대시보드에서 해야 할 일과 하지 말아야 할 일

데이터와 인사이트를 확보하였다면, 이제 그 결과물을 전 세계와 공유할 차례입니다.

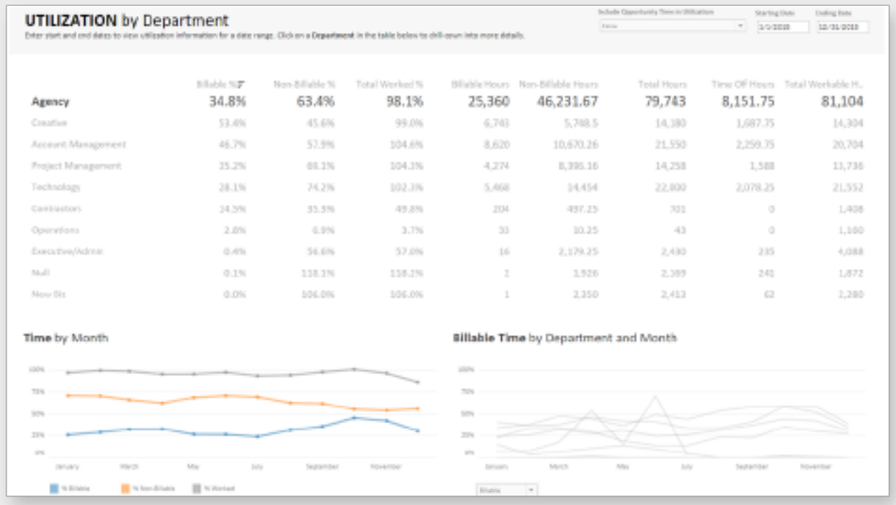
대시보드를 만들 준비가 되었습니다.

대시보드는 특정 데이터 집합에 대한 인사이트를 효과적으로 전달하기 위한 도구입니다. 그러나 유익하고 실행 가능한 멋진 대시보드를 만들려면 '깨달음의 순간'을 하나의 캔버스에 담는 것 이상이 필요합니다. 대시보드에서 투자 비용 대비 최대의 효과를 얻으려면 계획적으로 고려해야 할 계획 및 디자인 요소가 있습니다.

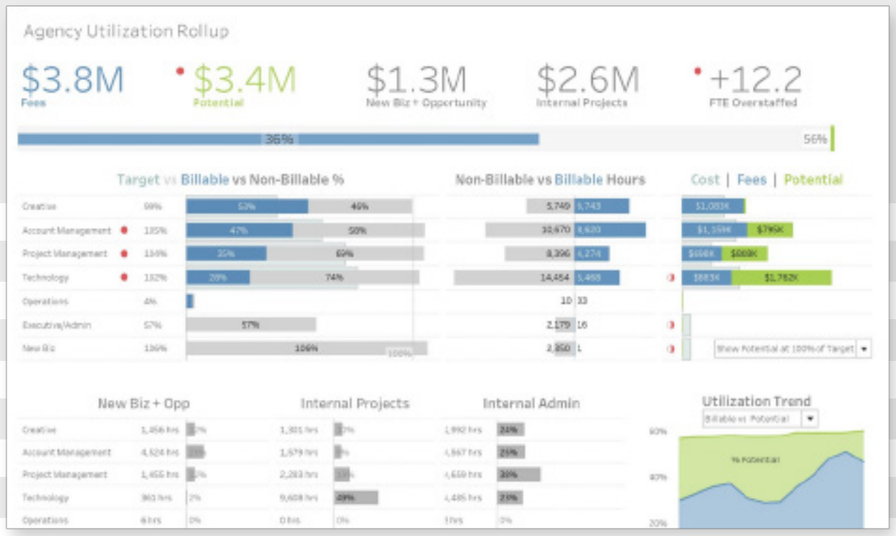
*The Big Book of Dashboards*에서 제공된 대시보드 이미지
저자: Steve Wexler, Jeffrey Shaffer, Andy Cotgreave

시작할 위치, 포함해야 할 항목 및 피해야 할 사항은 다음과 같습니다.

이전:



이후:



1 ✓ Do

다양한 시도와 반복을 거듭하고, 무엇보다도 피드백을 받으십시오.

열심히 대시보드 작업을 한 후 그 대시보드를 누군가에게 보여 주었는데, 상대방이 데이터의 용도를 이해하지 못했거나 의도한 방식대로 대시보드와 상호 작용을 하지 않은 적이 있나요?

대시보드를 구축한 당사자에게는 보는 사람이 도구를 어떻게 사용해야 하고, 무엇을 취해야 하는지가 분명해 보입니다. 그러나 다른 사용자에게는 대시보드 작성자의 관점이 보이지 않습니다.

대시보드를 제대로 만들려면 시간이 걸릴 수 있습니다. 대시보드는 한 번으로 끝나지 않는 경우가 많습니다. 필요에 맞게 강조 색을 바꾸는 등의 조정을 반복하는 일 외에도 대시보드가 다른 사용자에게 유용한지 확인해야 합니다. 따라서 여러 사람으로부터 피드백을 얻는 일이 매우 중요합니다. 개개인은 각각 다른 관점을 가지고 있으며, 이런 다양한 관점은 완벽한 대시보드를 완성하는 데 도움이 될 수 있습니다.

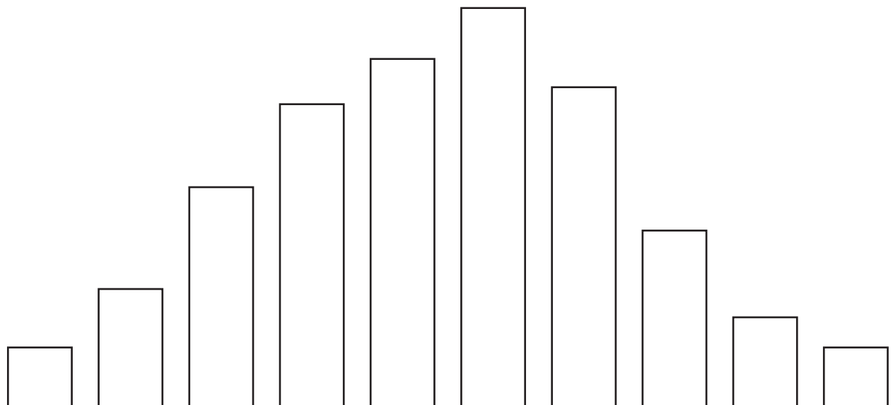
수차례의 반복을 거친 후에, 원래 대시보드가 KPI에 초점을 맞춘, 테이블 형식을 탈피한 시각적 인터페이스로 변모하였습니다.

2 ☑ Don't!

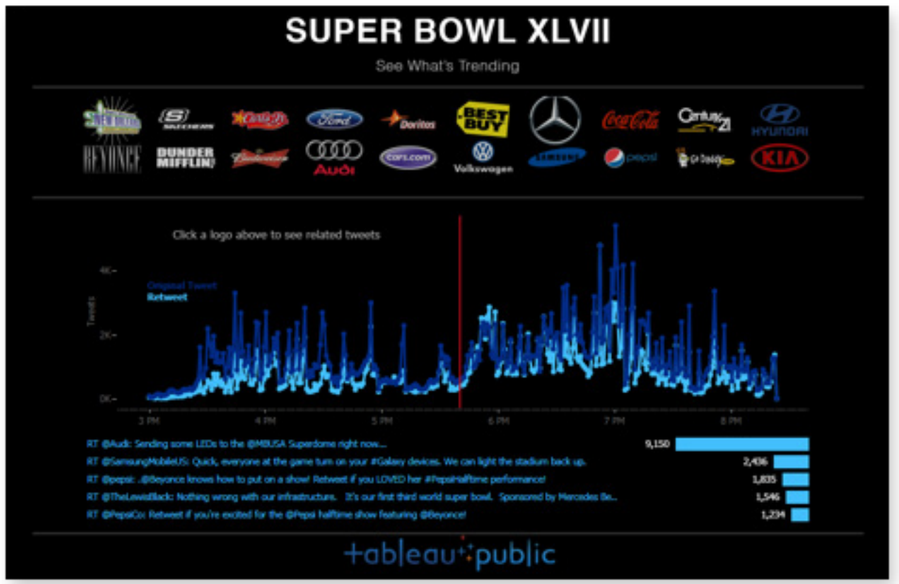
과도하게 디자인하지 마십시오.

잡지나 웹 사이트에서 볼 수 있는 인포그래픽을 모방하고 싶을 수도 있습니다. 그러나 대시보드의 최종 목표를 생각해 보십시오. 많은 사람의 시선을 사로잡는 것이 목표입니까? 아니면, CEO, 관리자, 동료에게 최신 결과를 신속하게 전달하는 것이 목표입니까?

비즈니스 환경에서는 외관적 아름다움보다 기능을 우선시하는 데 목표를 두어야 합니다. 단순성을 늘 염두에 두십시오. 간단한 차트 및 기본 색상 구조로 정곡을 찌르는 이야기를 할 수 있습니다. 이해하기 쉬운 대시보드는 신속하게 메시지를 전달하고 작성자의 전문성을 보여 줄 수 있습니다. 사용자가 데이터를 이해할 수 있도록 대시보드의 시각적 모범 사례를 고수하십시오.

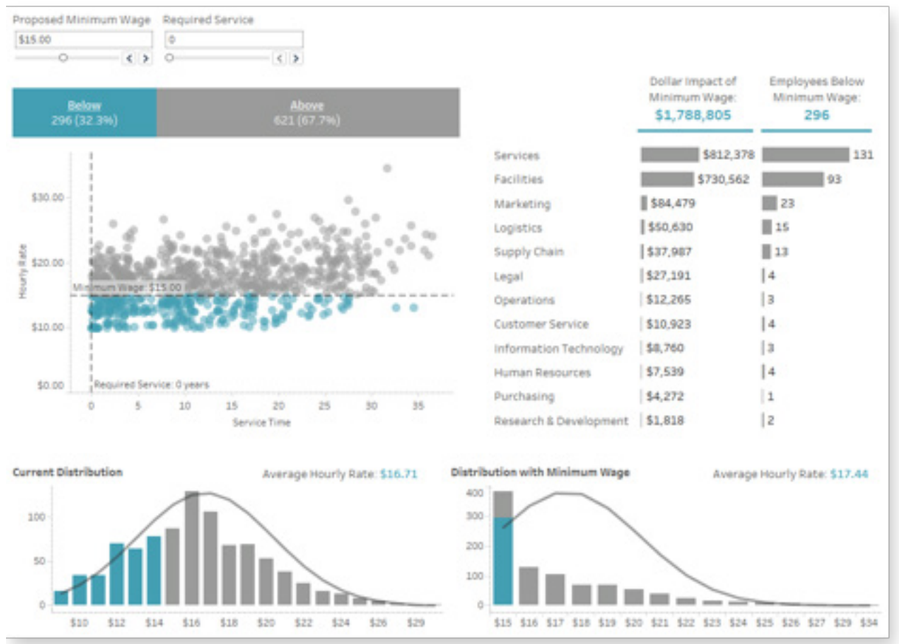


이전:



이 대시보드는 열광적인 미식축구 팬과 공유하기에는 적합하지만, 비즈니스 시나리오를 위한 템플릿으로 쓰기에는 효과적이지 않습니다.

이후:



인포그래픽 영향을 받은 대시보드는 시선을 사로잡지만, 깔끔한 색상표와 그리드 레이아웃이 비즈니스 데이터를 더 잘 전달합니다.

3 ☑ Do

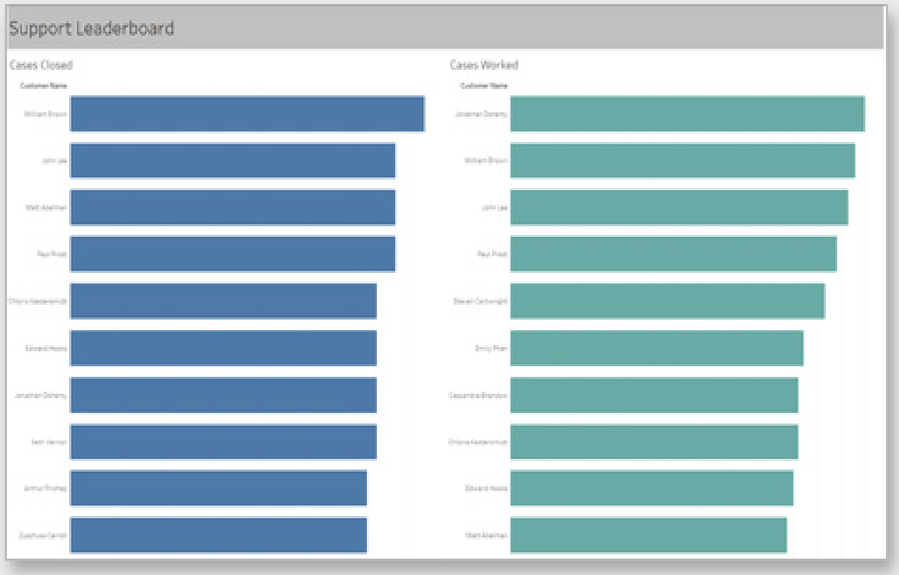
사용자를 고려하여 맞춤화된 대시보드를 만드십시오.

사용자가 공감하고, 핵심 정보를 파악할 수 있도록, 사용자에게 의미 있는 대시보드를 만들어 보십시오. 그 방법에는 여러 가지가 있습니다.

대시보드를 사용자에게 맞게 설정하는 가장 좋은 방법의 하나는 비주얼리제이션에 보는 사람이 참여하게 하는 것입니다. 보는 사람이 자신(또는 부서, 제품, 지역 등)을 조직이나 업계의 다른 사람과 쉽게 비교할 수 있도록 대시보드를 만들어 보십시오. 보는 사람의 경험을 강조하여 대시보드를 만들면, 보는 사람은 나머지 데이터가 어떻게 자신과 관련되어 있는지 또, 어떻게 다음 질문을 하도록 유도하는지 이해하기 시작합니다.

이 예에서, Tableau 기술 지원팀은 대시보드에 대한 구체적인 목적을 가지고 있었습니다. 바로 순위표에서 순위를 높이기 위해 단합된 팀 작업을 권장하고 동기를 부여하는 것입니다. 그래서, 대시보드에 개인 이름뿐 아니라 비디오 게임 요소를 사용하여 사용자와 직접 소통하고 사용자를 집중시키는 대시보드를 만들었습니다. 다시 말해, 사용자를 파악하고 무엇이 적절한지를 아는 것이 가장 중요합니다.

이전:



이후:

옛날 학창 시절 비디오 게임과 비슷한 밝은 색상과 폰트를 사용함으로써 이 대시보드는 사용자의 관심을 끌었고 더 많은 지원 사례를 완료하도록 동기를 부여했습니다.

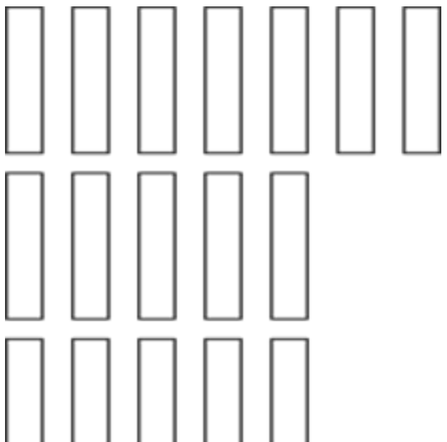
4 ✓ Do!

다양한 업계의 대시보드에서 영감을 얻으십시오.

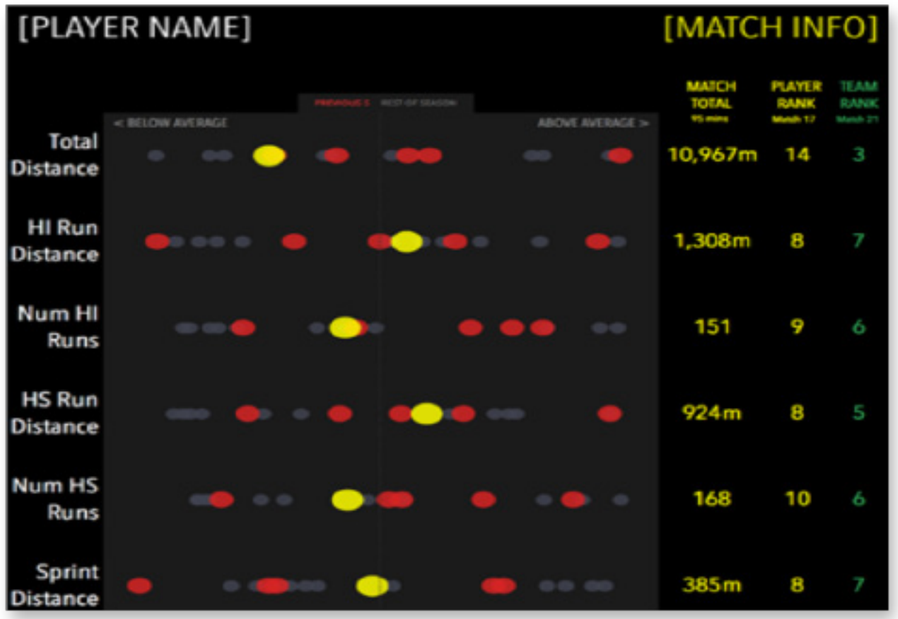
업계마다 고유한 메트릭이 있습니다만, 일반적으로 자신의 데이터와 관련된 대시보드만 확인하는 경향이 있습니다. 그러나 본인이 속한 업계를 넘어서서 다양하게 살펴보지 않으면 좋은 아이디어를 놓치게 됩니다.

이 예를 살펴보십시오. 다양한 영역에 걸친 축구 선수의 기량을 보여주는 용도의 모바일 지원 대시보드입니다. 대시보드는 가장 최근 경기(노란색), 최근 다섯 경기(빨간색) 및 남은 시즌 경기(회색)와 같이 각 측정 분야에 다른 색상을 사용하여 표시합니다.

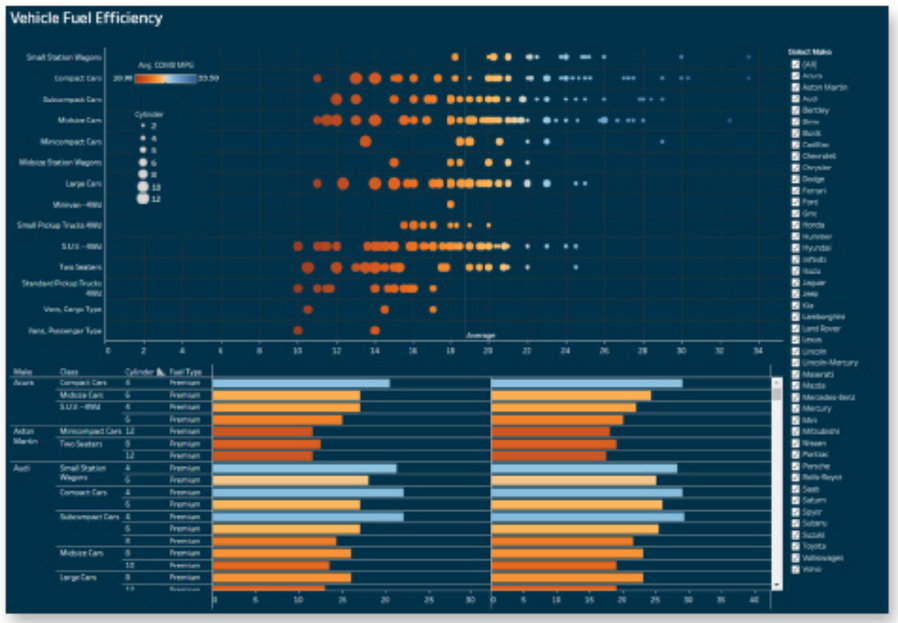
이러한 기법은 운동 데이터에 매우 효과적이지만 본인에게는 적합하지 않다고 생각할 수도 있습니다. 그러나 이 접근 방법은 궁극적으로 이벤트나 카테고리를 다른 항목과 비교하는 방법의 하나이므로 다른 상황에도 적용될 수 있습니다. 예를 들어 자동차 연비를 비교할 때도 동일한 접근 방법을 사용할 수 있습니다.



이전:

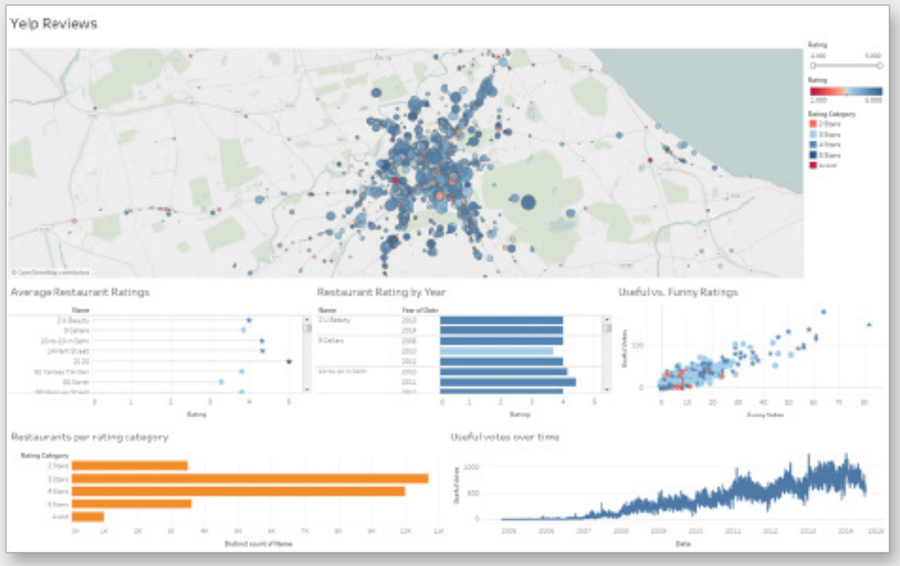


이후:



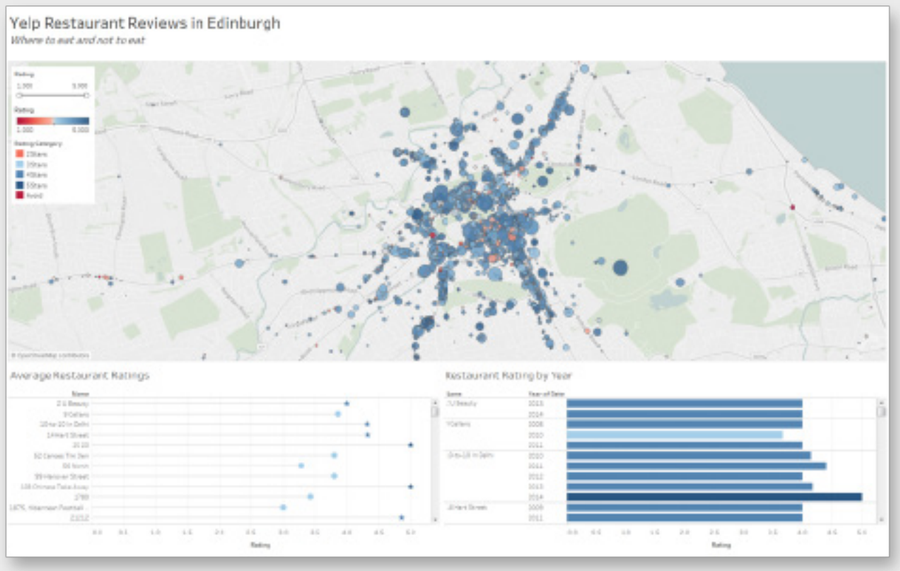
이 예에서는 값이 평균보다 높은지 또는 낮은지 여부에 따라 지정된 색상을 사용하여 평균 연비를 표시합니다.

이전:



이 대시보드는 한 번에 여러 가지 답을 하려는 바람에 너무 많은 정보를 표시하고 있습니다.

이후:



대시보드를 세 가지 뷰로 제한하여, 보는 사람이 어디서 식사할지 결정하는 것과 관련된 질문에만 답을 줍니다.

5 ☑ Don't

모든 질문에 대해 한꺼번에 답하려고 하지 마십시오.

대시보드는 몇 가지의 핵심 메시지를 전달하는 것이 좋습니다. 발견한 인사이트를 한 번에 모두 전달할 필요는 없습니다. 하나의 대시보드에 너무 많은 콘텐츠를 추가하면 보는 사람에게 정보 과부하를 초래할 수 있습니다. 도출해야 할 결론이 무엇인지 보는 사람이 확신할 수 없거나 해당 주제와 관련 없는 질문을 하는 방향으로 진행될 수도 있습니다.

따라서, 몇 가지 핵심 질문에 대한 답을 제공하고, 관련 내용에 관해 더 많은 질문을 할 수 있도록 정보의 양을 줄이십시오. 이렇게 하면 개인 스스로 데이터를 탐색하고, 새로운 인사이트를 발견하고, 자신의 기호에 맞고 반복되는 대시보드 버전을 저장할 수 있습니다.

그 사용자를 위한 정보의 계층 구조를 생각해 보십시오. 그 사람이 첫 번째 또는 두 번째로 답이 필요한 질문이 무엇입니까? 그러한 답을 쉽게 발견할 수 있습니까? 아니면, 분석을 더 해야 알 수 있습니까? 경험에 따르면 대시보드의 각 차트가 한 번에 한 가지 질문에 답할 수 있게 하는 것이 좋습니다.

6 ✓ Do!

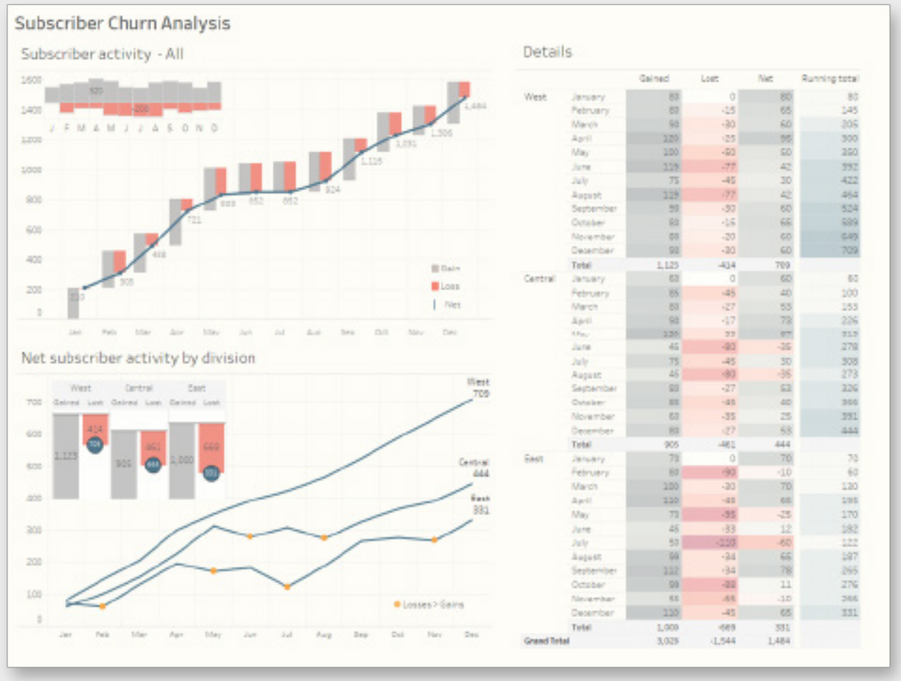
휴대기기를 염두에 두고 디자인하십시오.

사용자가 필요한 때에 필요한 정보를 가능한 한 쉽게 탐색할 수 있도록 디자인할 수 있습니다. 모바일 환경에 적합한 대시보드를 만들면 됩니다.

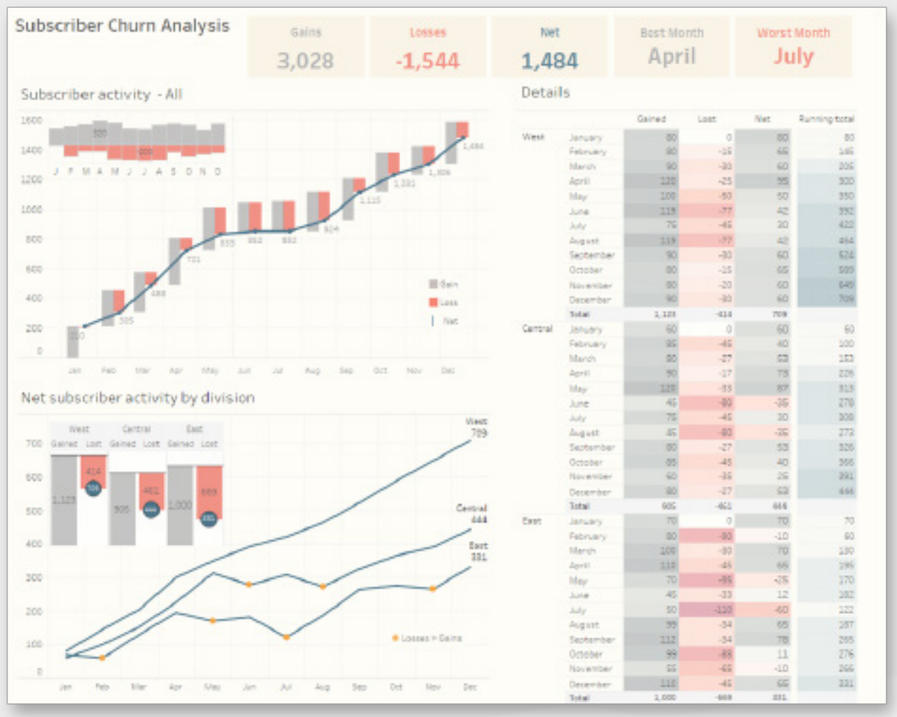
이동 중인 어떤 임원을 생각해 보겠습니다. 휴대폰으로 액세스하여 확인해야 하는 한 두 가지의 핵심 정보는 무엇이겠습니까? 이사회 앞에서 영업 대시보드에 액세스할 수 없다면 준비가 되지 않은 사람으로 비칠 것입니다. 그러나 필요한 수치를 뽑아내고 자세한 내용으로 드릴다운한다면 그 임원은 이사회의 신망을 얻을 것이며 대시보드를 만든 여러분 또한 좋은 평가를 받을 것입니다.

보는 사람이 이동 중에도 대시보드를 최대한 활용할 수 있도록 가로, 세로 모든 측면에서 휴대기기를 고려하여 작업하십시오.

이전:



이후:



7 ✓ Do

크게 표시한 숫자를 사용하십시오.

이러한 큰 크기의 핵심 성과 지표는 사용자가 대시보드를 탐색하는 기준점입니다. 즉, 실질적으로 '여기에서 시작'하라고 큰 소리로 알려주는 것입니다. 대화를 시작하거나 끝내는 지점으로 사용되거나, 인접한 차트에 대한 컨텍스트를 제공할 수 있습니다. 보편적인 색상 범례로도 사용할 수 있습니다.

실제로 사람의 시선은 크게 표시한 숫자로 향한다는 증거가 있습니다. 보는 사람의 관심을 끄는 것과 정보가 제대로 이해되는 것은 별개이지만, 적어도 관심을 올바른 방향으로 이끌 수 있습니다.

시선이 즉각적으로 이익, 손실, 최악의 달, 최고의 달로 향하게 되므로, 보는 사람에게 인사이트와 핵심 정보를 빨리 제공하게 됩니다.

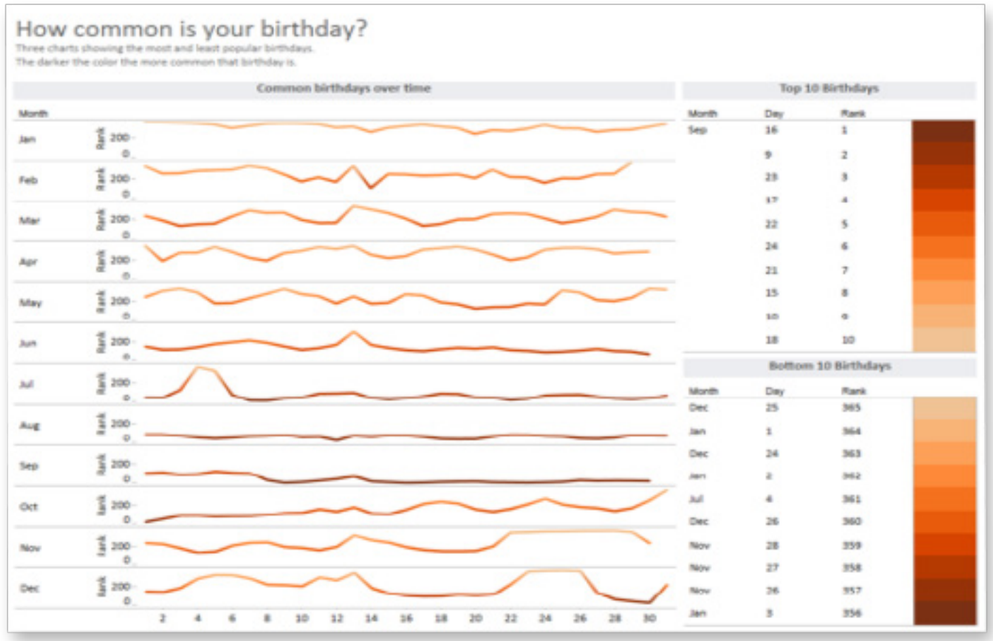
8 ✓ Don't

데이터에 이전에 썼던 것과 같은 차트를 사용하지 마십시오.

대시보드를 사용하여 원하는 스토리를 전달하려면, 첫 번째로 떠오르는 비주얼리제이션으로 정하기 전에 다양한 차트 유형을 탐색해야 합니다. 날짜 및 시간과 같은 특정 데이터 유형에는 가장 확실한 비주얼리제이션으로 라인 차트를 선택하는 것이 일반적입니다. 그러나, 라인 차트가 항상 최선의 선택이라고 단정하지 마십시오.

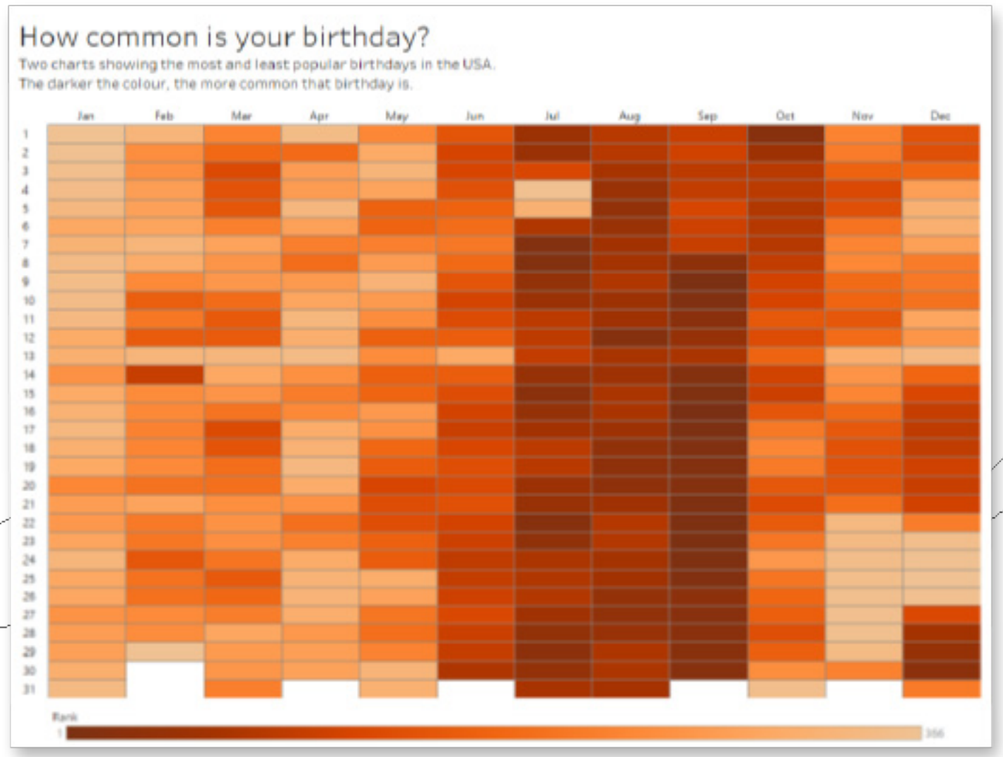
시간을 시각화하는 데는 다양한 방법이 있습니다. 어떤 다른 차트를 통해 표준 타임라인으로는 표시할 수 없는 인사이트를 나타낼 수도 있습니다. 계절적 변동, 순위 변경, 시간 경과에 따른 전체 내 부분의 변화 등을 살펴볼 때 타임라인의 사용은 최악의 선택이 되기도 합니다. 데이터에 대해 제기되는 질문을 고려한 다음 다양한 차트 및 그래프를 반복적으로 시도해 보면서 데이터에 가장 적합한 비주얼리제이션을 찾아야 합니다.

이전:



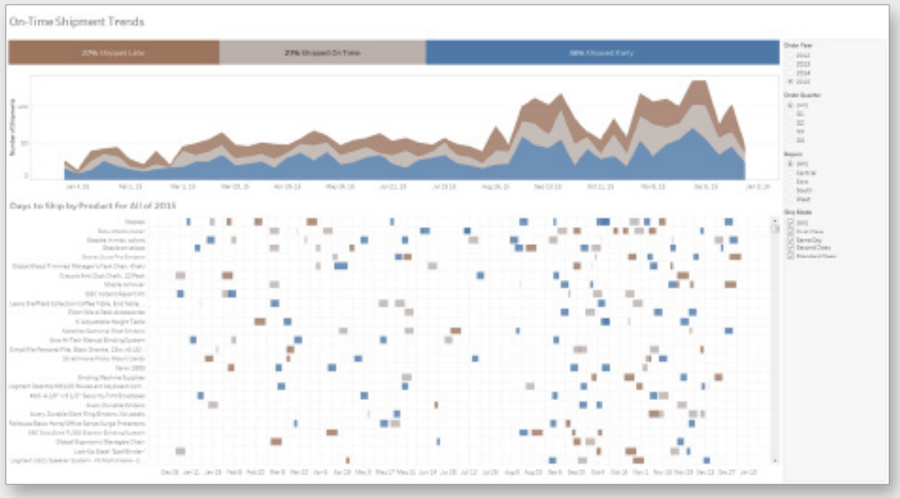
라인 차트를 사용한 이 예를 보면 어떤 달에 생일이 가장 많은지 확인하기가 어렵습니다.

이후:

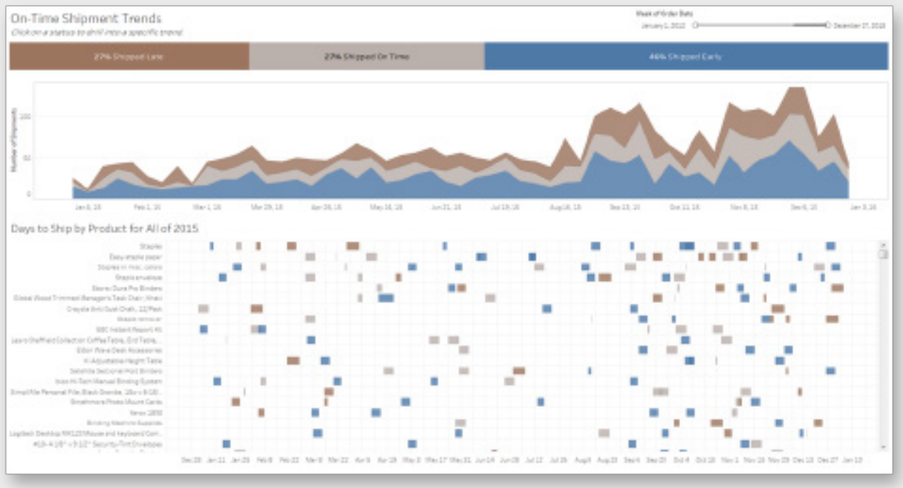


히트 맵을 사용하면 대부분의 생일이 9월에 몰려 있다는 것을 쉽게 확인할 수 있습니다.

이전:



이후:



누적 막대 차트는 대시보드의 다른 차트에 대한 색상 범례로도 사용되는 동시에, 보는 사람에게 각 시간 관련 세그먼트에 대한 전체적인 정보를 제공합니다. KPI에 두 가지 목적을 부여함으로써 대시보드에 다른 차트의 세부 정보를 위한 추가 공간이 확보됩니다.

9 ☑ Don't

대시보드 공간을 고려해야 한다는 사실을 잊지 마십시오.

각 대시보드의 공간은 한정되어 있으므로, 각 요소는 작성자가 의도한 데이터 스토리의 한 부분을 전달해야 합니다. 적은 수의 개체를 사용하면 뷰어가 메시지의 의미를 쉽게 이해할 수 있습니다.

예를 들어, 대시보드의 여러 차트에서 차원이 동일할 경우 하나의 색상 범례만 사용하십시오. 대시보드에 필터가 필요하면 필터를 필요한 곳에 배치하여 보는 사람이 데이터와 상호 작용하는 방법을 신속하게 알 수 있도록 합니다. 필터를 그룹화하거나 시각적으로 표시하여 보는 사람이 대시보드를 탐색하는 데 도움이 되도록 합니다.

10 ☑ Don't

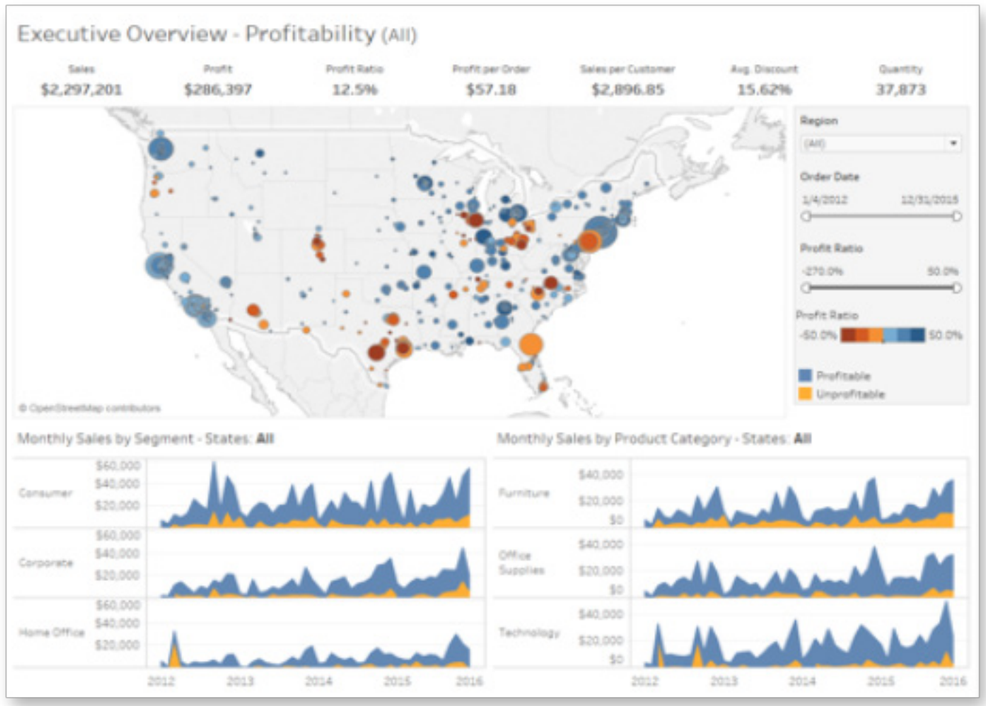
사용자가 어디서부터 시작해야 할지 알고 있을 거라 가정하지 마십시오.

대시보드를 처음 접한 사용자의 경우, 대시보드와 상호 작용하는 방법(예: 특정 방식으로 데이터를 필터링하거나 다른 관련 대시보드로 가져오는 방법 등)에 대해 알지 못할 수도 있습니다.

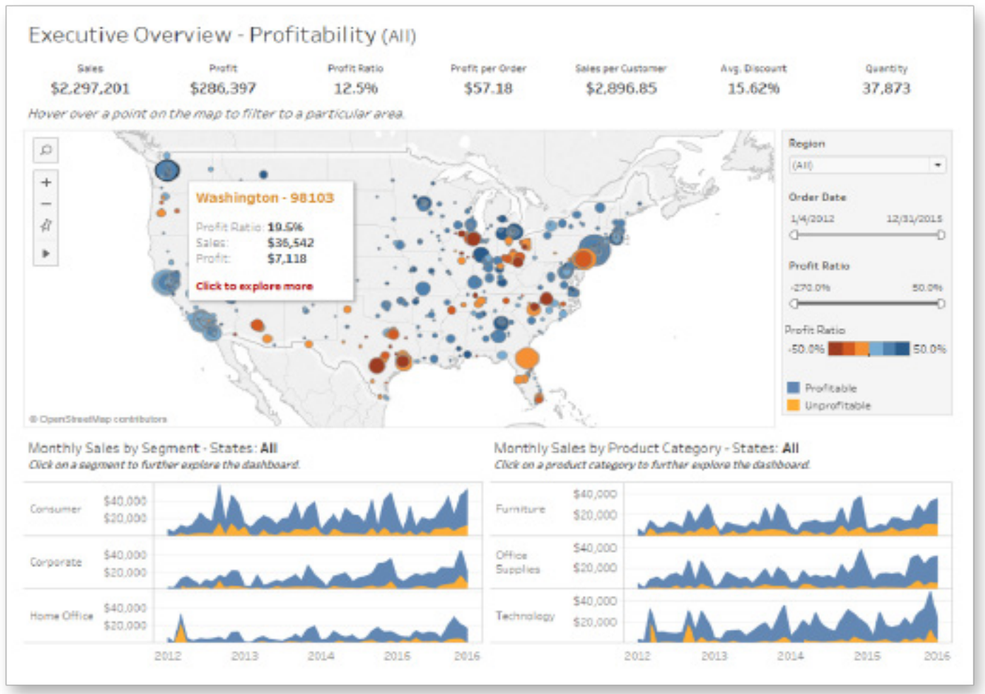
보는 사람이 대시보드를 더 효율적으로 사용하는 방법을 알 수 있도록 필터 제목이나 워크시트에 사용 지침을 제공하십시오. 이렇게 하면 전달하려는 정보에 대한 사용 방법을 보는 사람이 이해하고 후속 질문을 할 수 있게 됩니다.

단순한 지침을 추가함으로써, 사용자는 대시보드와 효율적으로 상호 작용하는 방법을 잘 이해할 수 있게 됩니다.

이전:



이후:



이 문서에 소개된 팁을 활용하십시오.

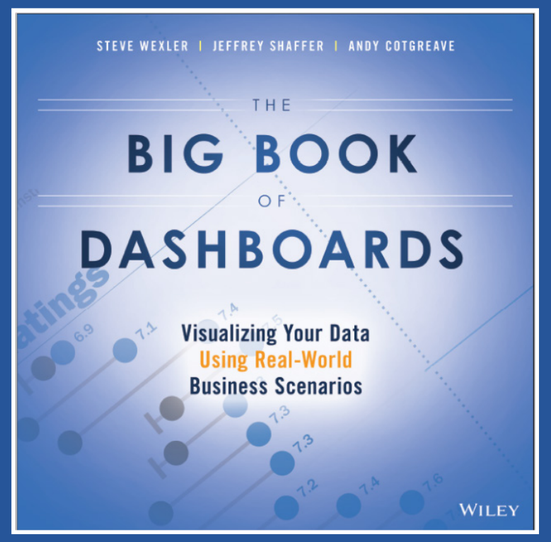
대시보드는 과학, 예술, 커뮤니케이션, 스토리텔링 및 매우 다양한 요소를 결합하는 기술입니다. 누구나 대시보드를 만들 수 있지만, 정말 효과적인 대시보드를 만드는 데는 시간과 협력 및 반복이 필요합니다.
기억하십시오. 이미 훌륭한 대시보드라고 할지라도 계속해서 변화시켜 향상할 수 있습니다.

Tableau 정보

Tableau를 사용하면 데이터를 비즈니스를 개선할 수 있는 실행 가능한 인사이트로 전환할 수 있습니다. 데이터가 저장된 위치나 형식에 상관없이 손쉽게 연결하고, 애드혹 분석을 빠르게 수행하여 숨겨진 기회를 발견하게 됩니다. 끌어 놓기로 고급 시각적 분석 기능을 갖춘 대화형 대시보드를 작성하여 조직 전체에서 공유하고, 팀원들이 데이터에 대한 고유한 관점을 탐색하도록 도와줍니다. 글로벌 기업부터 신생 기업 및 소규모 비즈니스에 이르기까지 전 세계 모든 사람들이 Tableau의 분석 플랫폼을 사용하여 데이터를 보고 이해하고 있습니다.

관련 리소스

효과적인 대시보드 구축
디자인 감각을 향상시키는 방법: 시선 추적에 대한 연구
Tableau 비주얼리제이션 갤러리



대시보드 이미지
*The Big Book of Dashboards*에서 제공
저자: Steve Wexler, Jeffrey Shaffer, Andy Cotgreave