

# Rapportdesign er som at indrette et butiksvindue

# To forskellige butiksvinduer



# En butik kan have flere vinduer

Det kan en VA rapport også



# Et butiksvindue kan have animationer

Det kan en VA rapport også



# Når du indretter et butiksvindue

- Det skal **appellerer til dine kunder**, så du kan få dem i butikken
- Du skal **udvælge** de varer der vises og måden de præsenteres på
- Det kræver **kendskab** til dine varer og dine kunder
- Det er ikke anderledes med en VA rapport. Du skal kende dine data, og den information dine brugere er interesseret i. Din opgave er at præsentere det på en overskuelig måde som dine brugere kan forstå.

# Hvem er dine kunder ?

I butikken

- Zapper-typen
- Moder-Thersa-typen
- Jakkesæt-typen
- Som-jeg-plejer-typen

<https://marketingbasen.dk/hvad-er-de-4-emotionelle-kundetyper/>

# Hvem er dine kunder ?

Når du bygger rapporter

- Begynderen
- Generalisten
- Eksperten
- Beslutningstageren
- Topledelsen

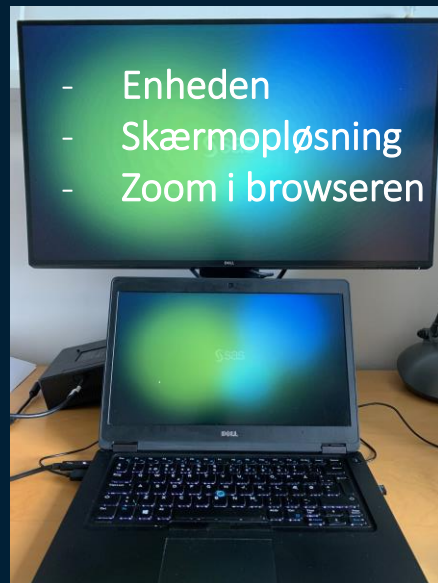
# Og så skal du tænke på

- Butikstypen - Det er lettest at sælge lamper, hvis du har en lampebutik
  - Sørg for at navnet på din rapport matcher indholdet
- Beliggenhed - Hvor ligger din butik og hvordan finder kunderne den
  - Hvordan finder brugerne din rapport ?
- Fokus - Hold fokus på din forretning
  - Hold formålet med din rapport og modtageren helt klart for dig selv
- Feedback og dialog - Giv mulighed for kundefeedback
  - Så sørg for at brugerne ved hvem de skal kontakte og gå i dialog med dem.



# Størrelsen på dit vindue

Et butiksvindue er det meget veldefineret – det er en rapport kun tildels



Options

Report 1

Layout

Set fixed report size

Report width (pixels):

1,520

Report height (pixels):

632


# Indretning af butiksvindue

Hvad er der til rådighed ?



## ▼ Tables

 Crosstab

 List table

## ▼ Graphs

 Bar chart

 Line chart

## ▼ Containers

 Precision container

 Scrolling container

 Stacking container

 Standard container



## ▼ Content

 Data-driven content

 Text

# Skal din butik være tilgængelig for alle ?

<https://go.documentation.sas.com/?cdclid=vacdc&cdcVersion=8.5&docsetId=vacar&docsetTarget=n0z2pzgy2webzdn12xa9blbaiwc3.htm&locale=en>



## General Guidelines for Creating Accessible Reports

Overview of SAS Visual Analytics Features and Accessibility

Specify Identifiers for Objects

Avoid Color-Dependent Display Rules

Limit the Use of Sensory Characteristics in Text

Use Text Objects to Explain Report Actions

Avoid Using Overview Axes

Limit the Use of Lattice Columns and Lattice Rows

Limit the Use of Animation

Limit the Use of Reference Lines

Object

Name:

Title:  
 ▼

Alternative text:

Style

Font:  
 ▼

Background

Border

Padding

Fill:

# Colorbrewer2.org

Colorblind safe

Number of data classes: 5

how to use updates downloads credits

## COLORBREWER 2.0

color advice for cartography

Nature of your data:  
 sequential  diverging  qualitative

Pick a color scheme:  
Multi-hue: [color swatches]  
Single hue: [color swatches]

Only show:  
 colorblind safe  
 print friendly  
 photocopy safe

Context:  
 roads  
 cities  
 borders

Background:  
 solid color  
 terrain  
color transparency

5-class BuGn  
HEX  
#edf8fb  
#b2e2e2  
#66c2a4  
#2ca25f  
#006d2c

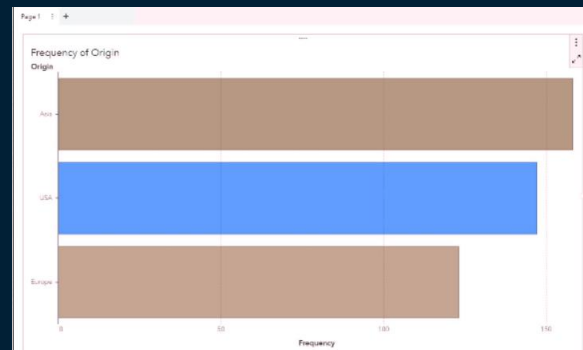
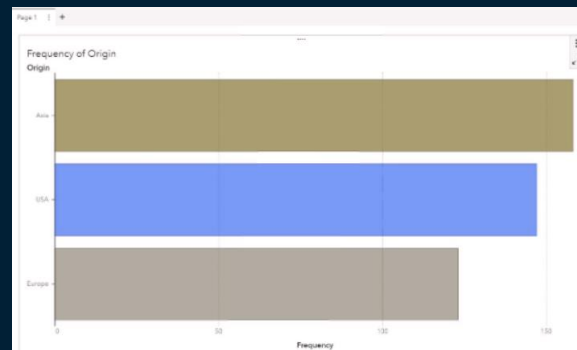
EXPORT

© Cynthia Brewer, Mark Harrower and The Pennsylvania State University  
[Source code and feedback](#)  
[Back to Flash version](#)  
[Back to ColorBrewer 1.0](#)

axismaps

# Hvordan opleves verden for en farveblind

<https://www.color-blindness.com/coblis-color-blindness-simulator/>



# Indretningen

Det gør ikke så meget hvad du gør, bare du gør det konsistent

Tænk på din foretrukne dagligvarebutik

- Du har været der mange gange, du ved hvor tingene står
- Du kan skrive din indkøbsseddel, så det passer til din vej gennem butikken
- Det meste af dette kan du overføre på enhver dagligvarebutik, men der er forskelle, og du er mest effektiv når du handler i din velkendte butik

Det samme gælder for en rapport. Hvis layout og måden at navigere og filtrere på er ens, så vil dine brugere være mere effektive...

# Varedeklaration

Loven siger at alle færdigpakkede varer skal have en

**HAMBURGERRYG**  
RØGET OVER BØGEFLIS

Den Grønne Slagter er fremstillet ud fra nogle klare principper; fedtindholdet skal være lavt og vi anvender et minimum af tilsætningsstoffer. Vi udvælger kun de bedste råvarer, så du får den bedste smag.  
Vi håber, det giver dig lyst til at spise sundt - velbekomme!

**Hamburgerryg, Kogt og røget**

**Ingredienser:**  
Svinefilet (97%), salt, druesukker, stabilisator (carrageenan), kaliumklorid, antioxidant (natriumascorbat), konserveringsmiddel (natriumnitrit).

**Næringsindhold pr. 100 g:**

|                           |                 |
|---------------------------|-----------------|
| Energi                    | 519 kJ/123 kcal |
| Fedt                      | 3,0 g           |
| - heraf mættede fedtsyrer | 1,1 g           |
| Kulhydrat                 | 1,0 g           |
| - heraf sukkerarter       | 1,0 g           |
| Protein                   | 25 g            |
| Salt                      | 2,0 g           |

Pakket i beskyttende atmosfære.  
Holdbarhed efter åbning: 2 dage  
Opbevares ved højst: +5°C.

www.dengroenneslagter.dk  
Tulp Food Company,  
Tulpvej 1, DK - 8940 Randers SV

DE  
NI 12030  
EG



På tilsvarende måde burde alle rapporter også komme med en varedeklaration

- Indhold
- Hvad og hvem er rapporten tiltænkt
- Hvordan er data skåret og hvornår er de opdateret
- Hvor tit opdateres data
- Er der en holdbarhedsdato
- Hvem har produceret rapporten

# Der findes mange andre mærkningsordninger



Svanemærket



Blomsten



Astma-Allergi  
Danmark  
Den Blå Krans



BDIH-mærket



Ecocert



NATRUE



Tiltro Til Tekstiler



GOTS



Ø-mærket



EU's økologimærke



TCO-mærket



Geprüfte Sicherheit



Indeklimamærket



CE-mærket



Godkendt Til Drikkevand



# Der findes mange andre mærkningsordninger



- ✓ Data valideret og kontrolleret
- ✓ Rapport godkendt af reviewer
- ✓ Opfylder formkrav

# Hjernen, din tro følgesvend ?

Fuckr med din hjerne – eller fucker din hjerne med dig ?



The screenshot shows the top section of a news article on the website Politiken. The navigation bar includes the site name 'POLITIKEN', a category menu with 'FORBRUG OG LIV' selected, and other categories like 'BOLIG', 'SUNDHED', 'DIGITALT', 'MOTION', 'BILER', 'LIVSSTIL', 'GUIDES', and 'TEST'. There is a 'MENU' button and a 'Log ind' button. The main headline is 'Musik og duft lokker dig indenfor i butikkerne' in a large, bold, black font. Below the headline is a sub-headline: 'Onlinesalg og finanskrise presser butikkerne til at prøve nye markedsføringsmetoder.'

**POLITIKEN** FORBRUG OG LIV > BOLIG | SUNDHED | DIGITALT | MOTION | BILER | LIVSSTIL | GUIDES | TEST | MENU | Log ind

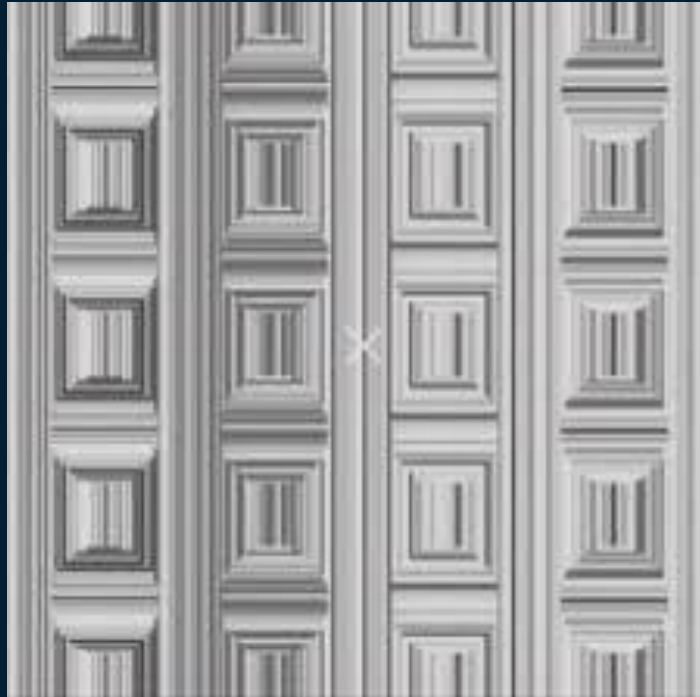
## Musik og duft lokker dig indenfor i butikkerne

Onlinesalg og finanskrise presser butikkerne til at prøve nye markedsføringsmetoder.

I en rapport handler det ikke om at manipulere brugeren, men mere om at sikre at der ikke er noget der kan distrahere hjernen fra det budskab du vil viderebringe.....

# Kig på krydset midt i den firkantede fyldningsdør

Og tænk på cirkler



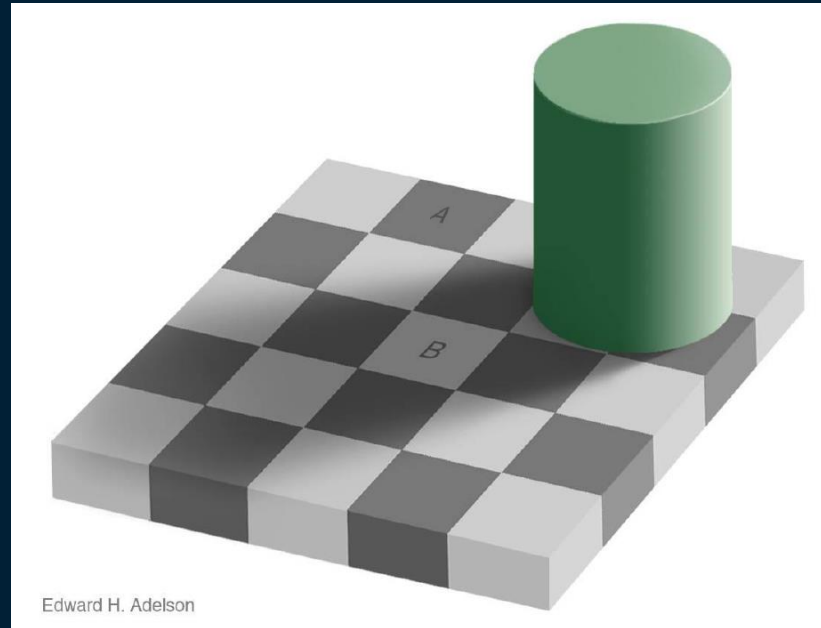
# Din hjerne er fantastisk

Den behøver ikke at læse alt, den kan selv udfylde hullerne

løfgle en uerndsøeglse på Cmabrigde Uinvertisy,  
bteyedr det ikke noget i hivklen rkækefløge  
bgotsavrene såtr i et ord, det esente vgitgie er at det  
frøtse og sdiste bgosatv i odret er på de rtete padlser.  
Rseten kan beladns rdunt men du vil satdig vræe i  
snatd til at lsæe det. Det er frodi den mnenesekilge  
hejrne ikke lesær hevr bgotsav, men odret som en  
hleehd.

# Det er sandheden, jeg har selv set det

<https://www.imagi.dk/optiske-illusioner>



# Pointen

- Du kan ikke fuldstændigt kontrollere hvad brugeren ser og gør
- Sørg for at der er så lidt mulighed for fortolkning som muligt
- Sørg for at der er så lidt distraktion som muligt

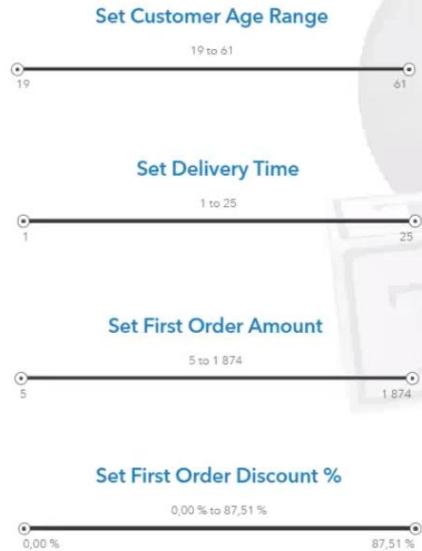
Hold din rapport simpel og fokuseret

# Eksempler på distraktion

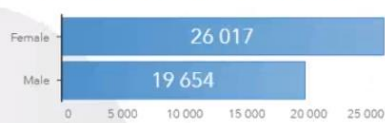
2 eksempler på distraktioner  
( undskyld Kalle 😊 )

# This is much better 😊

## Loyal Customer Profiling



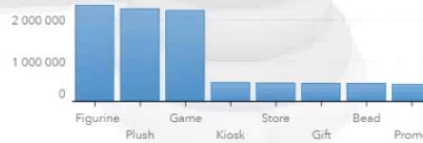
### Number of Customer per Gender



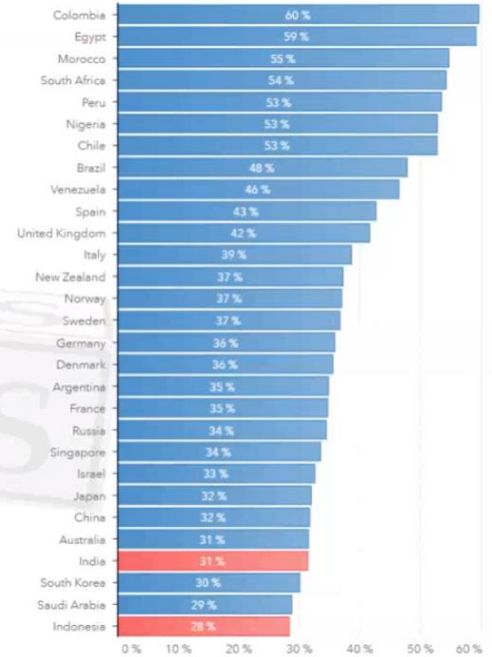
### Loyal Customer Probability

54 %

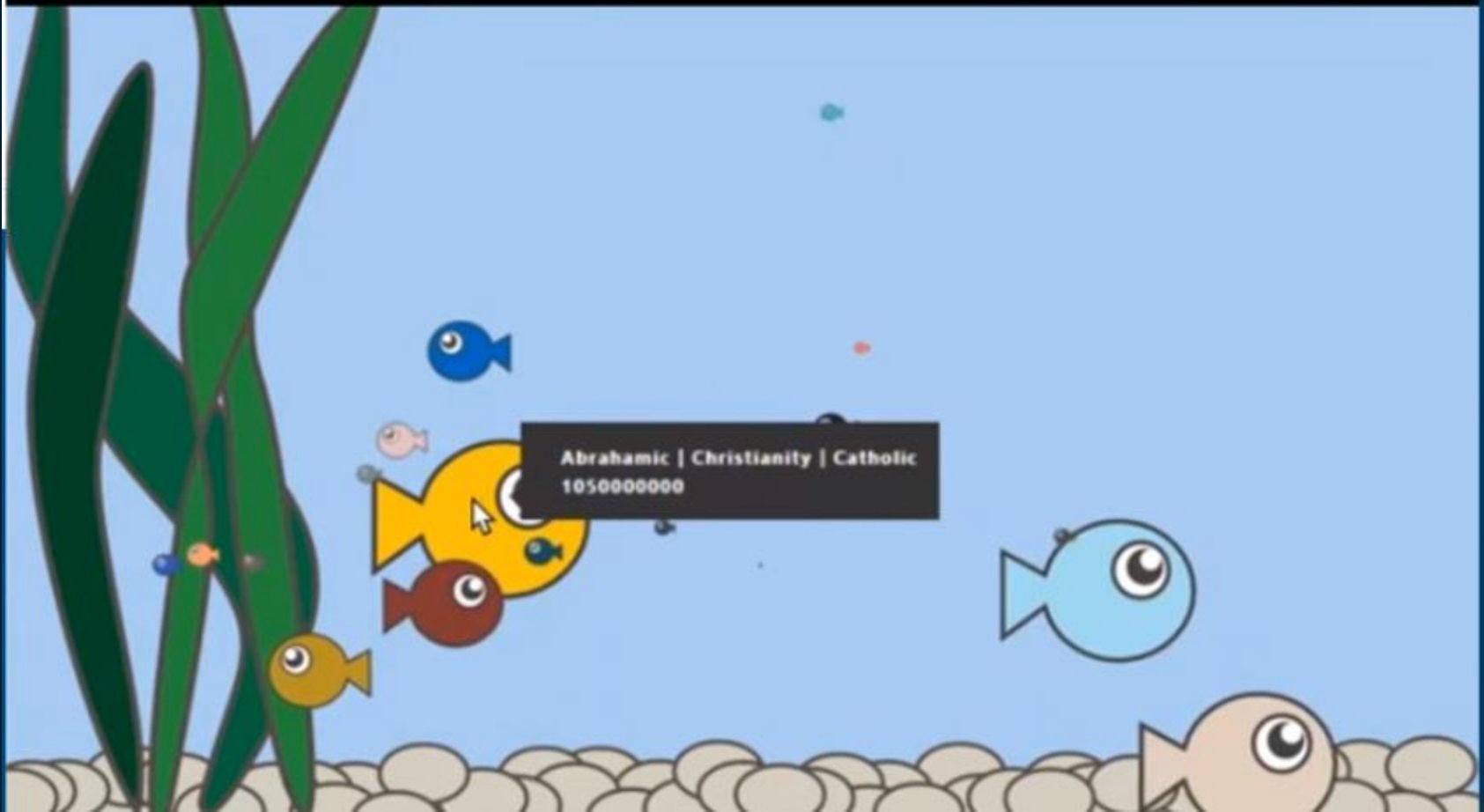
### First Order Amount per Product Line



### First Order Customer Experience by Country







Abrahamic | Christianity | Catholic  
1050000000

# Data Can Be Beautiful

[www.sas.com/beautifulreports](http://www.sas.com/beautifulreports)

**Beautiful Reports**

**PREPARATION**

- Know Your Audience
- Craft Your Message
- Draft Your Report

**DATA**

- Filter Your Data
- Choose The Right Visual

**COMMUNICATION**

- Guide The Way
- Give Hints And Use Labels
- Make It Accessible

**LAYOUT**

- Embrace Whitespace
- Simplify Your Content
- Consider Scrolling

**STYLE**

- Attend To Color
- Avoid Color Disasters

**DISSOLVED OXYGEN**

| Date        | Dissolved Oxygen 1ft | Dissolved Oxygen 6ft | Dissolved Oxygen 12ft | Dissolved Oxygen 14ft |
|-------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Jun/09/2016 | 6                    | 3                    | 2                     | 2                     |

© SAS Institute Inc. All Rights Reserved.  
Privacy Statement

# Keep It Simple

[www.sas.com/beautifulreports](http://www.sas.com/beautifulreports)

Data visualization tools are more powerful than ever. You can create almost any type of chart from a data set. Just because you can create many different types, however, doesn't mean you should. **Less is more.** Clarity is better than complexity. Overwhelming your report audience with too much information, too many visuals, or too many sections can cause them to lose focus.



**God fornøjelse med indretningen**

[sas.com](https://sas.com)

