**Рекомендації щодо висновків та візуалізації «Цінові бар’єри»**

1. **Зміна купівельних звичок:**

* опис відповідей на запитання має бути стислий, загато тексту це «інформаційний шум», наприклад: «нічого не змінилося, купую як і раніше» замінюємо на **«нічого не змінилося»** або «почав (ла) купувати дешевший корм, у менших кількостях» на «**купую дешевший корм, у менших кількостях»**. У слайдах мають бути не запитання анкети, а показники для аналізу даних.
* для чіткості сприйняття інформації **кольори** стовбця мають бути змінені, якщо ми звертаємо увагу на «нічого не змінилося» - тоді цей колір має бути більш насичений, наприклад – помаранчевий. Далі змінити всі кольори, уникати пастельних відтінків, особливо білого, сірого, блідо-рожевого тощо.
* зверху стовпця має бути найбільше значення, потрібно зробити **зворотній** порядок значень.

1. **Зміна ціни корму:**

* змінюємо кольори, зверніть увагу 1% і 80% зливаються. Якщо показників мало (як у даному стовпчику) кольори мають бути жовто-поморанчево-червоних відтінків, суворо уникаємо пастельних відтінків;
* зверху стовпця має бути найбільше значення, потрібно зробити **зворотній** порядок значень.

1. **Реакція на зростання вартості корму:**

* змінюємо **кольори**, кольори мають бути жовто-поморанчево-червоних відтінків, суворо уникаємо пастельних відтінків;
* «перестав купувати» - потрібно **залишити червоним** для, того щоб звернути увагу.

1. **У слайді раціонально використовуємо розташування зображень і тексту:** треба переглянути розмір **шрифтів,** більше використати вільне місце на слайді, однак пам’ятаємо про логотип компанії та назву слайду, вони мать бути на відстані від показників (приблизно 1-2 пробіли)

**Рекомендації щодо висновків та візуалізації «comment»**

1. Необхідно вставити **назву** аналізу.
2. **Актуальність знань** – у цілому добре, однак трохи більше шрифт назви діаграми та сама діаграма, треба дивитись так, щоб це було пропорційно із діаграмою поряд (зараз це пропорційно).
3. **Оптимальне співвідношення теорії та практики в навчанні:** тест легенди трохи перевантажений, потрібно замінити, наприклад, «80% - теорія / 20% - практика та кейси» на «80% / 20% – теорія і практика». Замінити чорний колір на темно сірий або, може, темно коричневий (треба дивитись як буде виглядати). Збільшити назву і діаграму, тобто так як і першу діаграму.

**Рекомендації щодо висновків та візуалізації «ВПЛИВ»**

1. Слайд **перенасичений показниками**, потрібно розділити на декілька слайдів.
2. Тут все **нагромаджено**, маємо визначитись: яка вимога у замовника – ми маємо показати за брендами чи за населеними пунктами (дивимось технічне завдання).
3. Кольори: **світлофор – не підходить**, або робити їх не такими насиченими, прозорими, або змінити палітру треба дивитись (зробіть декілька варіантів, виберемо кращий);
4. **Вплив** треба зробити у вигляді **гістограми з накопиченням**, при цьому всі підписи даних прибрати (це інформаційний шум), залишати лише статистично значимі показники. Підпис горизонтальної осі – це населені пункти.
5. **Зусилля, які докладає компанія:**

* **немає показника** – важко відповісти;
* зробити у вигляді **гістограми з накопиченням**, при цьому всі підписи даних прибрати, залишати лише статистично значимі показники. Підпис горизонтальної осі – це населені пункти.

1. **Зусилля, як докладає компанія за брендами (додатковий аналіз):** це будуть три кільцеві діаграми за компаніям, кольори обрати такі, які в попередніх діаграмах.

Після доопрацювання пропоную разом переглянути результати на онлайн зустрічі.