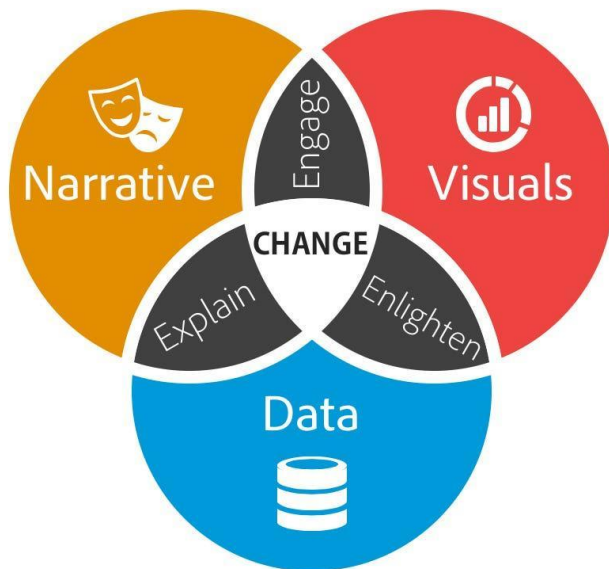
## Data Storytelling

Il data storytelling è un modo diverso di presentare i dati. Comporta la strutturazione di una presentazione in cui le tre parti fondamentali sono:

- ❑ **I dati.**
- ❑ **La narrativa.**
- ❑ **La visualizzazione.**

Si tratta di utilizzare i dati a nostra disposizione come solida base per costruire una storia che andremo a raccontare aiutandoci con delle visualizzazioni grafiche.

## Data Storytelling



Combinando questi tre elementi, siamo in grado di creare una **risposta emotiva** nel pubblico.

L'emozione gioca un ruolo significativo nel **processo decisionale**, e collegando il contesto emotivo con i dati concreti abbiamo maggiori possibilità di influenzare le persone e promuovere il cambiamento.

## Data Storytelling

Come concretizziamo questi tre elementi?

- ❑ **Elemento n. 1: Dati**

I dati costituiscono il nucleo del data storytelling.

Rappresentano informazioni essenziali derivate dalla raccolta e dall'analisi di dati complessi e intricati.

Sfruttando gli strumenti di analisi dei dati, i big data possono essere aggregati attraverso grafici e dashboard.

## Data Storytelling



### Elemento n. 2: Narrazione

La narrazione può assumere la forma di comunicazione orale o scritta e viene utilizzata per presentare le intuizioni estratte dai dati.

Inoltre, è cruciale che la narrazione sia contestuale e fornisca una **giustificazione chiara e comprensibile** per le decisioni successive.

Pertanto, dovrebbe essere stabilita una sequenza lineare per garantire che il pubblico comprenda appieno il corso del data storytelling.

## Data Storytelling

### ❏ **Elemento n. 3: Visualizzazioni**

Le visualizzazioni servono come rappresentazioni dei dati presentati e della narrazione nel suo complesso, mirando a rafforzare e supportare la teoria rispettiva con elementi tangibili e interattivi.

Le visualizzazioni possono includere grafici, tabelle, diagrammi e, naturalmente, immagini.

## Data Storytelling

Uno degli esempi di maggior successo di data storytelling è il wrap annuale di Spotify.

Andiamo a vedere [questa analisi](#) sulle differenze nelle descrizioni fisiche degli uomini e delle donne in letteratura (di Erin Davis, illustrata da by Liana Spoto) per avere un altro esempio, meno famoso ma molto efficace, di data storytelling.

Un altro meraviglioso esempio, di Nadieh Bremer, riguarda i trends delle ricerche su Google riguardo ai cani e ai gatti: possiamo visualizzarlo a [questo link](#).



**GRAZIE**  
Epicode