

# COMMUNICATION CONCEPTS

## Data Storytelling

2 conceptos clave → Historia de 3 minutos (Que dure a 3 mn)  
→ La gran idea → Punto de vista único  
→ frase

## Traduciendo los resultados técnicos

¿El público es Tech o no? → Si lo es, les impletarán los métodos  
→ Si: NO, " " " " resultados e implicaciones

PASO 1. Conocer nuestra audiencia

- ¿QUE SABEN? → AJUSTAMOS EL CONTENIDO  
*Pa* Saber como funciona el modelo → les explicamos el impacto y las limitaciones en la predicción.
- ¿QUE NECESITAN ENTENDER? → SER CONVERSACIONAL  
*Pa* Por que elegimos las variables predictoras → explicamos en que contexto trabaja nuestro modelo.
- ¿QUE NIVEL DE INFO NECESITAN? → ADAPTAMOS A LA AUDIENCIA  
*Pa* los coeficientes de correlacion entre variables → Interaccion entre grupos de clientes.

PASO 2. TECNICA ADAPT

- USAR ANALOGIAS
- LIMITAR EL USO DE JERGA
- CENTRARSE EN EL IMPACTO

## Tener impacto en la toma de decisiones

Estructura Narrativa →

Que motivo el analisis? Que cambio? Quien es el foco del analisis?	¿Que contribuye al problema? Solo uno relevante	Añadir mas evidencia que ayude a explicar la causa del problema	Que va a pasar si no hay cambio? Central insight	Soluciones Sugeridas
Background → Insight 1 → Insight 2 → Climax → Next Steps				

# COMMUNICATION CONCEPTS

## Eligiendo los datos adecuados

Varaciones numéricas  $\begin{cases} \rightarrow \text{En valor absoluto (Esta bien cuando muestra una sola variable)} \\ \rightarrow \text{En porcentaje (mas informativa)} \end{cases}$

Ratio  $\rightarrow$  Permite normalizar valores y proporciona mejores comparaciones

## Visualizaciones para cada audiencia

Un gráfico simple da mas info pero es fácil de entender

" " complejo da mas info " " difícil " "

Método McCandless  $\begin{cases} \rightarrow 1. \text{Introducir la visualización por nombre (título claro y descriptivo)} \\ \rightarrow 2. \text{Anticipar posibles cuestiones de la audiencia} \\ \rightarrow 3. \text{Clarificar los insights} \\ \rightarrow 4. \text{Terminar que ayude a la audiencia a relacionarse con el gráfico (Que entienda la oferta)} \end{cases}$

## Formato adecuado

Paso en una Presentación  $\rightarrow$  Audiencia  $\rightarrow$  Contenido  $\rightarrow$  Requerimientos  $\rightarrow$  Canal  
¿Who?  
¿Why?  
¿What?

Reportes escritos  $\begin{cases} \rightarrow 1. \text{Explicar el proyecto de datos analysis} \\ \rightarrow 2. \text{Comunicar findings} \\ \rightarrow 3. \text{Experiencias} \\ \rightarrow 4. \text{Recomendaciones por el cambio} \end{cases}$

Estructura de un reporte  $\begin{cases} \rightarrow \text{Introducción} \begin{cases} \rightarrow \text{Objetivo} \\ \rightarrow \text{Contexto} \\ \rightarrow \text{Cuestiones por resolver} \end{cases} \\ \rightarrow \text{Cuerpo} \begin{cases} \rightarrow \text{Datos} \\ \rightarrow \text{Metodología} \\ \rightarrow \text{Análisis} \\ \rightarrow \text{Resultados} \end{cases} \\ \rightarrow \text{Conclusiones} \begin{cases} \rightarrow \text{Síntesis de la sesión inicial} \\ \rightarrow \text{Resumen de resultados importantes} \\ \rightarrow \text{Ayuda recomendaciones} \end{cases} \end{cases}$

Tiene que ser reproducible y replicable en diferentes entornos

# COMMUNICATION CONCEPTS

