

Coderslab – Modul Vizualizace

Závěrečná práce

Tvorba Dashboardu v Power BI

– Alina Valentová –

1. Obecné informace

- zadání obsahovalo použití vizualizačního nástroje dle výběru, zvolila jsem Power BI
- scénář: “Společnost Classic Models působí v několika regionech a využívá data uložená v MySQL databázi (databáze/schéma examXX_99). Data obsahují informace o kancelářích, zaměstnancích, zákaznících, objednávkách, platbách, produktech a detailech objednávek. Vaším úkolem je vytvořit interaktivní dashboard v Power BI/Tableau, který poskytne manažerům komplexní přehled o obchodních výsledcích a umožní srovnávat výkonnost v jednotlivých obdobích. “

2. Příprava dat

- provedla jsem připojení k databázi pomocí MySQL Connectoru a vybrala správné schéma a relevantní tabulky
- pomocí Power Query jsem vytvořila nové sloupce – order_date_MESIC a order_date_ROK (extrahováno ze sloupce s datem), sloupec se spojeným jménem a příjmením zaměstnance (pomocí DAX (first_name & „ „ & last_name))
- vytvořila jsem Measures (Míry) – celkova_suma_plateb, celkovy_pocet_objednavek, prumerna_hodnota_objednavky, pocet_objednaných_kusu a pocet_zakazniku

3. Vizualizace

- KPI – použila jsem některé výše uvedené míry na zobrazení hlavních klíčových ukazatelů
- vytvořila jsem první dva grafy, které zobrazují , jak se vyvíjel počet objednávek v čase, a v čase v průběhu roku
- k zobrazení výkonu jednotlivých poboček a zaměstnanců jsem zvolila maticovou strukturu
- přidala jsem ještě vizualizaci – mapu ukazující počet objednávek v jednotlivých pobočkách a sloupcový graf zobrazující totéž společně s ukázáním průměrné hodnoty objednávky
- Poslední graf je opět zaměřen na jednotlivé pobočky – počet objednávek a celkový počet objednaných kusů produktů v jednotlivých kategoriích.
- Celý dashboard je doplněn filtry – je možné si vyfiltrovat data z jednotlivých let a měsíců, podle zemí a jednotlivých měst (poboček), také podle kategorie produktů (product_line)

4. Prezentace výsledků

- Tento dashboard je určen pro manažery firmy
- V dashboardu jsou zachyceny trendy objednávek v čase za období cca dvou let.
 - Je vidět trend zvyšování prodejů v předvánočním období a pokles v letním období.
- Ve srovnání jednotlivých poboček jsou vidět rozdíly
 - Paříž vede v absolutních číslech – počtu objednávek, celková suma plateb
 - lze se podívat na výkonnost jednotlivých zaměstnanců – pravděpodobně úspěch pobočky nezávisí pouze na oblasti a preferenci nákupu jejích obyvatel, ale i na aktivitě zaměstnance. Např. v Paříži, kde jsou tři zaměstnanci, je v jejich výkonosti velký rozdíl. K zamyšlení: Čím je to dáno? (např. aktivitou, typem pracovního úvazku, ...) Odměny zaměstnancům?
 - Na 3. grafu je vidět rozdíl mezi počtem objednávek a průměrnou hodnotou objednávky – např. v Paříži, je nejvíce objednávek, ale s nižší průměrnou hodnotou než např. v San Francisku, nebo Sydney.
- Poslední graf zobrazuje počty objednaných kusů v jednotlivých kategoriích (product lines) a celkový počet objednávek. Jsou vidět preference místních zákazníků – lze tomu dále přizpůsobovat např. šíři nabídky produktů v jednotlivých produktových řadách.