

TÉCNICAS DE PRIORIZAÇÃO DE INSIGHTS

D **DESENVOLVE**
programa de formação
e inclusão de talentos
em tecnologia



 **Grupo
Boticário**



KORU



COMPREENDENDO A COMUNICAÇÃO ORIENTADA POR DADOS

Análise Exploratória vs. Explanatória

A transição da descoberta de "pérolas em ostras" (exploração) para a comunicação de "duas pérolas" específicas (explanação).

O Papel do Storyteller

Transformar números em narrativas que engajam e inspiram ação, pois as ferramentas sozinhas não conhecem a história.

A Força da Empatia

Adaptar a mensagem ao público, superando preferências pessoais de apresentação de dados.

O cérebro humano retém melhor narrativas do que fatos e estatísticas isoladas, criando memórias duradouras através de histórias bem contadas.

DOMINANDO O CONTEXTO PARA A DECISÃO EFICAZ

Quem

Identificar o público específico e o tomador de decisão, suas necessidades e predisposições.



O Quê

Definir claramente a ação esperada do público, o que se quer que ele saiba ou faça.

Como

Escolher o mecanismo de comunicação mais adequado (apresentação ao vivo, documento escrito, slidedoc).

A Grande Ideia deve articular um ponto de vista único, transmitir o que está em jogo e ser uma frase completa. O DataPOV™ serve como peça central da recomendação.



TÉCNICAS DE PRIORIZAÇÃO E AVALIAÇÃO DE INSIGHTS



Critérios Claros

Estabelecer frameworks para guiar a seleção dos insights mais relevantes.



Métricas de Avaliação

Empregar ferramentas para identificar insights de alto impacto, distinguindo o "sinal do ruído".



Direcionamento Estratégico

Compreender como a avaliação rigorosa impacta a tomada de decisão e o foco dos recursos.

A ESCOLHA DE VISUAIS EFICAZES

Opções de Visualização

- Texto Simples: Quando um ou dois números são o foco
- Tabelas e Mapas de Calor: Para públicos mistos
- Gráficos de Linhas: Para tendências ao longo do tempo
- Gráficos de Barras: Para dados categóricos
- Gráficos de Dispersão: Para relações entre variáveis

Armadilhas a evitar: gráficos de pizza, rosca e 3D são ineficazes devido à dificuldade humana em atribuir valores quantitativos em espaço bidimensional ou tridimensional.



ELIMINANDO SATURAÇÃO E FOCALIZANDO A ATENÇÃO

Carga Cognitiva

Minimizar a carga extrínseca (ruído) para reduzir o esforço mental do público, melhorando a relação "data-ink" ou "sinal-ruído".

Princípios da Gestalt

Utilizar proximidade, similaridade, acercamento, fechamento, continuidade e conexão para facilitar o processamento visual.

Contraste Estratégico

Usar o contraste de forma intencional para direcionar a atenção para o "falcão no céu de pombos".

Humanizando os Dados

Conectar dados a experiências humanas para ajudar o público a compreender a magnitude e o significado.



A ARQUITETURA DA HISTÓRIA

Preparação (Começo)

Apresentar o ambiente, o personagem principal (o público), o desequilíbrio (o problema) e o resultado desejado.

Conflito (Meio)

Desenvolver "o que poderia ser", convencendo o público da necessidade de ação, abordando o problema em detalhes.

Solução (Fim)

Terminar com uma clara "chamada para ação", recapitulando o problema e a urgência, deixando o público pronto para agir.

O conflito entre "o que é" e "o que poderia ser" é fundamental para prender a atenção e inspirar a ação. A estrutura "Bing, Bang, Bongo" (dizer o que se vai dizer, dizer, e dizer o que se disse) reforça a mensagem.

TÁTICAS PARA CLAREZA E ACEITAÇÃO

Lógica Horizontal e Vertical

Garantir que os títulos contem a história completa (horizontal) e que o conteúdo reforce seu título (vertical).

Storyboard Inverso

Revisar anotando o ponto principal de cada página para verificar o fluxo e a coerência da história.

Estratégias para Aceitação

- Anunciar vantagens
- Mostrar "antes e depois"
- Oferecer opções
- Obter apoio de influenciadores

Modelo WHAT-WHY-HOW

Estruturar cada ponto com um "O Quê" (verbo de ação), um "Por Quê" (justificativa) e um "Como" (detalhes).



DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIA E BOAS PRÁTICAS



Conhecer as Ferramentas

Dominar Excel, Tableau, R ou Python para que não se tornem um fator limitante.



Iterar e Buscar Opiniões

O processo de design é iterativo. Começar simples e refinar com feedback.



Desenvolver Competência Organizacional

Implementar clubes do livro, workshops internos e ciclos de feedback para elevar o nível de todos.

A abordagem mais eficaz combina o desenvolvimento interno de habilidades com a contratação estratégica de especialistas externos, reconhecendo o valor do storytelling com dados.



**NOS VEMOS NA
PRÓXIMA AULA!**



**Momento de
avaliar a aula
de hoje!**