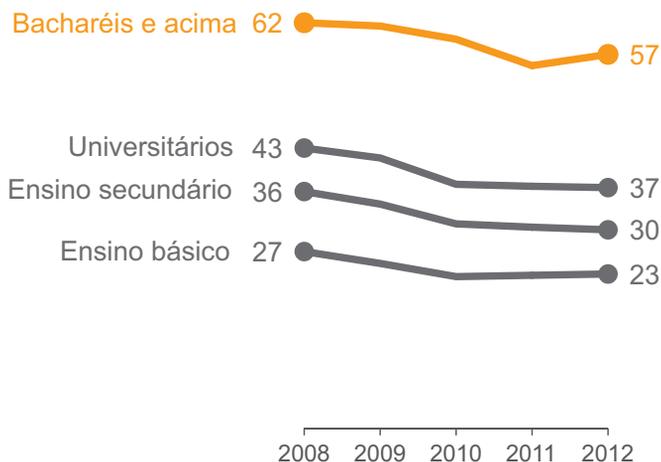


Taxa de Novos Casamentos por Instrução

Número de adultos recém-casados por 1.000 adultos que podem se casar



Nota: os que podem se casar incluem os recém-casados, mais os viúvos, divorciados ou que nunca se casaram, à época da entrevista.

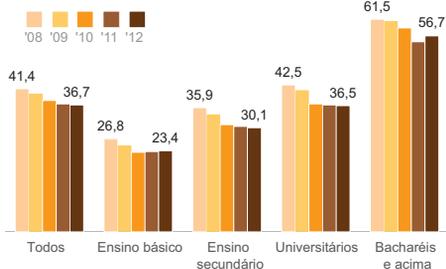
Fonte: Censo dos EUA

Adaptado de PEW RESEARCH CENTER

FIGURA 5.4 Elimine as distrações.

Taxa de Novos Casamentos por Instrução

Número de adultos recém-casados por 1.000 adultos que podem se casar



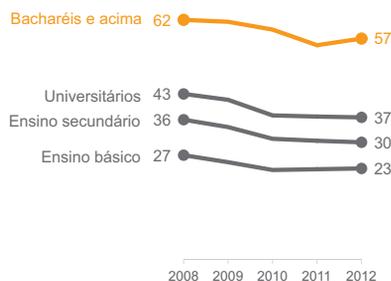
Nota: os que podem se casar incluem os recém-casados, mais os viúvos, divorciados ou que nunca se casaram, à época da entrevista.

Fonte: Censo dos EUA

Adaptado de PEW RESEARCH CENTER

Taxa de Novos Casamentos por Instrução

Número de adultos recém-casados por 1.000 adultos que podem se casar



Nota: os que podem se casar incluem os recém-casados, mais os viúvos, divorciados ou que nunca se casaram, à época da entrevista.

Fonte: Censo dos EUA

Adaptado de PEW RESEARCH CENTER

FIGURA 5.5 Antes e depois

Problemas versus Satisfação por Modelo

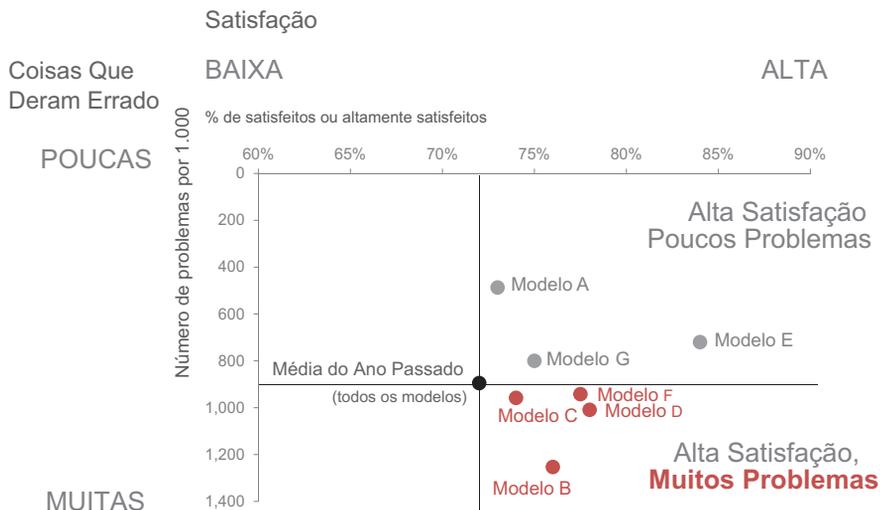


FIGURA 5.6 Hierarquia visual de informações clara

Principais épocas de términos de relacionamento

de Acordo com as Atualizações de Status no Facebook

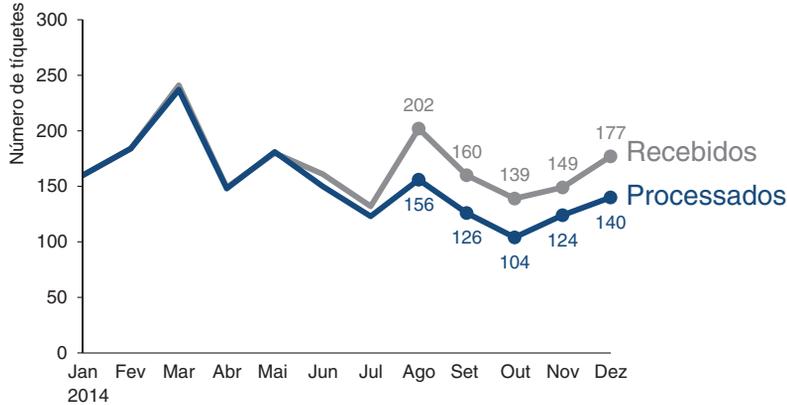


FIGURA 5.7 Palavras usadas sabiamente



FIGURA 5.8 Vamos rever o exemplo dos tíquetes

Volume de tíquetes ao longo do tempo



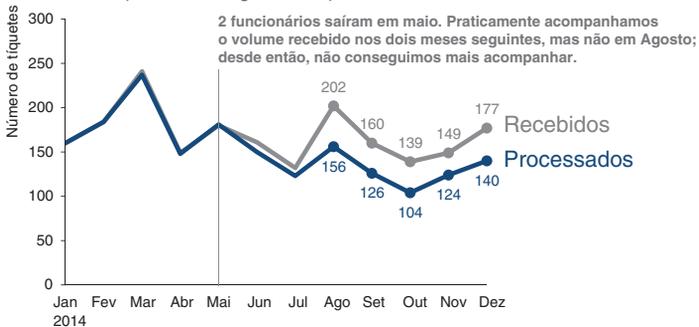
Fonte dos dados: XYZ Dashboard, em 31/12/2014

FIGURA 5.9 Use palavras para tornar o gráfico acessível

Favor aprovar a contratação de dois funcionários de tempo integral

para substituir os que foram demitidos no ano passado

Volume de tíquetes ao longo do tempo



Fonte dos dados: XYZ Dashboard, em 31/12/2014 | Para informar esse pedido foi feita uma análise detalhada dos tíquetes processados por pessoa e do tempo para resolver problemas (se necessário, pode ser fornecida).

FIGURA 5.10 Adição de título de ação e anotação



FIGURA 5.11 Sabão detergente líquido Method

Distribuição por segmento de clientes

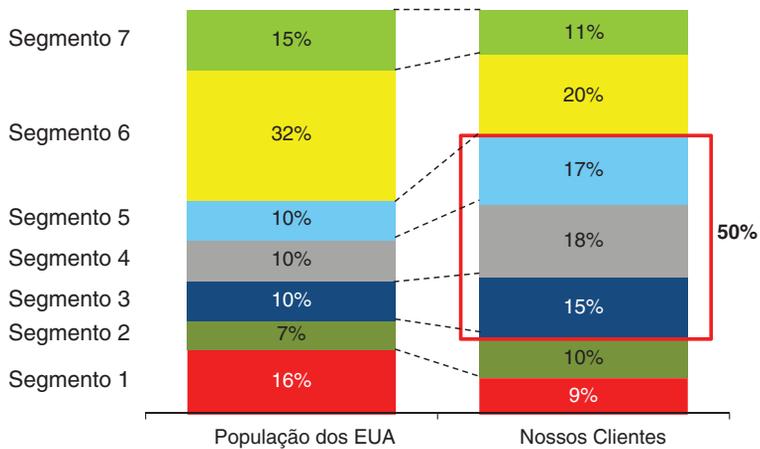


FIGURA 5.12 Design sem estética

Distribuição por segmento de clientes

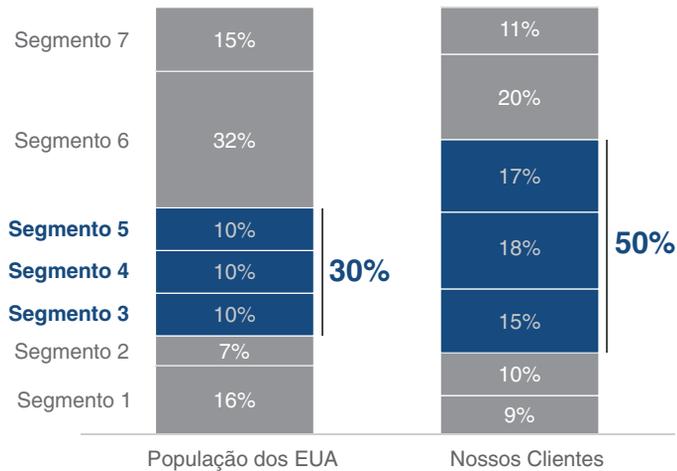


FIGURA 5.13 Design estético

Progresso da campanha de doações anual

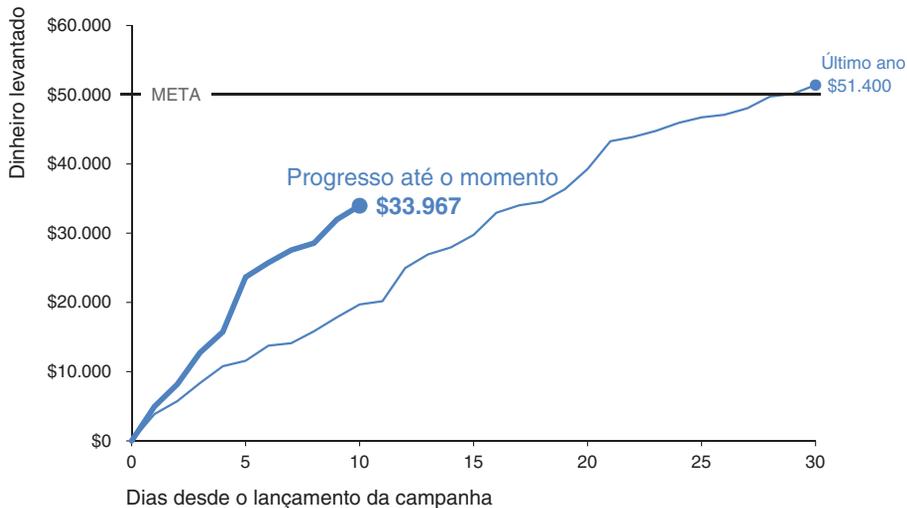
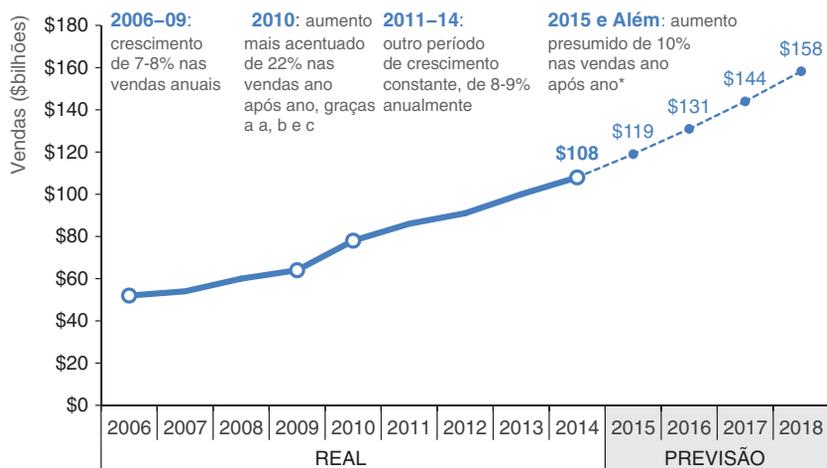


FIGURA 6.1 Gráfico de linhas

Vendas no decorrer do tempo

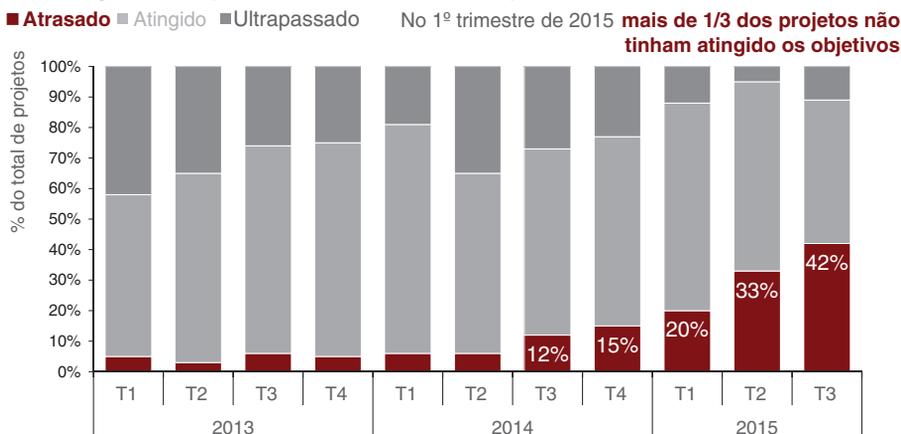


Fonte dos dados: Sales Dashboard; valores anuais referentes a 31/12 do ano dado.

*Use esta nota de rodapé para explicar o que está impulsionando a previsão presumida de 10% de crescimento anual.

FIGURA 6.2 Gráfico de linhas anotado com previsão

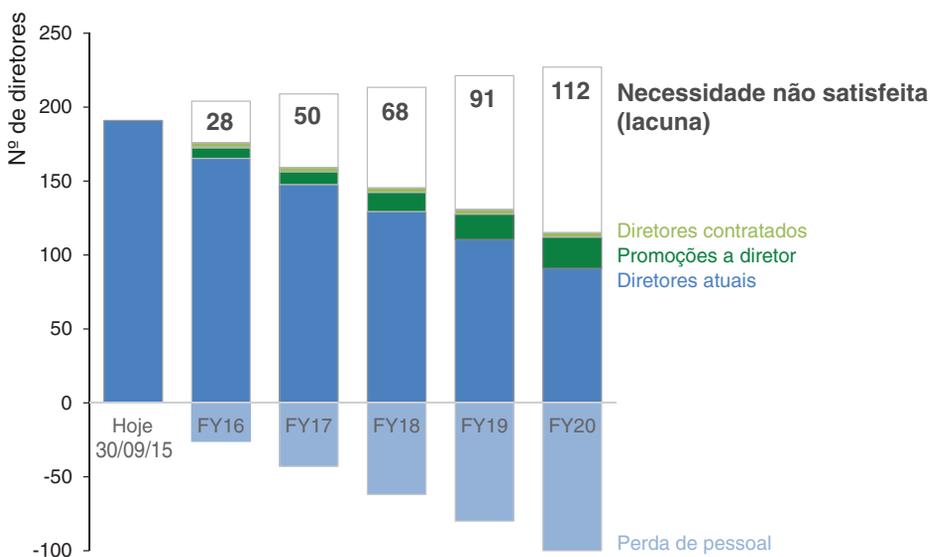
Realização do objetivo no decorrer do tempo



Fonte dos dados: XYZ Dashboard; o número total de projetos aumentou com o passar do tempo, de 230 no início de 2013 para quase 270 no 1º trimestre de 2015.

FIGURA 6.3 Gráfico de barras empilhadas a 100%

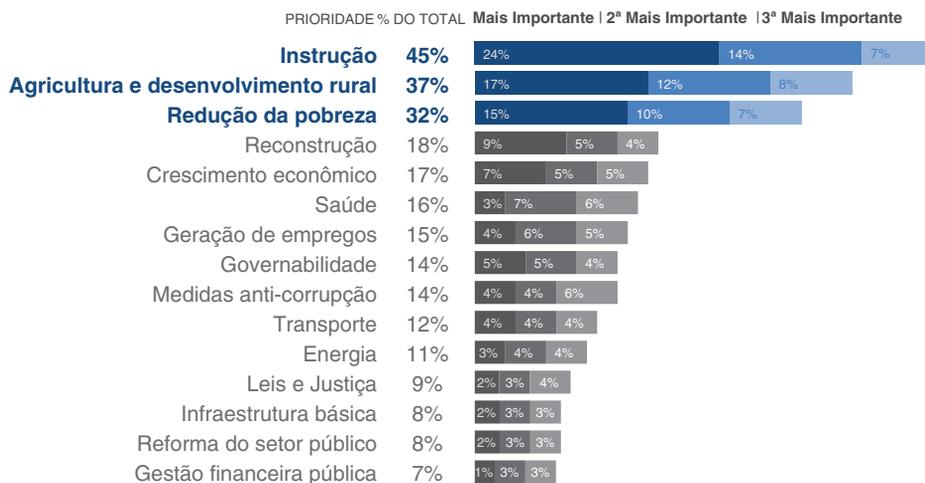
População de diretores esperada no decorrer do tempo



Uma nota de rodapé explicando suposições de previsão relevantes e metodologia ficaria aqui.

FIGURA 6.4 Uso de barras empilhadas positivas e negativas

15 principais prioridades de desenvolvimento, de acordo com a pesquisa



N = 4.392. Baseado na resposta ao item, Ao considerar prioridades de desenvolvimento, qual é a mais importante? Qual é a segunda mais importante? Qual é a terceira mais importante? Os entrevistados escolheram em uma lista. São mostradas as 15 principais.

FIGURA 6.5 Barras empilhadas horizontais



FIGURA 7.1 Bing, bang, bongo

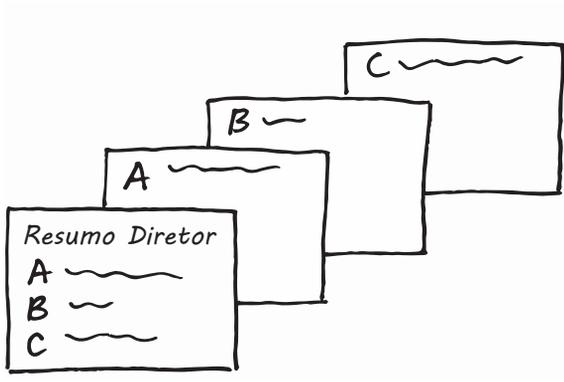


FIGURA 7.2 Lógica horizontal

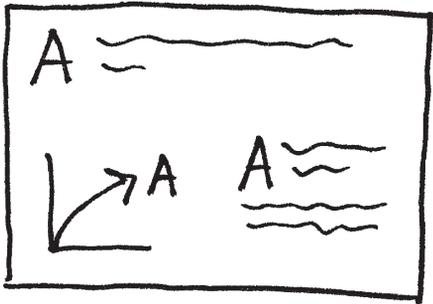


FIGURA 7.3 Lógica vertical

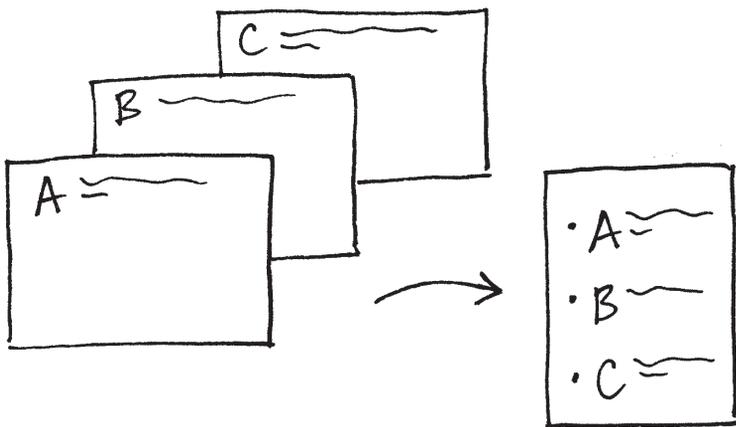


FIGURA 7.4 Storyboard inverso

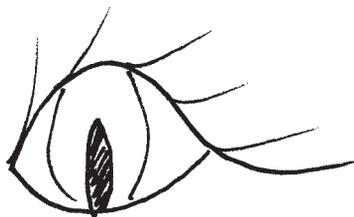


FIGURA 7.5 Uma nova perspectiva

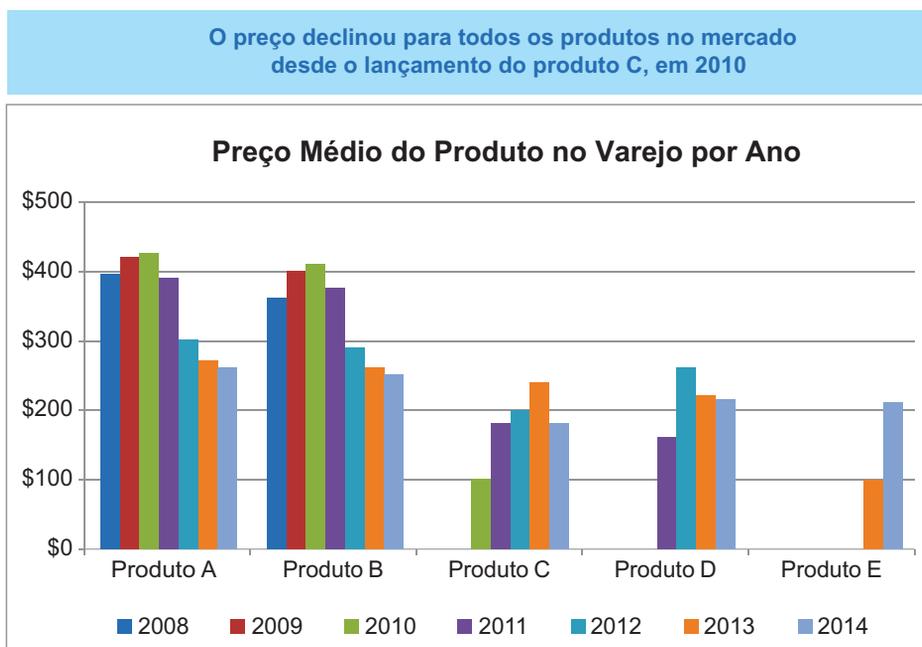


FIGURA 8.1 Visual original

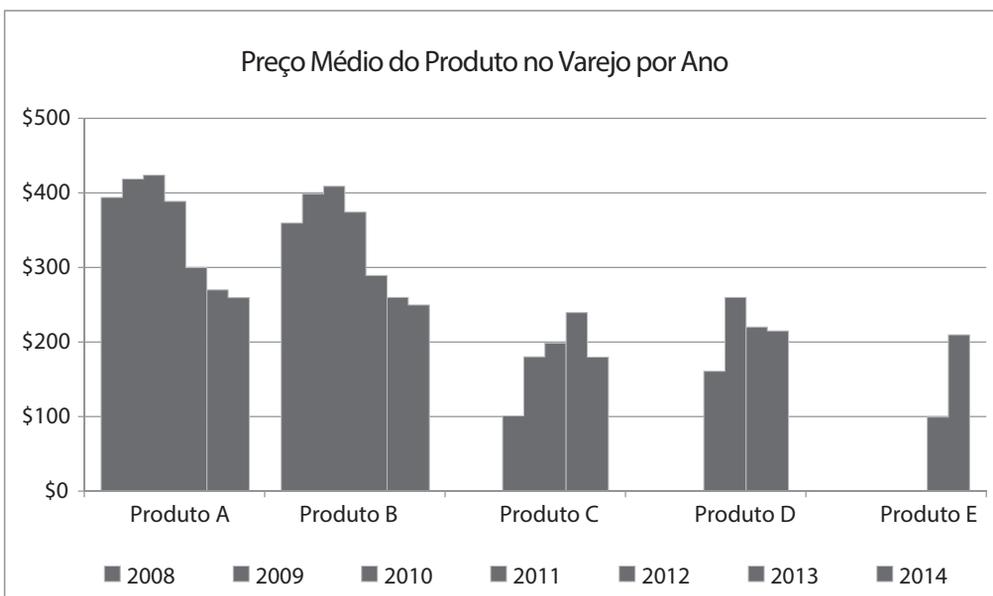


FIGURA 8.2 Remova a variação na cor

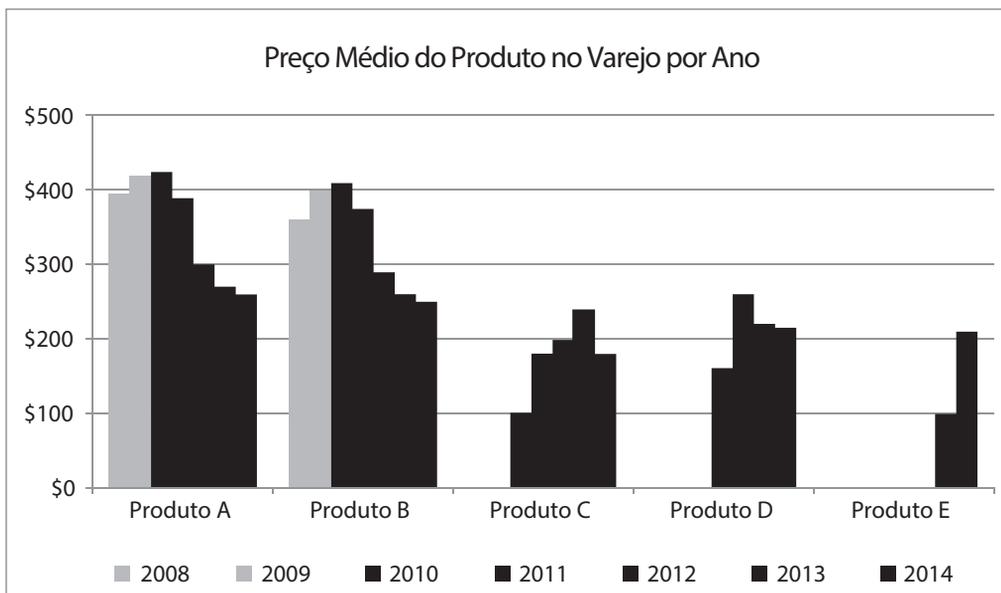


FIGURA 8.3 Enfatize de 2010 em diante

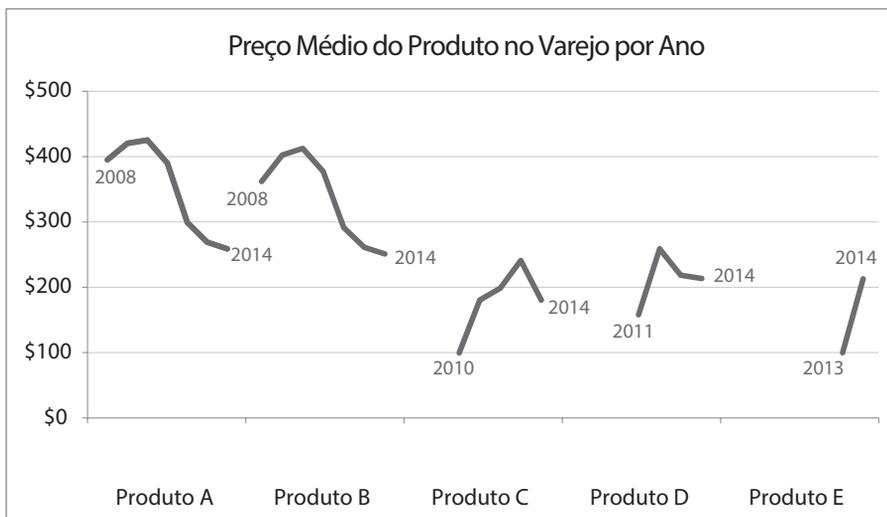


FIGURA 8.4 Mude para um gráfico de linhas

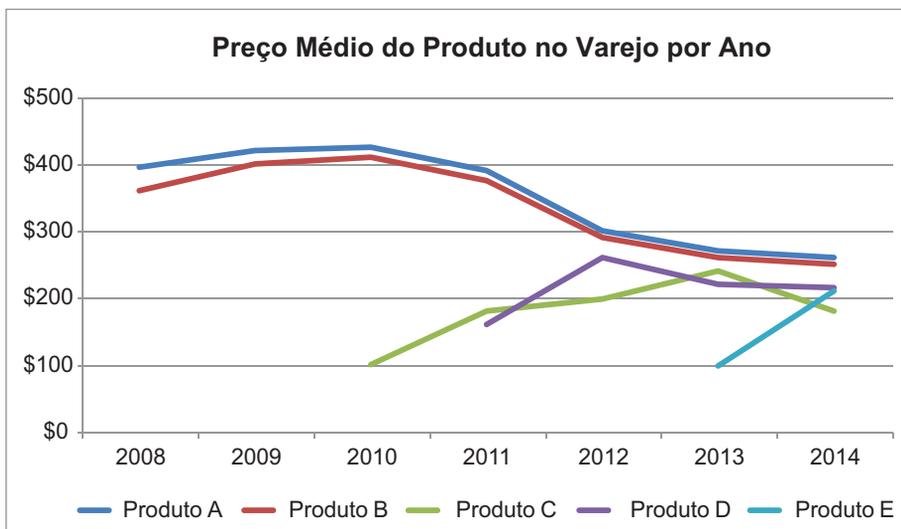


FIGURA 8.5 Gráfico de linhas único para todos os produtos

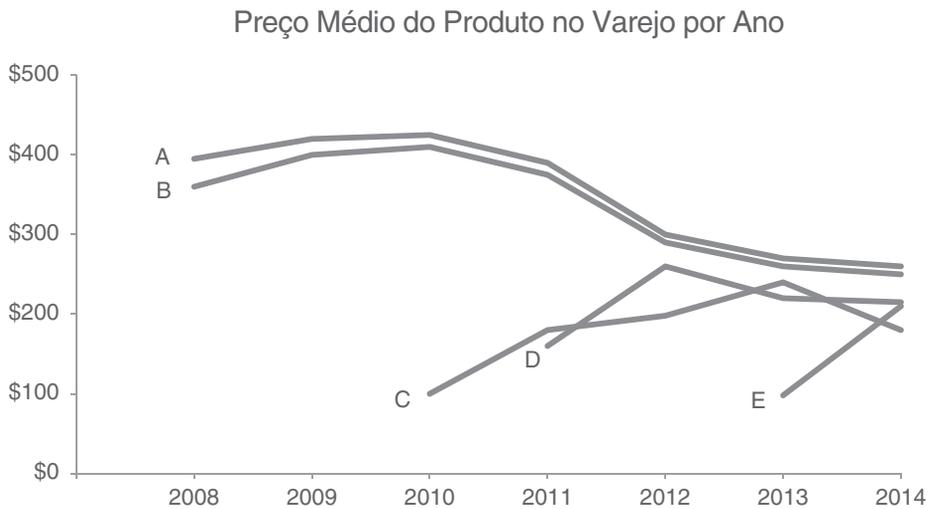


FIGURA 8.6 Elimine a saturação

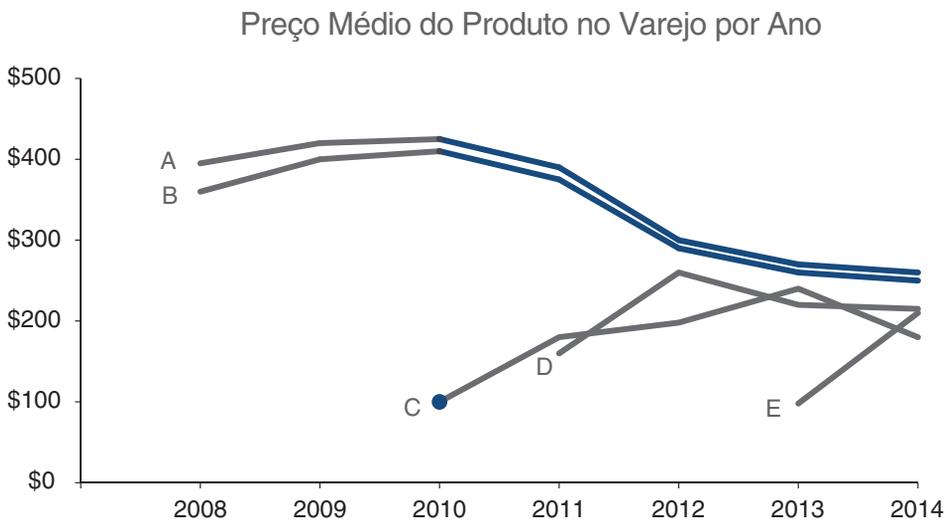


FIGURA 8.7 Focalize a atenção do público

Preço Médio do Produto no Varejo por Ano

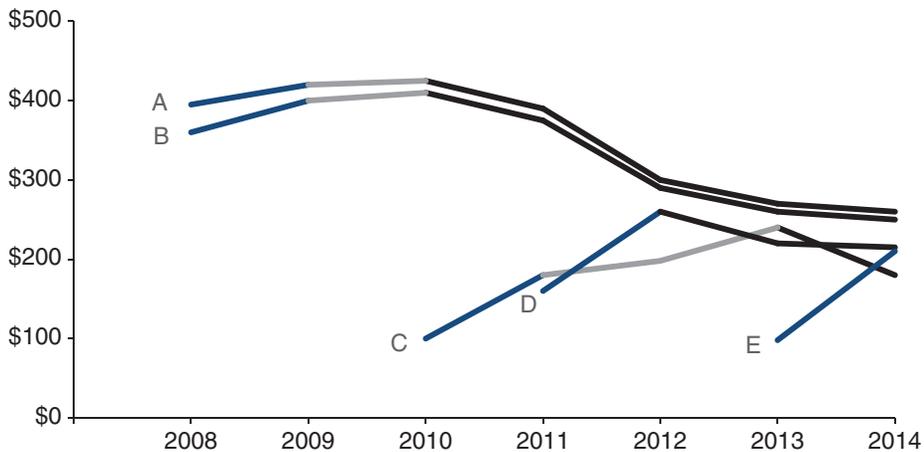


FIGURA 8.8 Mude o foco da atenção do público

Preço Médio do Produto no Varejo por Ano

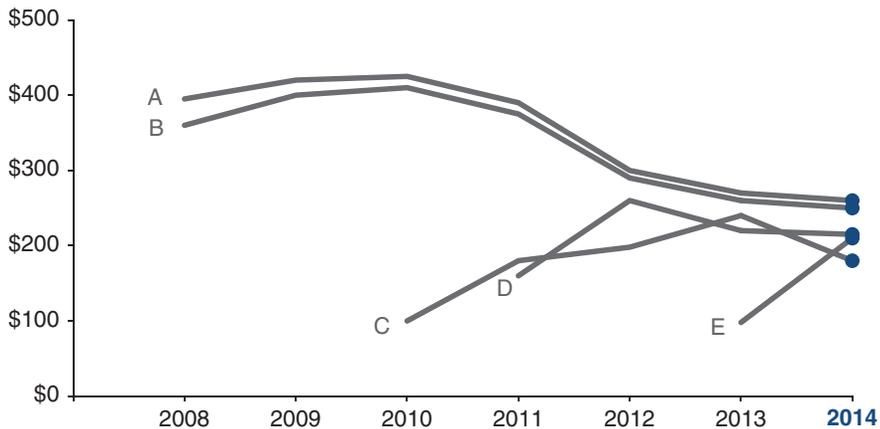


FIGURA 8.9 Mude novamente o foco da atenção do público

Preço no varejo no decorrer do tempo

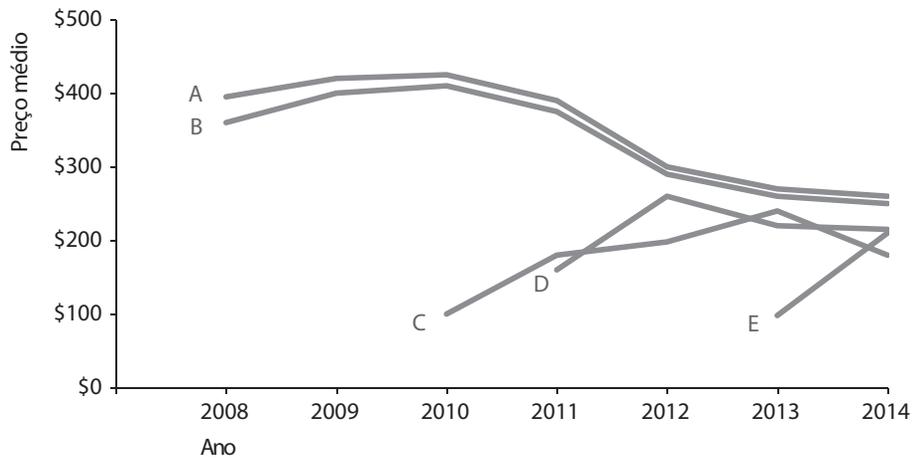


FIGURA 8.10 Adicione texto e alinhe os elementos

Nos próximos 5 minutos...

NOSSO OBJETIVO:

- 1 Entender **como os preços mudaram no decorrer do tempo** no panorama competitivo.
- 2 Usar esse conhecimento para **informar a fixação de preço de nosso produto**.

Terminaremos com uma **recomendação específica**.

FIGURA 8.11

Os produtos A e B foram lançados em 2008 com pontos de preço de mais de **\$360**

Preço no varejo no decorrer do tempo

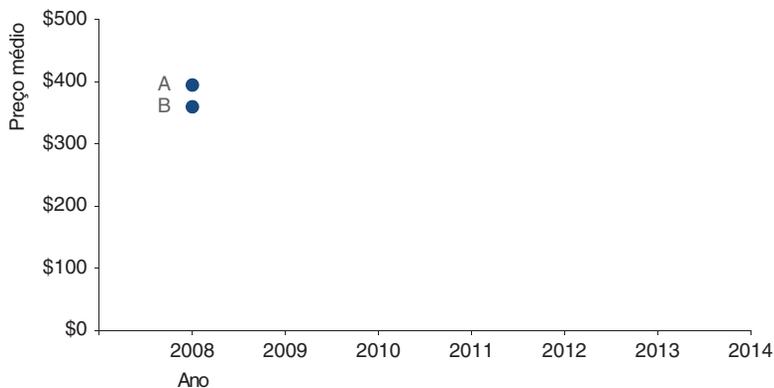


FIGURA 8.12

Eles tiveram preços semelhantes no decorrer do tempo, com B sistematicamente mais baixo que A

Preço no varejo no decorrer do tempo

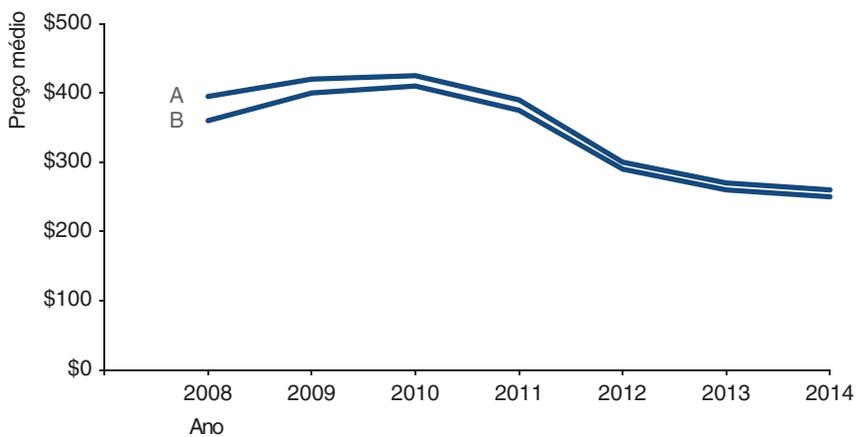


FIGURA 8.13

Em 2014, os produtos A e B tinham os preços **\$260** e **\$250**, respectivamente

Preço no varejo no decorrer do tempo

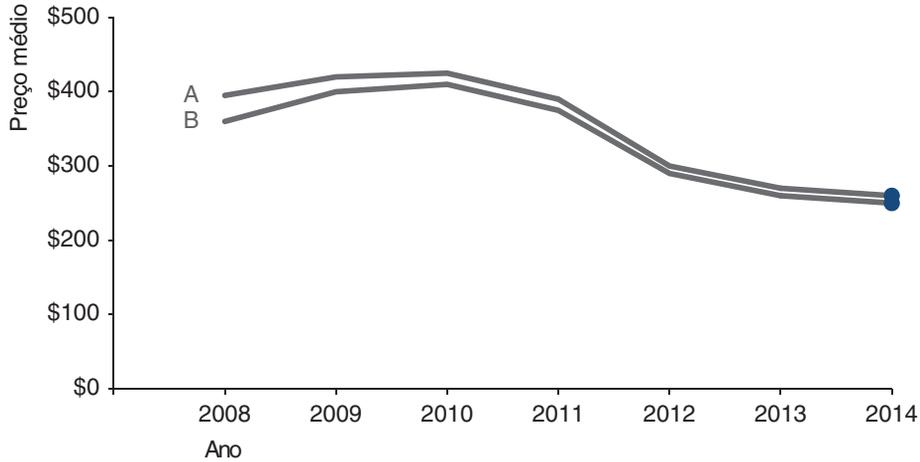


FIGURA 8.14

Os produtos C, D e E foram introduzidos depois, com **pontos de preço muito menores**

Preço no varejo no decorrer do tempo

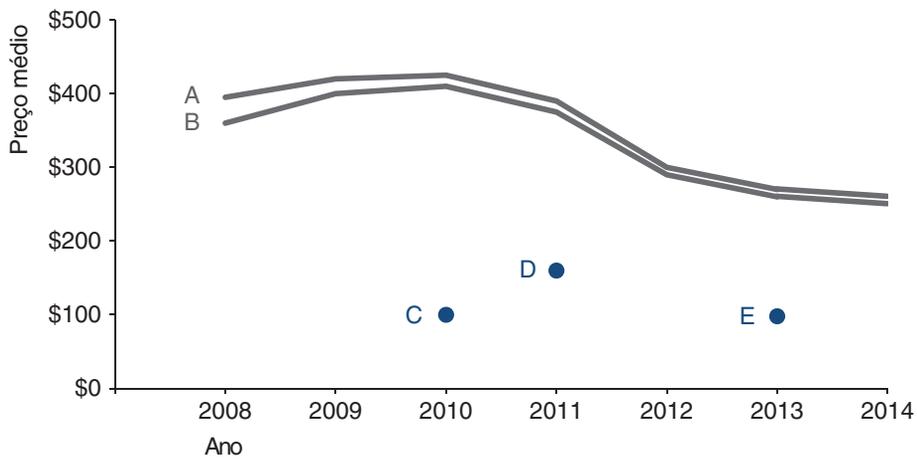


FIGURA 8.15

... mas todos tiveram **seus preços aumentados** desde seus respectivos lançamentos

Preço no varejo no decorrer do tempo

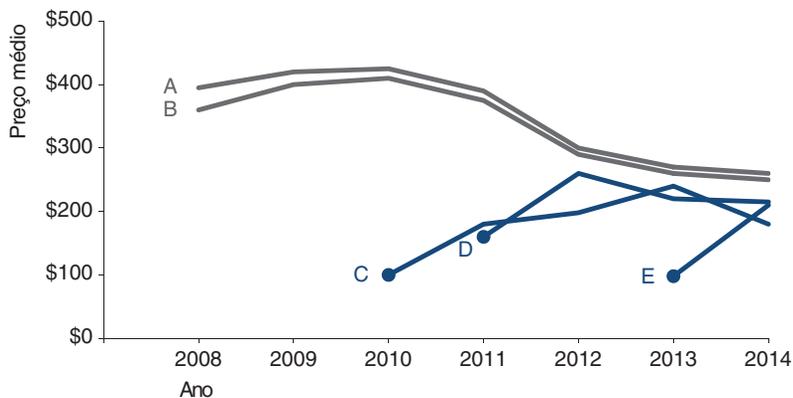


FIGURA 8.16

Na verdade, com o lançamento de um novo produto nessa área de atuação, tendemos a ver um aumento no **preço inicial**, seguido de um **decréscimo** no decorrer do tempo

Preço no varejo no decorrer do tempo

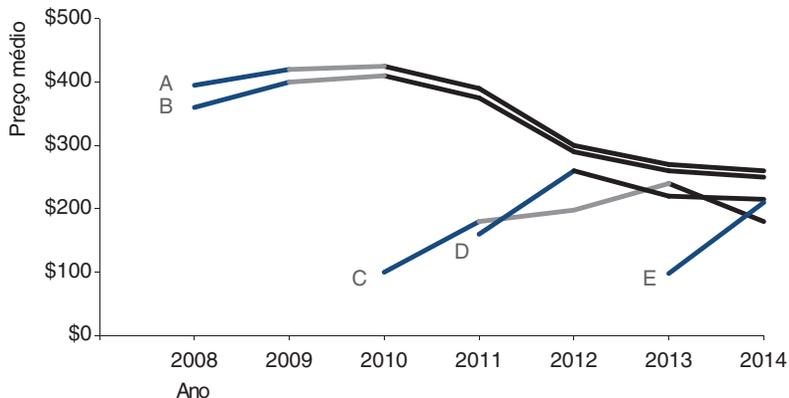


FIGURA 8.17

Em 2014, os preços no varejo convergiram, **com um preço médio de \$223**, variando de no mínimo \$180 (C) até no máximo \$260 (A)

Preço no varejo no decorrer do tempo

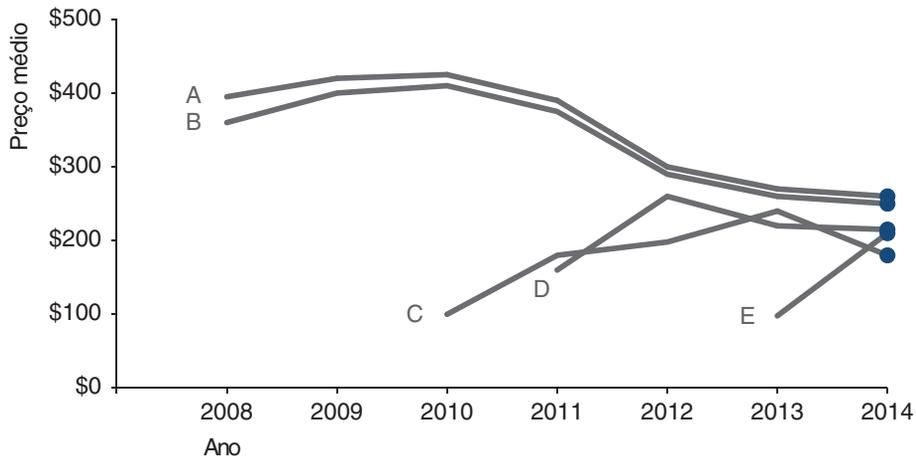


FIGURA 8.18

Para sermos competitivos, recomendamos a introdução de nosso produto abaixo do ponto de preço médio de \$223 na faixa de **\$150 a \$200**

Preço no varejo no decorrer do tempo

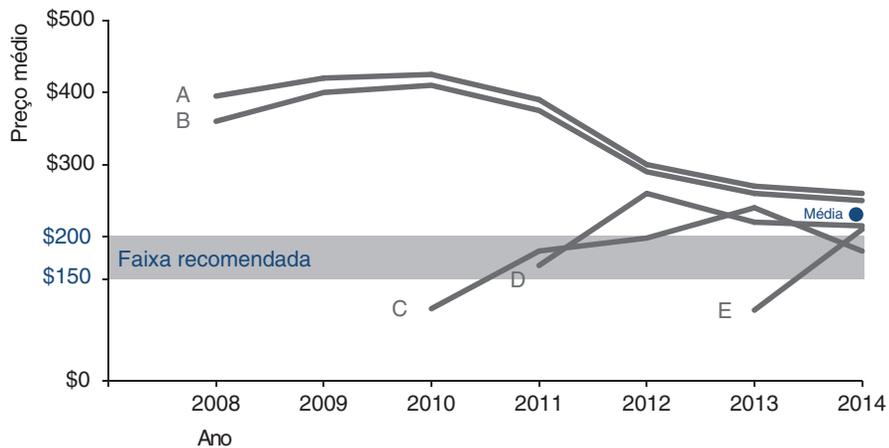


FIGURA 8.19

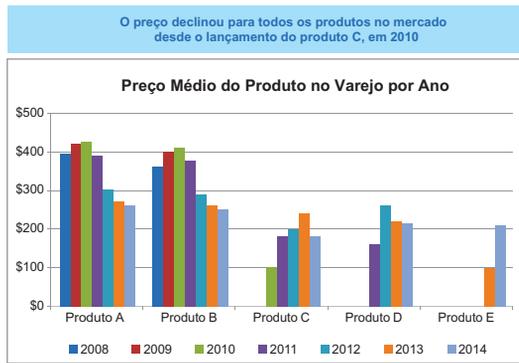


FIGURA 8.20 Antes e depois

Para sermos competitivos, recomendamos a introdução de nosso produto abaixo do ponto de preço médio de \$223 na faixa de \$150 a \$200

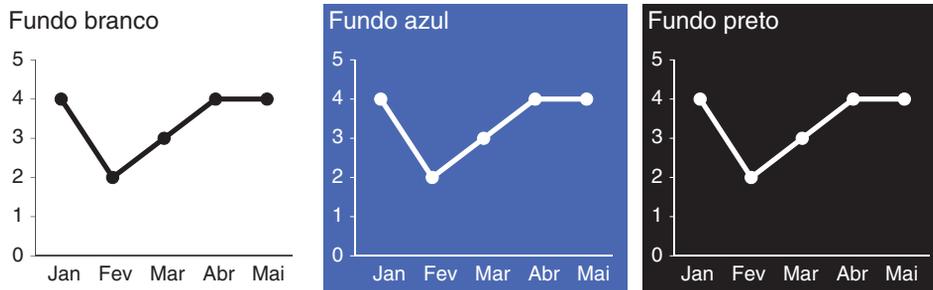
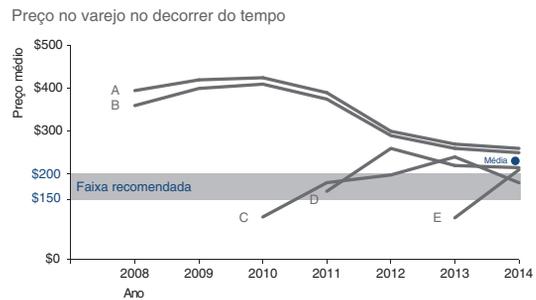


FIGURA 9.1 GRÁFICO SIMPLES SOBRE FUNDO BRANCO, AZUL E PRETO

Resultados da Pesquisa: Equipe X

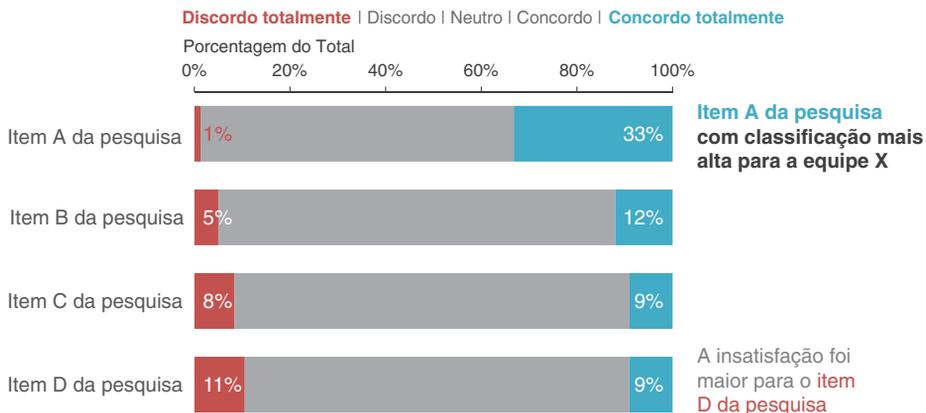


FIGURA 9.2 Remodelação inicial sobre fundo branco

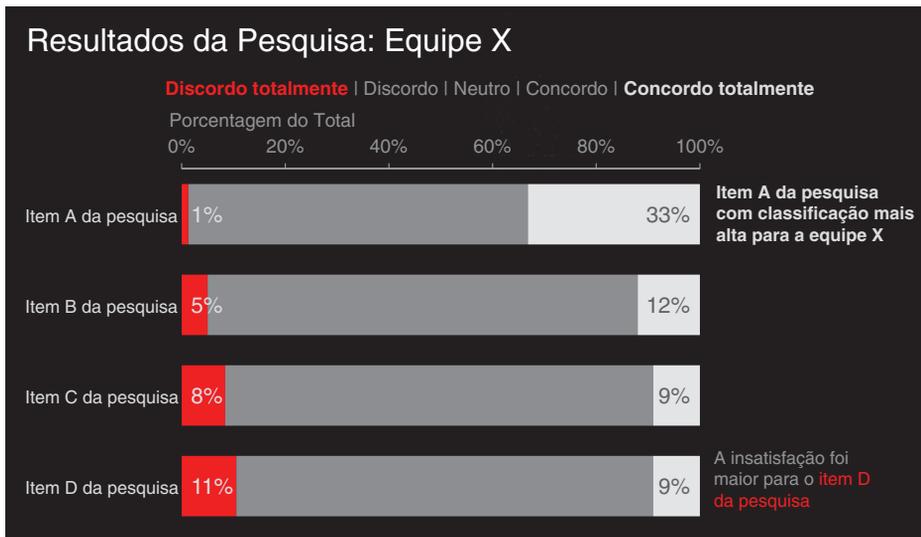
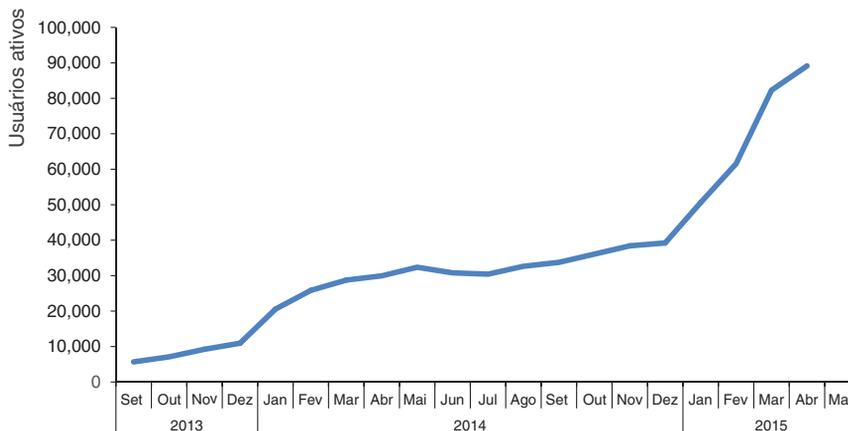


FIGURA 9.3 Recriação sobre fundo escuro

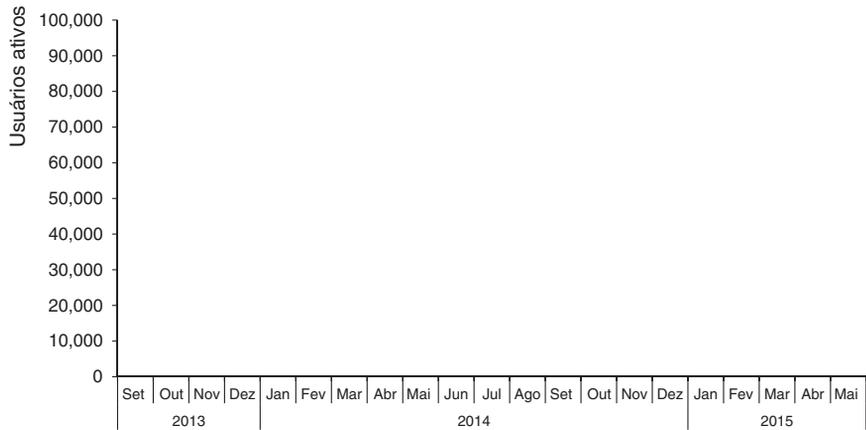
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.4 Gráfico original

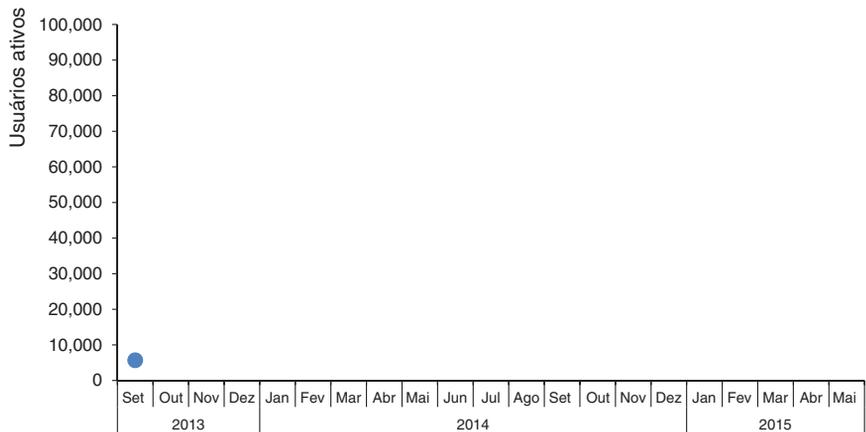
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.5

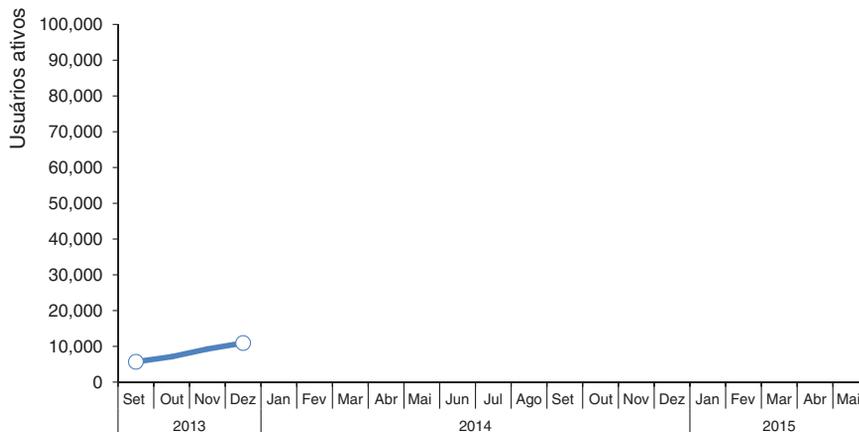
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.6

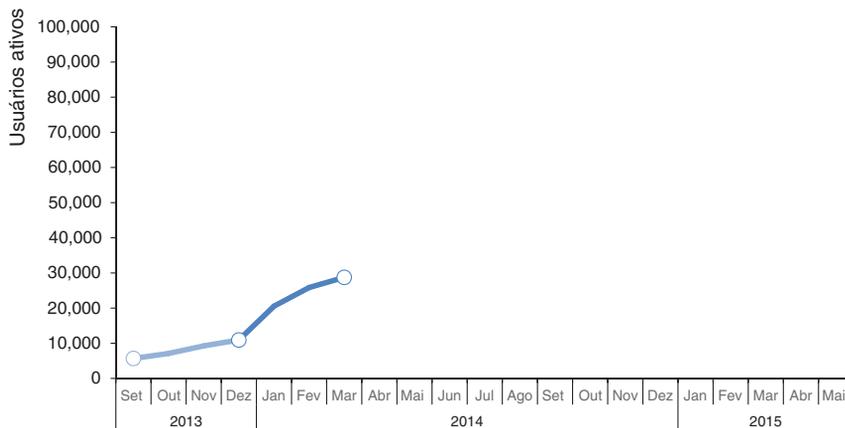
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.7

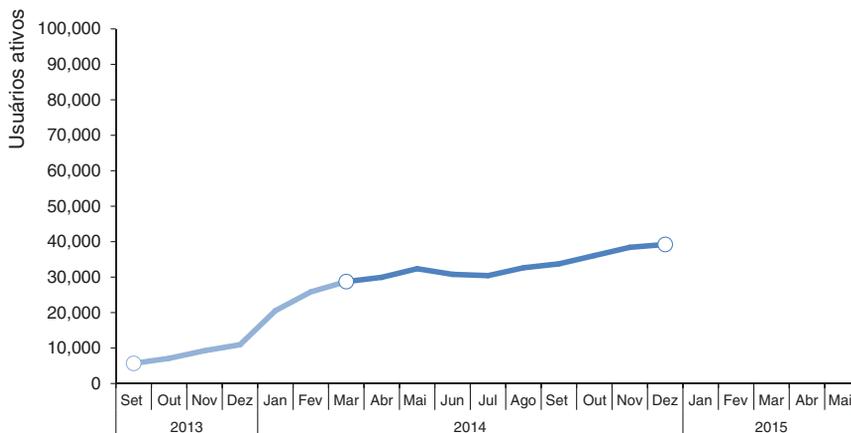
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.8

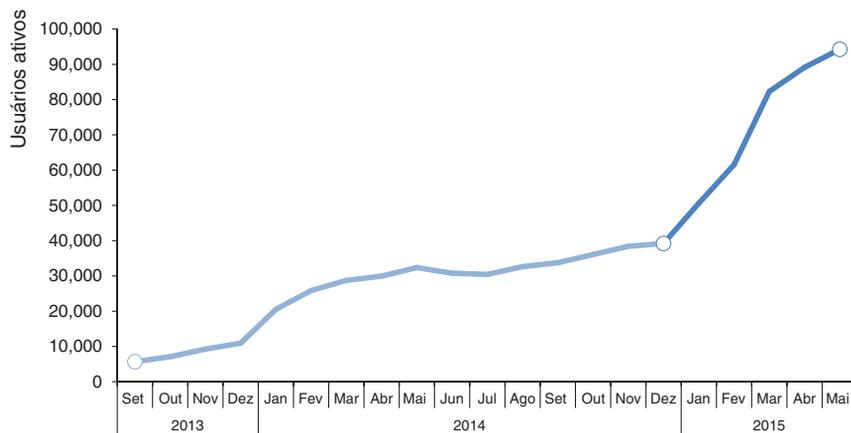
Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.9

Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.10

Moonville: usuários ativos no decorrer do tempo



Fonte dos dados: ABC Report. Para propósitos de análise, "usuários ativos" é o número de usuários individuais nos últimos 30 dias.

FIGURA 9.11

O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?

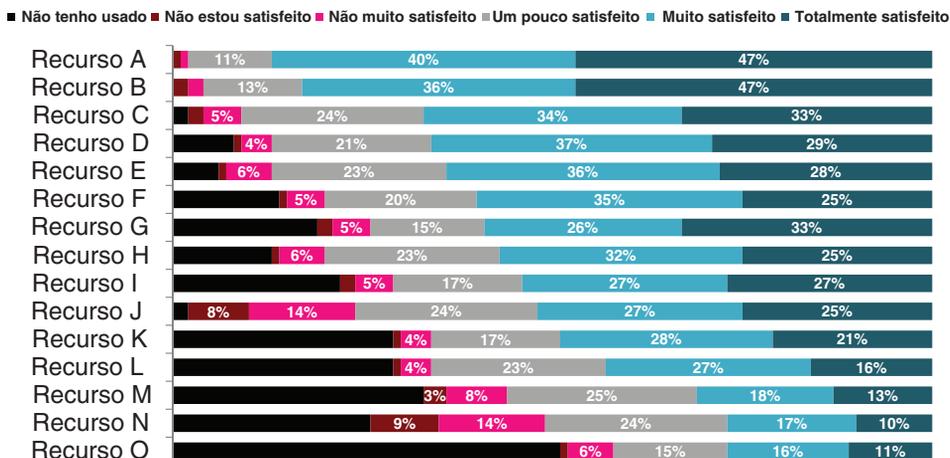
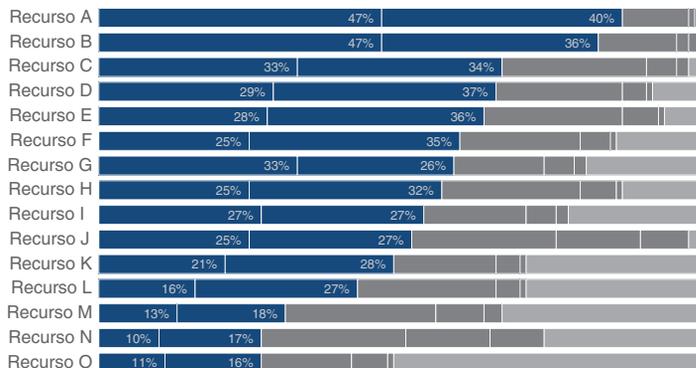


FIGURA 9.12 Satisfação do usuário, gráfico original

Recursos A e B encabeçam a satisfação do usuário

Produto x Satisfação do Usuário: **Recursos**

■ Totalmente satisfeito ■ Muito satisfeito ■ Um pouco satisfeito ■ Não muito satisfeito ■ Não estou satisfeito ■ Não tenho usado



Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.13 Realce a história positiva

Usuários menos satisfeitos com os recursos N e J

Produto x Satisfação do Usuário: **Recursos**

■ Não estou satisfeito ■ Não muito satisfeito ■ Um pouco satisfeito ■ Muito satisfeito ■ Totalmente satisfeito ■ Não tenho usado

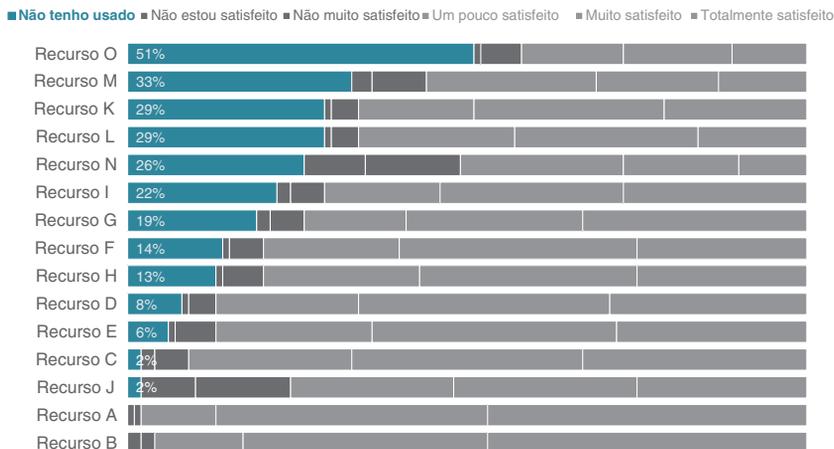


Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.14 Realce a insatisfação

O recurso O é o menos usado

Produto x Satisfação do Usuário: **Recursos**

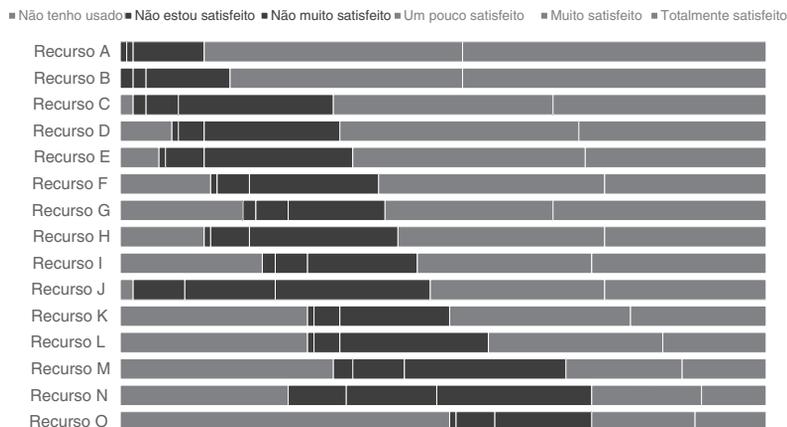


Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.15 Enfoque nos recursos não usados

A satisfação do usuário varia muito por recurso

Produto x Satisfação do Usuário: **Recursos**



Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.16 Monte o gráfico

A satisfação do usuário varia muito por recurso

Produto x Satisfação do Usuário: Recursos



Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.17 Satisfação

A satisfação do usuário varia muito por recurso

Produto x Satisfação do Usuário: Recursos

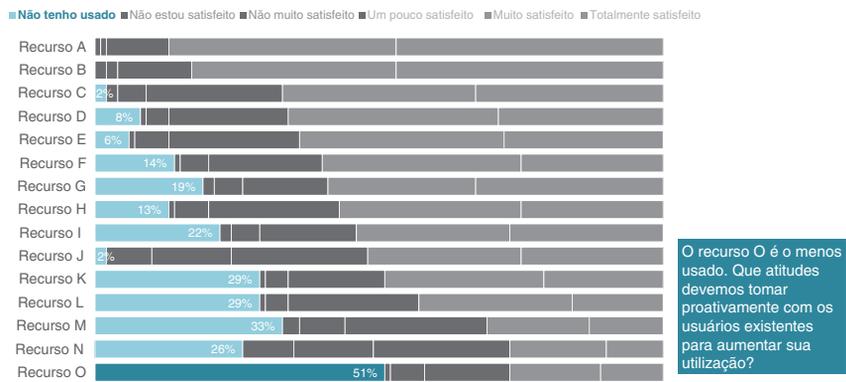


Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.18 Insatisfação

A satisfação do usuário varia muito por recurso

Produto x Satisfação do Usuário: Recursos



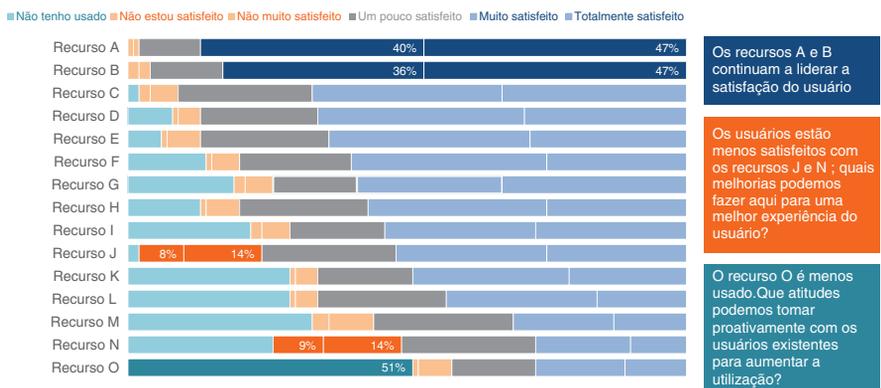
O recurso O é o menos usado. Que atitudes devemos tomar proativamente com os usuários existentes para aumentar sua utilização?

Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.19 Recursos não usados

A satisfação do usuário varia muito por recurso

Produto x Satisfação do Usuário: Recursos



Os recursos A e B continuam a liderar a satisfação do usuário

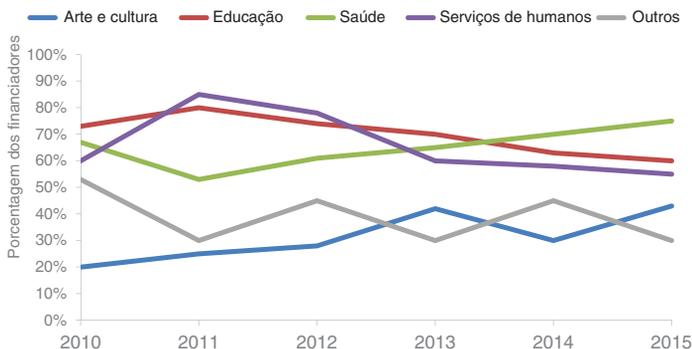
Os usuários estão menos satisfeitos com os recursos J e N; quais melhorias podemos fazer aqui para uma melhor experiência do usuário?

O recurso O é o menos usado. Que atitudes podemos tomar proativamente com os usuários existentes para aumentar a utilização?

Respostas baseadas na pergunta da pesquisa: "O quanto você está satisfeito com cada um destes recursos?". São necessários mais detalhes aqui para contextualizar esses dados. Quantas pessoas foram pesquisadas? Qual proporção dos usuários isso representa? Os que foram pesquisados se assemelham à população global no tocante à demografia? Quando a pesquisa foi realizada?

FIGURA 9.20 Visual abrangente

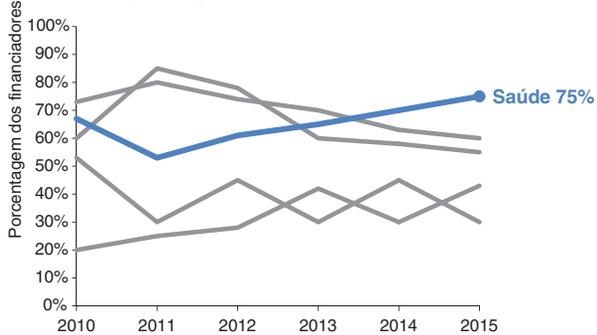
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.21 ○ gráfico espaguete

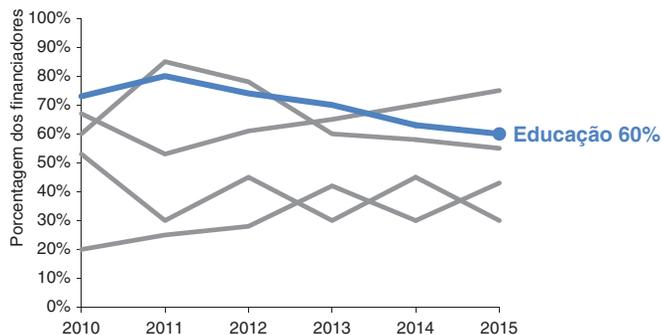
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.22 Enfatize uma única linha

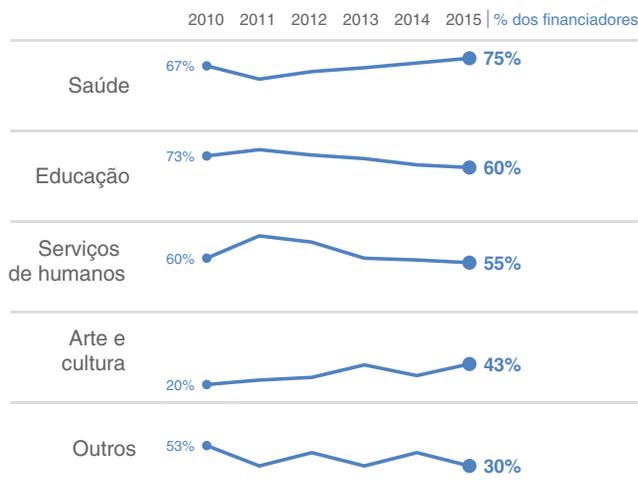
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.23 Enfatize outra linha única

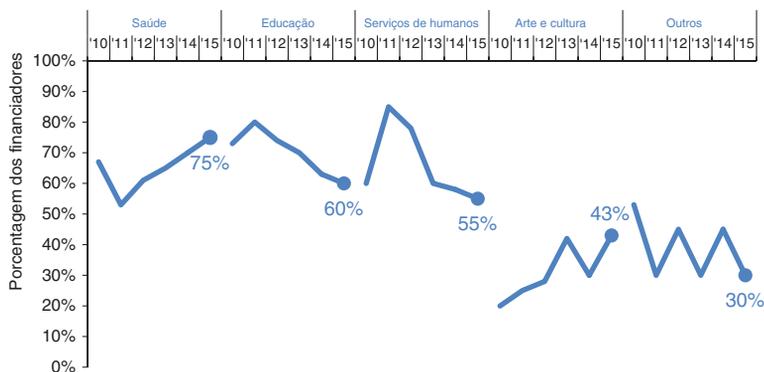
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.24 Separe as linhas verticalmente

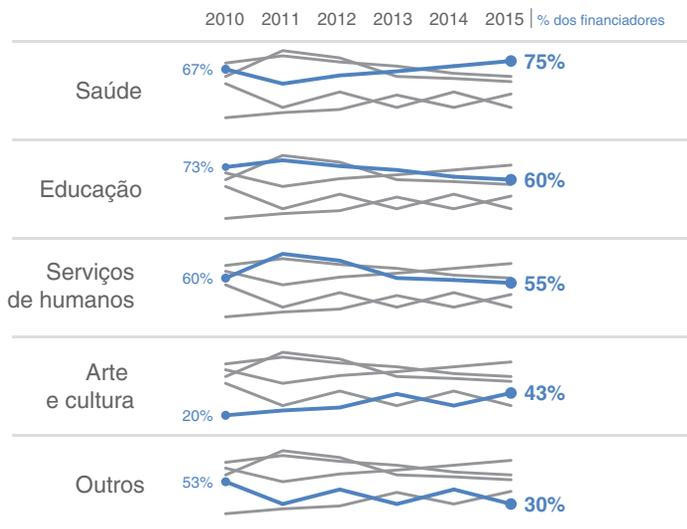
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.25 Separe as linhas horizontalmente

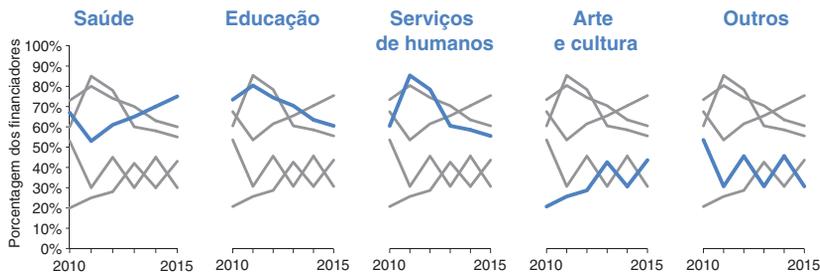
Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.26 Estratégia combinada, com separação vertical

Tipos de organizações sem fins lucrativos bancadas por financiadores locais



Os dados são dos próprios financiadores; a soma das porcentagens é maior que 100 porque os entrevistados puderam fazer várias escolhas.

FIGURA 9.27 Estratégia combinada, com separação horizontal

Resultados da avaliação: programa de verão sobre ciências

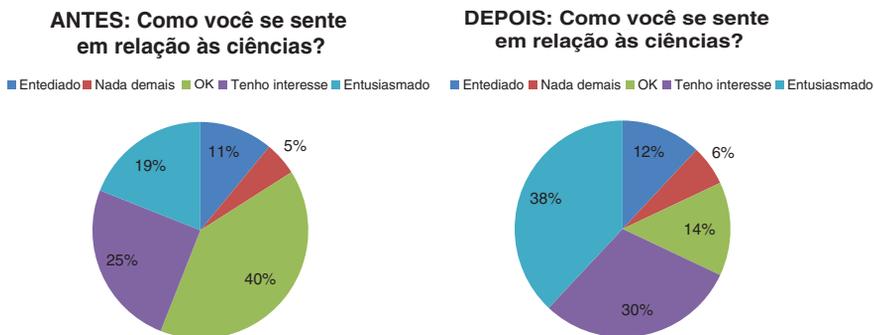


FIGURA 9.28 Visual original

O programa-piloto foi um sucesso

Após o programa-piloto,

68%

das crianças expressaram interesse nas ciências, comparados aos 44% ao entrarem no programa.

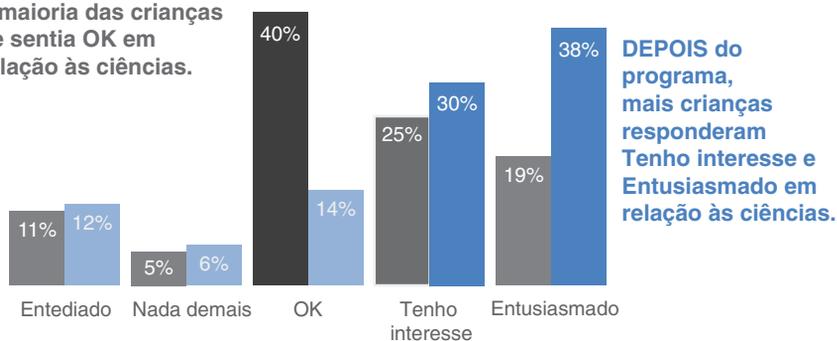
Baseado na avaliação de 100 alunos realizada antes e depois do programa-piloto (taxa de resposta de 100% nas duas avaliações)

FIGURA 9.29 Mostre os números diretamente

O programa-piloto foi um sucesso

Como você se sente em relação às ciências?

ANTES do programa-piloto, a maioria das crianças se sentia OK em relação às ciências.

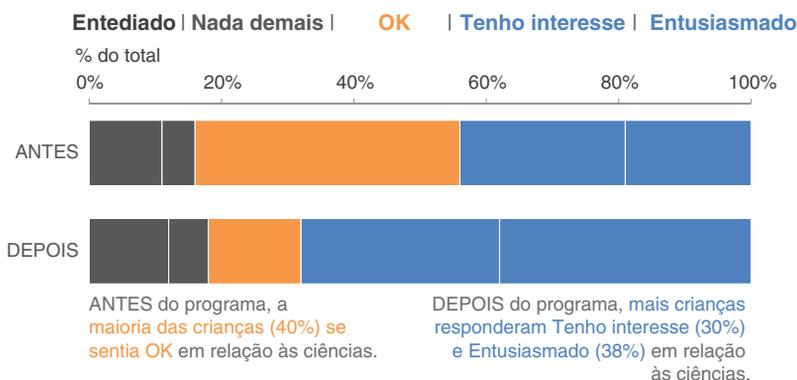


Baseado na avaliação de 100 alunos realizada antes e depois do programa-piloto (taxa de resposta de 100% nas duas avaliações)

FIGURA 9.30 Gráfico de barras simples

O programa-piloto foi um sucesso

Como você se sente em relação às ciências?

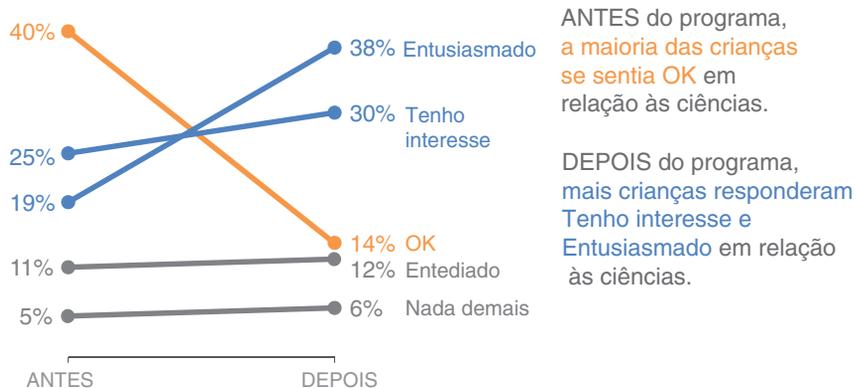


Baseado na avaliação de 100 alunos realizada antes e depois do programa-piloto (taxa de resposta de 100% nas duas avaliações)

FIGURA 9.31 Gráfico de barras horizontais empilhadas a 100%

O programa-piloto foi um sucesso

Como você se sente em relação às ciências?



ANTES do programa, a maioria das crianças se sentia OK em relação às ciências.

DEPOIS do programa, mais crianças responderam Tenho interesse e Entusiasmado em relação às ciências.

Baseado na avaliação de 100 alunos realizada antes e depois do programa-piloto (taxa de resposta de 100% nas duas avaliações)

FIGURA 9.32 Gráfico de inclinação