



> Конспект > 7 урок > SQL

> Оглавление

1. Что такое дашборд
2. Ключевые вопросы при создании дашборда
3. Какие решения должен принимать тот, кто читает отчет?
4. Что может помочь?
5. Метрики
6. Примеры готовых метрик
7. Дизайн кастомной метрики
8. Пирамида метрик
9. Redash

> Дашборд

Дашборд (информационная панель) – визуальное представление наиболее важной информации, сгруппированной по смыслу на одном экране так, чтобы ее можно было легко понять. Дашборд отличается от отчета тем, что отчет

Пример дашборда:



Пример отчета:

[illegible]

➤ Ключевые вопросы

Ключевые вопросы, которые стоит себе задать при проектировании дашборда:

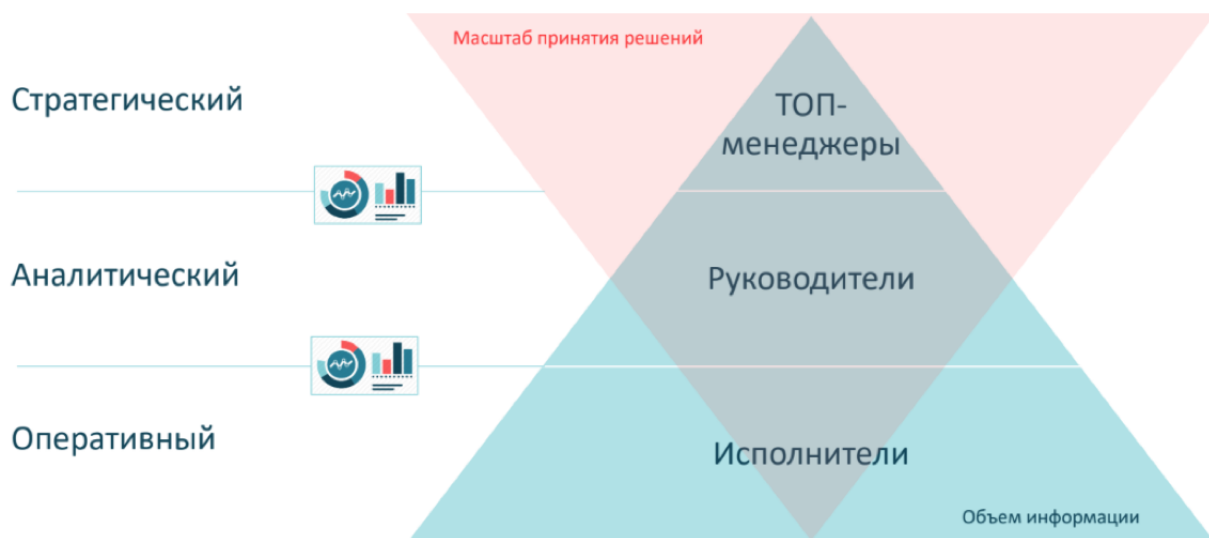
- Кто будет читать?
- Какое решение он должен принять?
- На какие вопросы нужно ответить для принятия этого решения?

Кто будет читать?

Дашборды можно условно разделить на три типа:

1. Стратегические
2. Аналитические
3. Оперативные – показываем много данных, они включают много срезов, при этом читатель понимает, что всё это значит

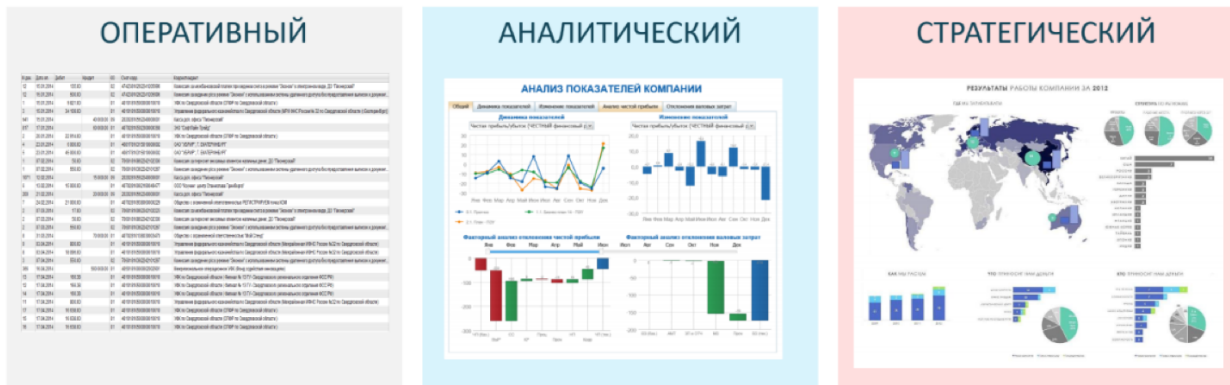
Они отличаются масштабом принятия решений и объемом информации. Чем больше масштаб принятия решений, тем меньше данных нужно видеть.



Примеры:

1. Оперативный – в форме таблицы, много подробностей
2. Аналитический – графики, несколько срезов, с вкладками

3. Стратегический – условно говоря, "взгляд сверху"



> Какие решения должен принимать тот, кто читает отчет?

Для проектирования дашборда нужно определить необходимые данные и срезы, которые будут показаны:

- Какая у него зона ответственности?
- Что его интересует?
- Что является красной зоной?
- На что надо ставить акцент?
- Что ему **не** интересно?

> Что может помочь?

Определяем какие соотношения в данных нам надо показать. Выбираем метрики и визуализации:

- Сравнение с предыдущим периодом?
- Факт относительно плана?
- Топ неэффективных каналов?
- Дни недели в которые колл центр не справляется с обработкой заказов?

> Метрики

Как правило, на дашбордах отображаются метрики. Метрика – это измерение, т.е. некоторая производная из логируемых действий – отражение реальности. Например, есть:

- Количество показов объявления (логируется)
- Количество кликов на объявление (логируется)

Из этих показателей получается метрика **CTR** = клики/показы, которая показывает, как хорошо кликают на объявление (классное ли оно).

> Готовые метрики

Можно отслеживать готовые метрики, которых очень много:

- Стоимость привлечения
- Конверсия
- Возвращаемость (retention)
- MAU – monthly active users
- CPA – cost per action
- LTV – lifetime value

А можно создавать кастомные метрики, когда готовые метрики не подходят.



> **Дизайн кастомной метрики**

Как?

- Сформулировать вопрос, на который отвечает метрика
- Понять, какие имеются данные для подсчёта метрики
- Варианты подсчёта – что на что делить/умножать
- Поиск сильных и слабых мест:

– когда метрика обманет

– к каким ситуациям (выбросам) будет устойчива

- Валидация с бизнесом (спросить, подходит ли она им)
- Имя новой метрики
(самое важное)

Пример – дизайн кастомной метрики

Предположим, в приложении есть саджест (подсказки при вводе в поиске). К вам приходит менеджер и просит оценить эффективность работы данных

подсказок.

Какие данные имеются:

1. Показ саджеста
2. Клики на саджест с позицией
3. Исправления запроса после саджеста (нажал, а потом вернулся в поле ввода и что-то исправил)

Задача: задизайнить метрику, понять, что будем отображать, понять плюсы и минусы.

Вариант ответа: измерить среднюю позицию клика. Мы видим, на какое место в саджесте кликают, и чем ближе клик к 1, тем лучше. Т.е. если средняя позиция клика – 5, то значит, что пользователи нажимают примерно на 5 вариант, и, возможно, релевантные варианты показываются ниже, чем нужно.

> **Пирамида метрик**

- Главное – наверху, и его мало
- Рычаги влияния – внизу, и их множество
- Связь верха и низа – механизм управления целями



> Redash

Как зайти в Redash?

1. Переходим на <https://redash.lab.karpov.courses/>
2. Заполняем поля
Логин: ваш email
Пароль: пароль от личного кабинета

Создаем запрос и график:

1. Create → New Query : пишем запрос
2. Add visualization
 - заходим в раздел для построения графика
 - даём имя
 - выбираем тип графика

- заполняем оси, по необходимости добавляем группировку
- сохраняем

При выполнении заданий в названии желательно указывать свое имя или фамилию, чтобы не перепутать графики с чужими.

3. Как только вы построили график, также отредактируйте название запроса в левом верхнем углу. Далее нажмите кнопку **Publish**. После этого вы сможете использовать полученный график в дашборде.

Строим дашборд:

1. Create → New Dashboard
2. Даём ему имя. Желательно использовать в названии свое имя или фамилию, чтобы потом не перепутать с чужим дашбордом
3. → Add Widget → выбираем нужный запрос, по которому был построен график
4. Если нужно добавить ещё график, то снова нажимаем Add Widget
5. Если данные периодически обновляются, то можно установить обновление по расписанию с помощью кнопки Refresh schedule. Тогда график будет пересчитываться по расписанию.