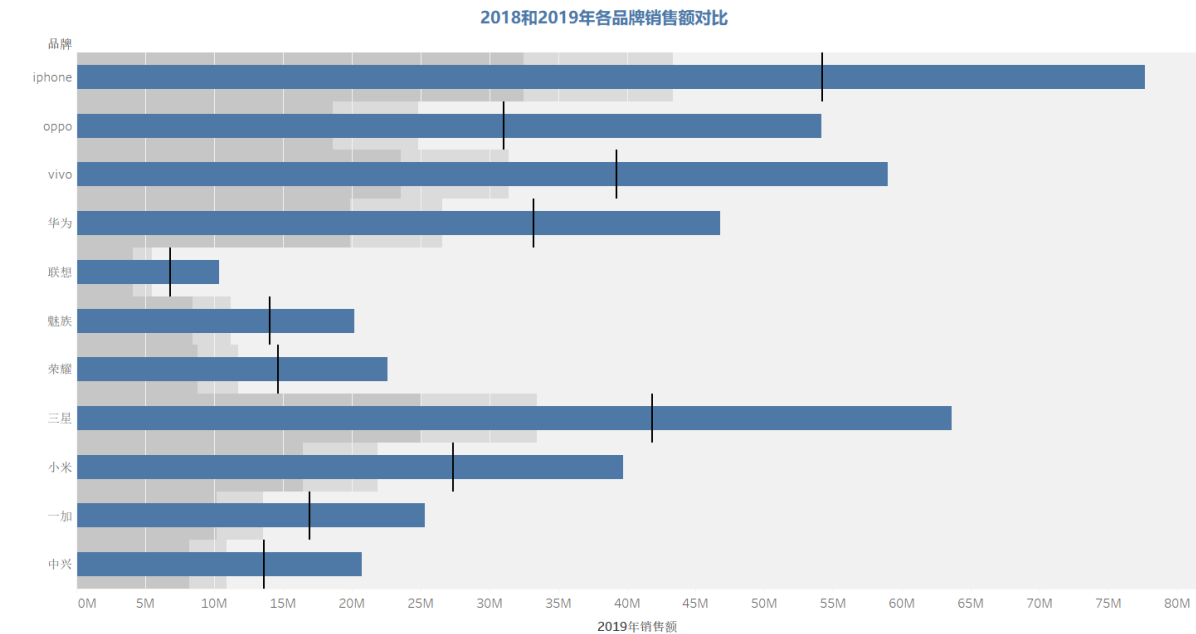


简单案例：手机销售

【大盘数据可视化】

标靶图



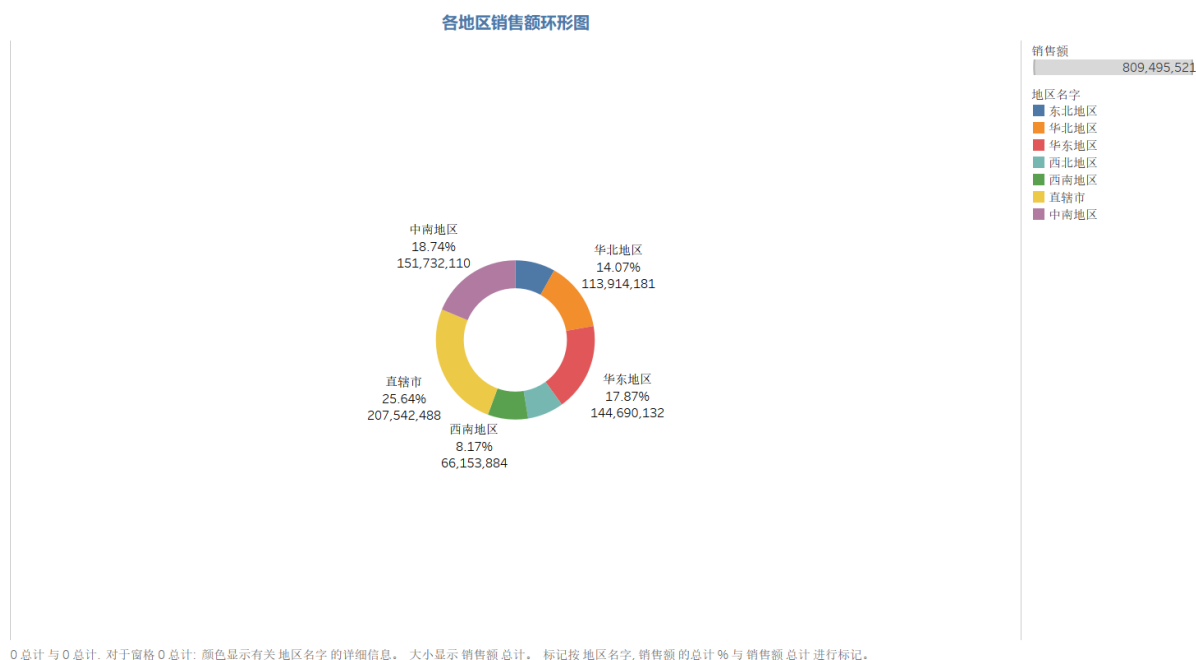
每个品牌的2019年销售额总计。

结论：各品牌手机2019年总体销售额较2018年均为正增长。

技术要点：创建计算字段

关键步骤：直接利用两个计算字段进行制图

环形图

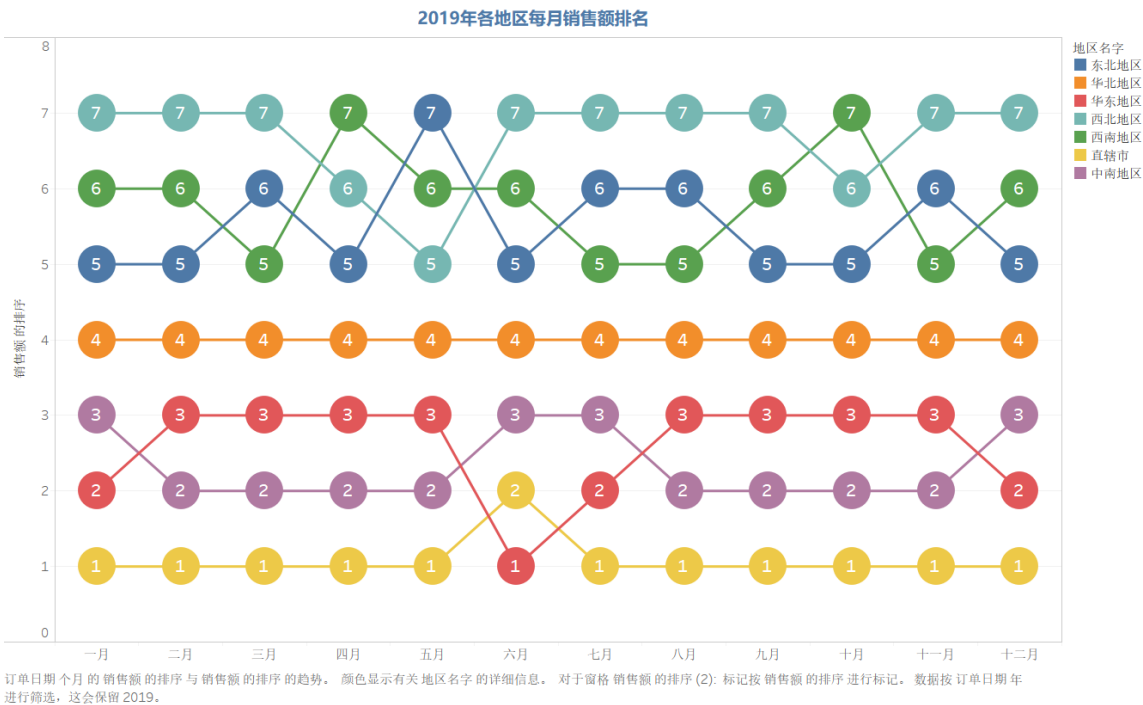


结论：总销售额前三的地区分别为直辖市、中南地区和华东地区。

技术要点：双轴

关键步骤：“行”输入0创建饼图，删除其中一个饼图的全部标记

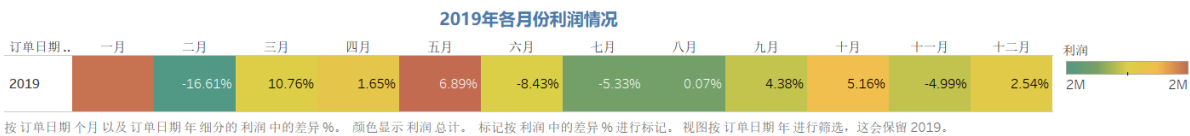
凹凸图



结论：直辖市的销售额排名长期居于榜首，但是在2019年的6月份，长期居于第三的华东地区销售额超过直辖市，跃入榜首，属于异常波动，值得深入探索。（是否有重大营销活动？是否有特殊事件？）

技术要点：折线图，双轴，排序，筛选

日历图



结论：1月和5月属于销售旺季，7、8月份属于销售淡季，利润较低。

技术要点：差异百分比，热度颜色设置

【指标下钻】

词云图

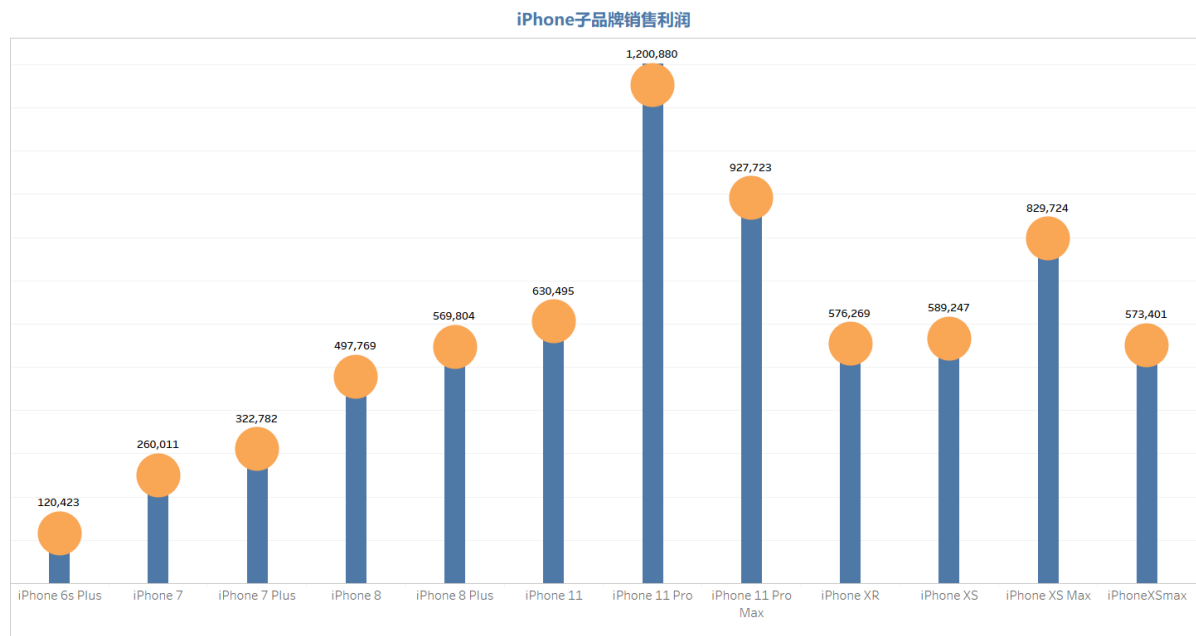
小米 中兴 vivo
华为 iphone 三星
魅族 一加 荣耀
联想 oppo

品牌。颜色显示利润总计。大小显示销售额总计。

结论：iPhone的销售利润最高，iPhone、华为、三星、小米的销售额位于前四。一言蔽之，iPhone产品值得留意，具体而言，iPhone产品的销售利润来自哪些子品牌（型号）？哪些客群贡献利润最多？此词云图指示了进一步深挖的一个方向。

技术要点：理解维度

棒棒糖图

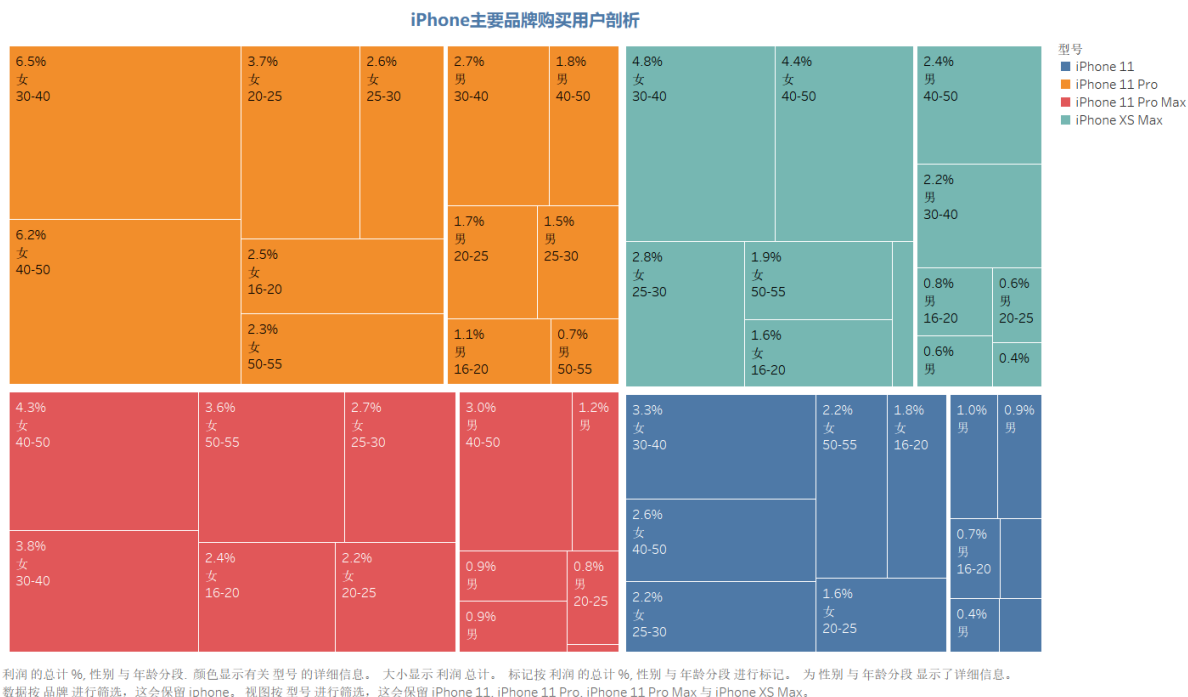


每个型号的按品牌细分的利润总计与利润总计。对于留格利润总计 (2)，标记按利润总计进行标记。视图按品牌进行筛选，这会保留 iPhone。

结论：iPhone子品牌中，11 pro、11 pro max、XS Max和11四种品牌贡献的利润最多。

技术要点：双图（圆、柱状图），双轴

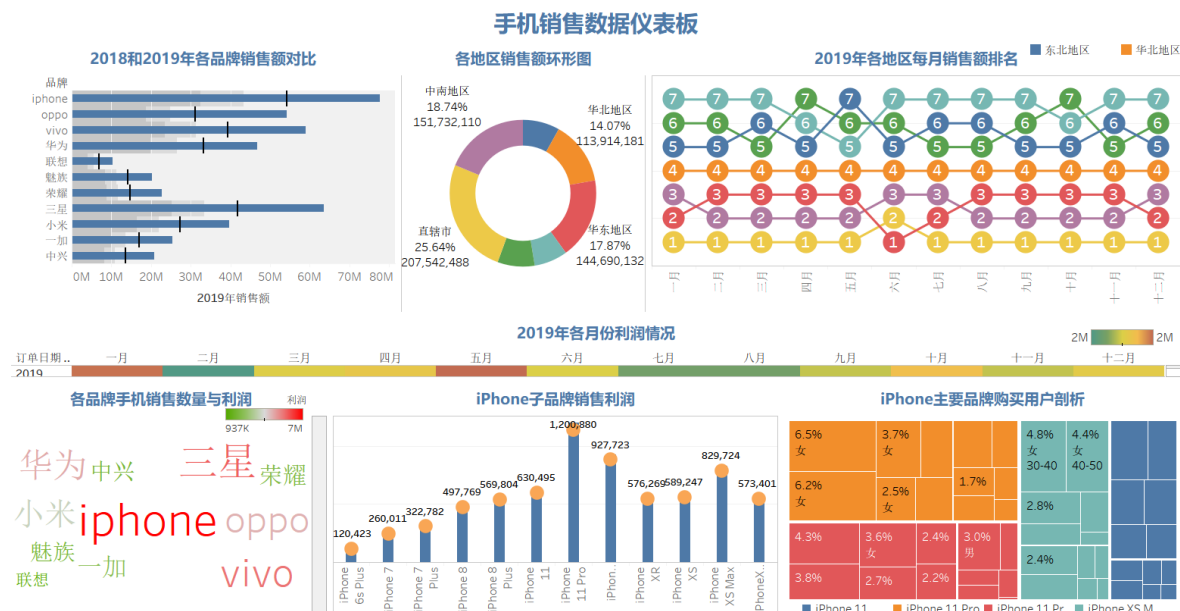
分层树状图



结论：30-40岁的女性群体购买iPhone产品占据绝大部分，可能是由于iPhone设计美观、耐用，而男性可能更加注重手机的高性能等属性。由此，可增加对特定群体的产品营销，并通过加大优惠力度等手段吸引客户。

技术要点：维度理解、快速表计算、格式设置

【仪表板（多图汇总）】



将之前所制图表进行调节、汇总，方便对销售的总体情况有大致了解。此处的仪表板也展示了利润最大的手机产品利润来源的揭示过程。