

Praca w sprintach

Jednym z kluczowych sposobów na zachowanie adaptacji jest podzielenie pracy na mniejsze części, dzięki czemu często pokazujesz interesariuszom coś interesującego. Twój zespół może tworzyć pytania i uzyskiwać szybkie informacje zwrotne, aby sprawdzić, czy historie danych są wartościowe i rezonują z resztą organizacji. Jeśli nie jest to cenne, zespół może szybko przejść do innych pytań. Jeśli tak, zespół może głębiej zagłębić się, a może nawet zadać pytania na podstawie informacji zwrotnych z firmy. Ta pętla sprzężenia zwrotnego jest niezbędna, aby praca zespołu była powiązana z wartością biznesową. Tu dowiesz się, jak przejść przez sprinty DSLC, stworzyć tablicę pytań, skupić się na kilku spotkaniach, podzielić pracę i opowiedzieć ciekawą historię. Wszystkie te umiejętności pomogą Ci efektywniej pracować z DSLC.

Iteracja przez sprinty DSLC

Należy pamiętać, że całe DSLC powinno być uruchamiane w szybkich przyrostach. DSLC nie jest przeznaczony do pracy przez tygodnie lub miesiące - jest wystarczająco mały, aby zmieścić się w dwóch tygodniach pracy. Co dwa tygodnie zespół może udoskonalać swoją pracę, tworzyć nowe spostrzeżenia i wymyślać ulepszone pytania. Jeśli firma uzna, że praca nie jest wartościowa, zespół może zmienić kurs i spróbować czegoś nowego. Teraz, gdy widziałeś DSLC, możesz się zastanawiać, jak to wygląda w praktyce. Jedną z najważniejszych rzeczy do zapamiętania jest to, że DSLC nie jest skonstruowany tak, aby działał w fazach, takich jak SDLC, gdzie zwykle nie rozpoczyna się następnej fazy, dopóki nie zakończy się poprzednia faza. DSLC ma na celu upewnienie się, że skoncentrujesz się na sześciu obszarach: Identyfikacja, Pytania, Badania, Wyniki, Wgląd i Uczenie się. Cały cykl życia powinien przebiegać w krótkim „sprintcie”. Być może słyszałeś o terminie sprint, który jest powszechnie używany w zwinnym oprogramowaniu, ale w rzeczywistości pochodzi z rozwoju produktu. Sprint to spójny okres, w którym zespół przechodzi przez cały cykl życia. Każdy sprint powinien przebiegać przez wszystkie sześć obszarów DSLC. Zespół zajmujący się analizą danych powinien biec w dwutygodniowym sprintcie. To wystarczająco długo, aby znaleźć spostrzeżenia, ale wciąż wystarczająco krótkie, aby dostosować się do nowych pomysłów, jak pokazano tu



Główną zaletą biegania w sprintach jest skrócenie czasu między „koncepcją a gotówką”. Wiele organizacji zajmuje dużo czasu, zanim wymyślą nowe pomysły, a następnie przechodzą przez długi proces realizacji. Te nowe koncepcje mogą nie dodawać wartości przez wiele miesięcy, a już na pewno nie dodadzą firmie żadnej nowej gotówki, dopóki nie wymyślą oryginalnej koncepcji. Dwutygodniowy

sprint zwiększa wartość dodaną częściej. Nawet jeśli nie ma wglądu, nadal będą gotowe pytania. Nie chcesz, aby Twój zespół zajmujący się analizą danych pracował przez długi czas. Jeśli pracujesz w miesiącach lub kwartałach, między pytaniami a wynikami minie zbyt dużo czasu. Zanim uzyskasz jakiegokolwiek informacje, dane mogły ulec zmianie. Nie chcesz też, aby Twój zespół poświęcał zbyt dużo czasu na jedno pytanie.

Pamiętaj, że zdecydowana większość twoich badań będzie prowadzić do ślepych zaułków. Większość twoich pytań będzie niewypałem. Musisz otworzyć wiele ostryg, zanim znajdziesz perły. Dlatego chcesz szybko przebrnąć przez te pytania, więc gdy znajdziesz coś interesującego, możesz wykorzystać tę pracę. Kiedyś pracowałem ze stanowym Departamentem Edukacji, który starał się lepiej zrozumieć uczniów uczęszczających do ich szkół publicznych. Mieli duży zespół zajmujący się analizą danych. Zespół starał się stworzyć model, aby lepiej przewidywać zainteresowania uczniów. Niestety próbowali użyć SDLC. Zespół próbował pracować w sprintach, ale wolał pracować w typowym wodospadzie. Zespół zajmujący się analizą danych spędził większość czasu na planowaniu. Kiedy zaczynali swój projekt, spędzili kilka tygodni na spotkaniach burzy mózgów. Jeśli kiedykolwiek brałeś udział w burzy mózgów, wiesz, że musi być dobrze zorganizowane.

Jeśli tak nie jest, spotkanie znacznie wykracza poza zaplanowany czas. Dokładnie tak się stało. W rzeczywistości minęło kilka miesięcy, zanim zespół był w stanie opublikować swój pierwszy dokument wymagań. Dokument zawierał kilka pytań, na które chcieli odpowiedzieć, i przedstawiał techniki badawcze. Następnie zespół przedstawił spostrzeżenia, które mieli nadzieję uzyskać dzięki swoim badaniom. Takie podejście wiązało się z wieloma wyzwaniami. Pamiętaj, że nauka o danych ma charakter eksploracyjny i eksperymentalny. Przygotowali tylko kilka eksperymentów, a następnie zapisali to, czego chcieli się nauczyć. Postanowili udowodnić to, co już zakładali, że jest prawdą, a skoro dowód był wymogiem, oznaczało to, że jeśli okażą się błędne, projekt się nie powiodł.

Byłoby znacznie bardziej efektywne, gdyby zespół analityków danych zdecydował się na bieganie w sprintach. To pozwoliłoby im zadać więcej pytań i przeprowadzić więcej eksperymentów. Zamiast mieć nadzieję, że mają rację, mogli całkowicie skupić się na nauce czegoś nowego. Byłoby też znacznie wydajniejsze. Po trzech miesiącach pracy nad projektem jedyną rzeczą, jaką zespół musiał się do tego wykazać, była lista pytań i kilka założeń. W obrębie tych trzech miesięcy mogliby przejść przez tuzin mniejszych sprintów i wiedzieć znacznie więcej o danych, ponieważ przeszliby przez wiele więcej pytań i eksperymentów. Jeśli jesteś w zespole zajmującym się analizą danych, pamiętaj, aby nie dać się przytłoczyć danymi. Nie twórz wielkich planów przez kilka miesięcy. Zamiast tego staraj się, aby rzeczy były małe i proste. Stopniowo poszerzaj swoją wiedzę, aby móc dostosowywać się do nowych pomysłów, zamiast skupiać się na jednej ścieżce.

Tworzenie tablicy pytań

Gdy pracujesz nad zespołem ds. analityki danych, kierownik ds. badań jest odpowiedzialny za kierowanie interesujących pytań. Wymyślanie dobrych pytań nie jest łatwym zadaniem. Dobre pytanie może wywołać wiele nowych informacji i zmusić ludzi do przemyślenia swojej pracy. Dlatego większość organizacji unika dobrych pytań. Kiedy masz dobre pytanie, może to wywołać irytację. Niemal śwędzi Cię, aby znaleźć najlepszą odpowiedź. To może prowadzić do o wiele więcej pracy, a czasem nawet większej liczby pytań. Nawet dzisiaj większość organizacji wciąż stara się koncentrować na ulepszaniu swojej wiedzy. Uważają, że jeśli potrafią zoptymalizować, zawsze będą wyprzedzać nowszych konkurentów. Dobre pytanie często może wstrząsnąć tymi dobrze uporządkowanymi planami. Dobre pytania mają tendencję do załamywania przewidywalności i mogą zamienić dobrze uporządkowany zestaw celów w pytanie otwarte. Obowiązkiem kierownika badań jest przerwanie tego uporządkowanego procesu i wprowadzenie pewnych eksploracji i eksperymentów. Jednym z

najlepszych narzędzi, jakie może wykorzystać kierownik badań, jest tablica pytań. Tablica pytań to zwykle duża biała tablica wypełniona karteczkami samoprzylepnymi, zwykle umieszczona w pobliżu zespołu zajmującego się analizą danych. Powinno być dużo miejsca na nowe pytania i krótki stos karteczek samoprzylepnych w jednym z rogów. Możesz utworzyć dużą strzałkę skierowaną w dół do stosu karteczek samoprzylepnych. Niektóre zespoły dodają napis „Zadaj pytanie”. Tablica pytań służy do pozyskiwania pytań. Prowadząca badania kieruje pytaniami, co nie znaczy, że wymyśla je wszystkie. Powinna to być kombinacja jej własnych pomysłów, pytań zespołu ds. analizy danych i pytań otwartych od reszty organizacji. Tablica pytań powinna być otwarta i zachęcająca. Postaraj się, aby wyglądało jak najbardziej kusząco. Chcesz, aby każdy mógł przejść obok, złapać karteczkę i utworzyć szybkie pytanie. Staraj się, aby było bez troskie i zabawne. Niektóre drużyny sprawiają, że to prawie jak mecz. Kładą dużą miskę cukierków obok tablicy pytań lub drukują tabliczkę z napisem „Zadaj pytanie i wygraj nagrodę”.

Tablica pytań pomaga również wszystkim w organizacji zrozumieć cel zespołu ds. analizy danych. Kiedy Twój zespół zajmujący się analizą danych przeprowadza prezentację narracyjną, ludzie często rozpoznają własne pytania i będą bardziej skłonni do zadawania pytań w przyszłości. Mogą nawet zachęcać swoich współpracowników do zadawania pytań. Nigdy nie możesz mieć zbyt wielu pytań. Kierownik badań współpracuje z resztą zespołu, aby nadać priorytet najciekawszym pomysłom. Jeśli nakłonisz swoją organizację do korzystania z tablicy, zacznie ona wyglądać trochę jak trójwymiarowa przestrzeń wyszukiwania. Możesz zobaczyć wzorce w tym, o co pytają ludzie. Sama tablica staje się kolejnym źródłem danych. Kiedyś pracowałem dla organizacji, która umieściła tablicę pytań w rogu obok zespołu zajmującego się analizą danych. Na początku była to tylko ciekawostka. Ludzie po prostu przychodzili i czytali to w ten sam sposób, w jaki przyciągają ludzi do tablicy ogłoszeń. Zespół był sprytny i umieścił go obok chłodnicy wody. Po chwili na tablicy pojawiło się kilka nowych pytań. Były w większości głupie i nie miały dużej wartości. Mimo to kierownik badań wykorzystał tablicę pytań do komunikowania tego, co robił zespół zajmujący się badaniem danych. Zespół zamieścił swoje pytania i kontynuował prezentację. W ciągu lata organizacja ta sprowadziła zupełnie nową grupę stażystów studenckich. Przez pierwszy miesiąc studenci próbowali rozgryźć biznes. Będąc studentami, czuli się trochę bardziej komfortowo zadając pytania. Tablica zaczęła się zapełniać ich karteczkami. Niektóre z zadanych przez nich pytań były bardzo intuicyjne. Patrzyli na biznes ze świeżej perspektywy. Pytania były tak proste i dobrze ustrukturyzowane, że zespół analityków danych zaczął nadać im najwyższy priorytet. Pomogli zespołowi zbadać biznes na nowe, ciekawe sposoby. Jeśli jesteś kierownikiem badań, skorzystaj z tablicy pytań. To prosty sposób na uzyskanie ciekawych nowych pytań, jednocześnie informując o swoich postępach resztę organizacji.

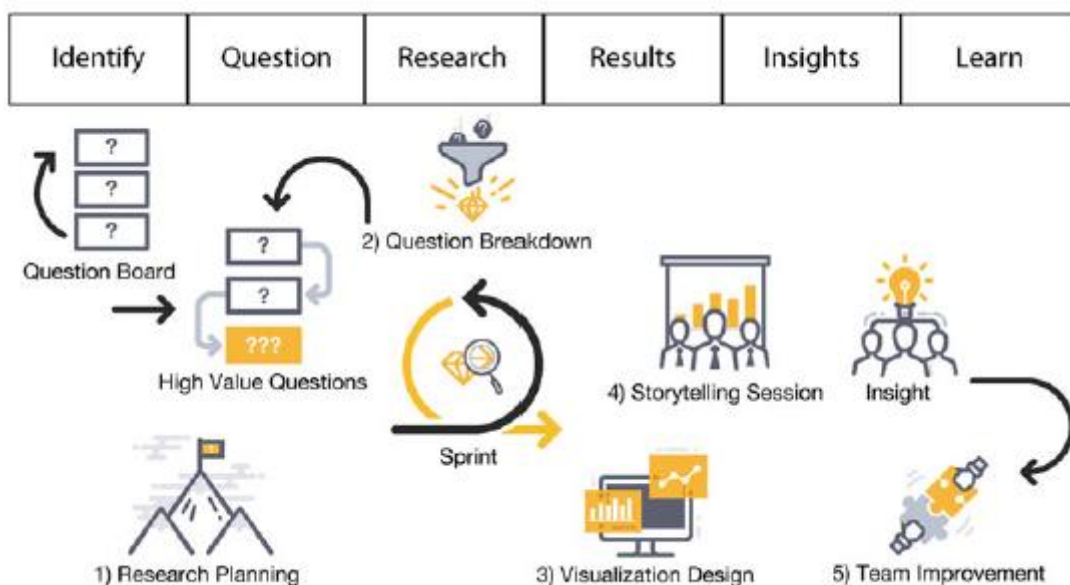
Koncentrowanie się na zaledwie kilku spotkaniach

Twój zespół ds. analityki danych zazwyczaj będzie chciał pracować w dwutygodniowych sprintach. Zespół będzie miał dużo do zrobienia, więc potrzebuje pewnej struktury, aby pozostać wydajnym. Pamiętaj, że podczas każdego sprintu przejdiesz przez każdy obszar DSLC. Aby pracować w takim tempie, zespół potrzebuje określonej ilości czasu na pracę i nie może uczestniczyć w wielu otwartych spotkaniach. Muszą rozliczyć się ze wszystkich godzin. Każde spotkanie będzie wymagało ustalonego czasu. Pudełko czasu to właściwie to, na co wygląda: określona ilość czasu, na którą zespół zgadza się przed spotkaniem. Załóżmy, że Twój zespół ma spotkanie z godziną ramką czasową. Cokolwiek zdecydują pod koniec tego czasu, będzie musiało trwać do końca tego sprintu. Nigdy nie możesz zmienić harmonogramu ani śledzić spotkań ograniczonych czasowo. Zaczynają, a potem kończą. W większości organizacji spotkania niekoniecznie są złe. To dobry sposób na poruszanie problemów i wzmacnianie kultury. Wyzwanie związane ze spotkaniem polega na tym, że dodają wiele nieprzewidywalności do twojego tygodnia. Twój zespół ds. analityki danych potrzebuje

przewidywalnego harmonogramu, aby mógł zaangażować się w określoną ilość eksploracji i odkrywania. . Chcesz, aby Twój zespół analityków danych pracował w zrównoważonym tempie. Zespół ds. analityki danych powinien odbyć następujące pięć spotkań podczas każdego sprinta:

- Planowanie badań
- Podział pytań
- Projekt wizualizacji
- Sesja opowiadania historii
- Doskonalenie zespołu

Te pięć znaczeń działa razem, aby pomóc dostarczyć wszystkie obszary w DSLC, jak pokazano na rysunku .



Każde z tych spotkań jest ograniczone czasowo.

Planowanie badań

Zespół powinien rozpocząć każdy sprint od spotkania poświęconego planowaniu badań. Niektóre zespoły decydują się na rozpoczęcie sprintu w środę, co umożliwia im przeprowadzenie sesji opowiadania historii we wtorkowe popołudnie. O wiele łatwiej jest nakłonić ludzi do udziału w tych spotkaniach we wtorek niż w piątek. Spotkanie planowania badań ma miejsce wtedy, gdy zespół decyduje, które pytania są najbardziej zainteresowane zbadaniem w następnym sprincie. Zazwyczaj jest to ograniczone czasowo do dwóch godzin. Na spotkaniu kierownik badań i analityk danych pracują razem, aby opracować plan badań na ten tydzień.

Często analitycy będą musieli zmagać się z dużą ilością danych, aby w ogóle próbować uzyskać interesujący raport. Kierownik badań i analityk danych będą współpracować, aby stworzyć minimalny opłacalny raport. Może nie muszą przeszukiwać wszystkich danych, aby zacząć eksperymentować i eksplorować. Między analitykiem danych a kierownikiem badań powinno istnieć naturalne napięcie. Prowadzący badania będzie chciał tworzyć małe, szybkie i brudne raporty. Analityk danych będzie chciał przeszukiwać duże zbiory danych i rozwiązywać większe problemy. To spotkanie ma na celu

pomóc członkom zespołu w opracowaniu strategii kompromisu. Jaka jest najmniejsza praca, którą musisz włożyć, aby przygotować dane i stworzyć ciekawy raport?

Podział pytań

Podczas każdego sprintu zespół będzie chciał odbyć co najmniej dwa godzinne spotkania z podziałem pytań. Podczas tych spotkań cały zespół data science spróbuje wymyślić interesujące pytania i umieścić je na tablicy pytań. Zdejmą również nowe karteczki samoprzylepne z tablicy pytań, aby sprawdzić, czy są interesujące. Będą również szukać tematów pytań:

- Czy są jakieś wspólne pytania?
- Czy są duże pytania, które można podzielić na mniejsze, łatwiejsze do rozwiązania?
- Czy ktoś odpowiedział na którekolwiek z pytań zespołu?

Zespół będzie pracował razem, aby spróbować ustalić priorytety niektórych bardziej interesujących pytań na następny sprint.

Projekt wizualizacji

Trzecie spotkanie to spotkanie Projektowania Wizualizacji. To spotkanie jest zwykle ograniczone do jednej godziny. To wtedy kierownik badań i analityk danych współpracują ze sobą, aby stworzyć ciekawą wizualizację. Zwykle jest to tylko wstępny szkic tego, czego analityk danych użyje podczas sesji opowiadania historii.

Sesja opowiadania historii

Czwarte spotkanie to godzinna Sesja Storytelling. To wtedy zespół zajmujący się badaniem danych przedstawia historię o tym, czego nauczyli się podczas tego sprintu. Podczas tego spotkania pokazują niektóre ze swoich ładniejszych wizualizacji danych, rozmawiają o pytaniach na tablicy pytań, a następnie opowiadają historie o tych pytaniach lub zadają własne.

Poprawa

Wreszcie, pod koniec każdego sprintu, zespół powinien odbyć dwugodzinne spotkanie doskonalące, aby ocenić swoje postępy i omówić, czy dobrze ze sobą współpracują i czy powinni wprowadzić jakieś zmiany. Wszystkie te spotkania powinny ze sobą współpracować, aby zespół ds. analizy danych mógł dostarczyć interesujących informacji po każdym sprincie. Pamiętaj, że podczas każdego sprintu jest wiele do zrobienia, więc trzymaj te spotkania w ograniczonym czasie, aby móc skupić się na odkrywaniu.

Rozkładanie Twojej pracy

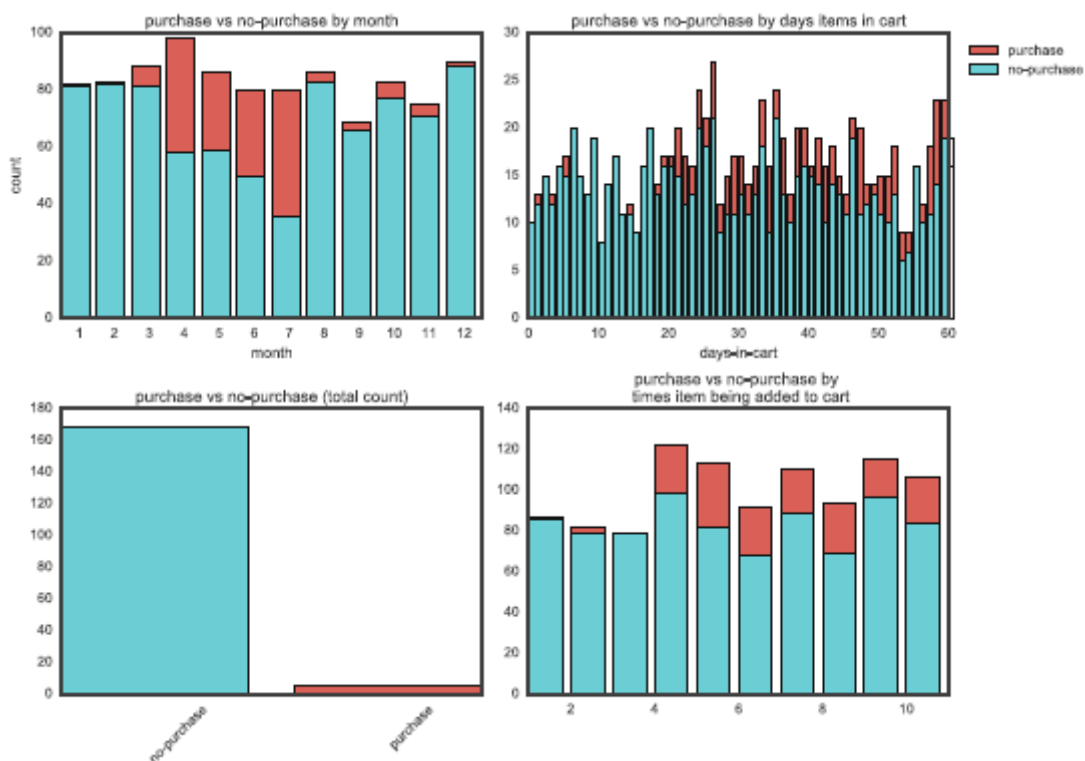
Do tej pory znasz różnicę między SDLC a DSLC i wiesz, że DSLC najlepiej dostarczać w dwutygodniowych sprintach, dzięki czemu możesz rozbić pracę i dostarczyć cenne informacje. Kiedy należysz do zespołu zajmującego się analizą danych, zawsze istnieją duże zbiory danych, które wymagają przejrzania i nowych źródeł do eksploracji. W rzeczywistości większość tego, co będziesz robić, to przygotowywanie danych. Kiedy pracujesz w sprintach, zmuszasz zespół do minimalnego przygotowania. Przygotowanie minimalnej ilości danych może brzmieć jak zła rzecz. Większość ludzi chce wykonywać pracę o wyższej jakości. W rzeczywistości, kiedy robisz minimum przygotowań, zmuszasz swój zespół ds. analityki danych do skupienia się na spostrzeżeniach, a nie tylko na możliwościach. Nie chcesz, aby Twój zespół spędzał tygodnie, a nawet miesiące na konfigurowaniu danych. Zamiast tego chcesz, aby zespół niemal natychmiast zaczął eksplorować dane. Trzeba też spojrzeć na to z perspektywy organizacji. Większość

organizacji nie jest tak naprawdę zainteresowana danymi. Interesuje ich wiedza, którą czerpią z raportów. Z perspektywy organizacji zarządzanie tymi danymi jest częścią kosztów, a nie korzyści. Oznacza to, że może wystąpić zwiększona presja na jak najszybsze wydobycie wartości z danych. Zespołom zajmującym się analizą danych trudno jest poświęcać zbyt dużo czasu na przygotowywanie danych i dostarczać raporty tylko na końcu. Pod wieloma względami jest to podobne do tego, ile organizacji obecnie przegląda oprogramowanie. Na początku większość organizacji postrzegała tworzenie oprogramowania jako pewną tajemnicę. Większość szczegółów pozostawili wysoko wykwalifikowanym inżynierom oprogramowania. Inżynierowie ci spędzali większość czasu na planowaniu i przygotowywaniu do dużego wydania. Obecnie większość programistów jest zmuszona dostarczać wartościowe oprogramowanie w znacznie mniejszych porcjach. Spędzają mniej czasu na przygotowywaniu, a więcej na dostarczaniu. Pozwala to organizacji przyjrzeć się wartości, zanim zespół zajdzie za daleko. Podobnie jak w przypadku wczesnego tworzenia oprogramowania, w wielu organizacjach nauka o danych nadal stanowi pewną tajemnicę. Zespół wciąż ma dużą swobodę w wyborze sposobu jak wykonywać swoją pracę. Jednak menedżerowie szybko zaczną zadawać trudniejsze pytania. Obecnie większość zespołów zajmujących się analizą danych ma luksus spędzania dużej ilości czasu na przygotowywaniu dużych zbiorów danych. Gdy menedżerowie zaczną zadawać pytania, zespół będzie musiał zamiast tego skoncentrować się na minimalnym możliwym przygotowaniu danych. Kiedyś pracowałem dla organizacji, która skupiała się na automatyzacji procesu czyszczenia bardzo dużego zbioru danych. Chcieli podłączyć go do jeszcze większego zestawu danych, który już przechowywali w swoim klastrze. Przez wiele miesięcy zespół naukowy był skoncentrowany wyłącznie na tym zadaniu. Pobrali narzędzia oprogramowania typu open source i kupili kilka produktów komercyjnych, aby pomóc im przygotować dane. Po kilku miesiącach stworzyli kilka skryptów, narzędzi programowych i praktyk, które zautomatyzowały proces przenoszenia tych dużych zbiorów danych do klastra. Po przeniesieniu odbyło się spotkanie z wiceprezesem ds. usług danych dla przedsiębiorstw. Pokazali prezentację PowerPoint pokazującą, ile danych zużył klastr. Przeszli przez kilka slajdów pokazujących, jak trudno było wyczyścić i zaimportować nowy zestaw danych. Pod koniec spotkania wiceprezes zadał ciekawe pytanie. Po prostu zapytał: „Co wiemy teraz, czego nie wiedzieliśmy wcześniej?” Pytanie z hukiem wylądowało w pokoju. Z ciszy jasno wynikało, że od miesięcy nikt nie myślał w ten sposób o danych. Wszyscy w pokoju byli całkowicie skupieni na możliwościach. Zapomnieli o prawdziwej wartości dla organizacji. Gdyby zamiast tego wykonali dwutygodniowe sprinty, mogliby znacznie szybciej skoncentrować się na wartości. Zamiast tworzyć cały zestaw danych, mogli pracować z mniejszymi podzbiórami danych, aby natychmiast rozpocząć tworzenie raportów i eksplorację danych. Eksplorując dane, uzyskujesz znacznie lepsze wyczucie wartości. Istnieje ryzyko, że praca stanie się rutyną, gdy skupisz się tylko na szorowaniu i importowaniu danych. To tak, jakbyś cały czas przygotowywał do stołu na kolację i nie zostawiał czasu na przygotowanie wspaniałego posiłku.

Opowiadanie ciekawej historii

Istnieje duża różnica między prezentowaniem danych a opowiadaniem historii. Po pierwsze, opowiadanie historii jest o wiele trudniejsze, ponieważ wykonujesz znacznie więcej pracy, dostarczając dane i to, co wiesz o firmie, i dodając to, co wiesz o świecie. Kiedy tworzysz prezentację PowerPoint z wykresem danych, mówisz: „Oto, co widzę”. Kiedy opowiadasz historię, mówisz: „Oto w co wierzę”. Jest to o wiele trudniejsze i w pewnym sensie jest też o wiele bardziej osobiste. To właśnie sprawia, że opowiadanie historii jest tak cenną umiejętnością. Kiedy opowiadasz historię, robisz kilka rzeczy naraz. Po pierwsze, upraszczasz złożoność swoich danych. Określasz również role osób, które były zaangażowane w tworzenie tych danych. Następnie wnosisz własną wiedzę o organizacji. Może to wynikać z twojego doświadczenia lub badań. Wykonujesz prostą obserwację dotyczącą ludzi i danych, a następnie umieszczasz ją w kontekście organizacji. Nie używasz danych tylko do rozmowy o tym,

gdzie i co, ale także przedstawiasz dlaczego. Trzecią rzeczą, którą robisz, jest sprawienie, aby Twoje dane były bardziej zapadające w pamięć. Większość badań pokazuje, że kiedy prezentujesz coś w formacie PowerPoint, bardzo niewiele informacji dociera do odbiorców. Te wypunktowania mogą być łatwe do stworzenia, ale równie łatwe do zapomnienia. Historia bardziej efektywnie przyciąga uwagę odbiorców. Jeśli potrafisz utkać dobrą historię, masz większe szanse na zaangażowanie wszystkich. Wreszcie dobra historia będzie miała wezwanie do działania. To albo powie ci coś nowego, albo uzasadni dalsze poszukiwanie. Jeśli potrafisz opowiedzieć dobrą historię, włącz publiczność do eksploracji. Będziesz znacznie mniej prawdopodobne, że ktoś zapyta: „Dlaczego znowu to robicie?” Wróćmy do naszej strony internetowej poświęconej butom do biegania. Wyobraź sobie, że Twój zespół ds. analityki danych pracuje nad pytaniem o zwiększenie sprzedaży. Pracujesz razem z zespołem, aby rozbić pytanie na kilka mniejszych pytań. Jedno z tych mniejszych pytań brzmi: „Czy ludzie kupują rzeczy ze swojej listy życzeń?” Kierownik badań i analitycy danych współpracują ze sobą, aby stworzyć szybki i brudny raport, aby zobaczyć, ile elementów listy życzeń zostało przekonwertowanych na zakupy. Następnie tworzą szereg czasowy, aby sprawdzić, czy te zakupy rosły, czy spadały. Zazwyczaj zespół zbierał się na spotkanie dotyczące projektowania wizualizacji dzień przed sesją opowiadania historii. Na tym spotkaniu będą próbowali przekształcić surowe dane i brzydkie raporty w ładną wizualizację, a następnie wykorzystać tę wizualizację, aby opowiedzieć ciekawą historię. Dane pokazują, że w miesiącach letnich ludzie chętniej przekonwertują swoje pozycje z listy życzeń na zakupy. To tylko surowe dane, ale nie jest to bardzo ciekawa historia. Dlaczego ludzie interesują się butami zimą, ale czekają na zakup do lata? Zespół analityków danych postanawia opowiedzieć historię. Używają tytułu „Letni marzyciele: dlaczego kupujący zimą kupują buty latem?” Następnie analityk danych używa tablicy do opracowania pierwszego szkicu wizualizacji danych.



W lewym górnym rogu jest więcej osób kupujących produkty w koszyku w miesiącach letnich (czerwiec-wrzesień), ale w lewym dolnym rogu większość produktów w koszyku nie została kupiona. W prawym górnym rogu kupione przedmioty pozostają w koszyku na ponad 20 dni i są dodawane z powrotem więcej niż cztery razy. Zwróć uwagę, że historia już sprawia, że dane są bardziej interesujące.

Wyobraź sobie, że analityk danych użył tytułu „Współczynnik konwersji rocznej listy życzeń” i umieścił prosty wykres szeregów czasowych na slajdzie PowerPoint. Coś takiego nie wzbudziłoby niczyjgo zainteresowania. Nie ma kontekstu ani wezwania do działania. Następnego dnia zespół data science wykorzystuje wizualizację „marzycieli lata”, aby opowiedzieć ciekawą historię reszcie organizacji. Historia mówi, że wielu Twoich klientów myśli o bieganiu zimą, ale kupują buty tylko latem. Ta historia zachęca do dalszych pytań. Czy zimą ludzie biegają w starych butach? Czy oni po prostu nie biegają? Czy nie potrzebują nowych butów, ponieważ biegają głównie w pomieszczeniach? Czy powinniśmy zrobić specjalne buty do biegania przeznaczone do biegania w pomieszczeniach? Mamy nadzieję, że otrzymasz tego typu pytania podczas sesji opowiadania historii, a następnie możesz dodać je do swojej tablicy pytań. Jeśli potrafisz opowiedzieć dobrą historię, wszyscy w Twojej organizacji będą chcieli wziąć udział w Twoim odkryciu.

PODSUMOWANIE

Zobaczyłeś, jak przejść przez sprinty DSLC. DSLC ma pięć głównych posiedzeń. Podczas tych spotkań Twój zespół będzie pracował z tablicą pytań, dzielił pracę i opowiadał ciekawą historię danych.