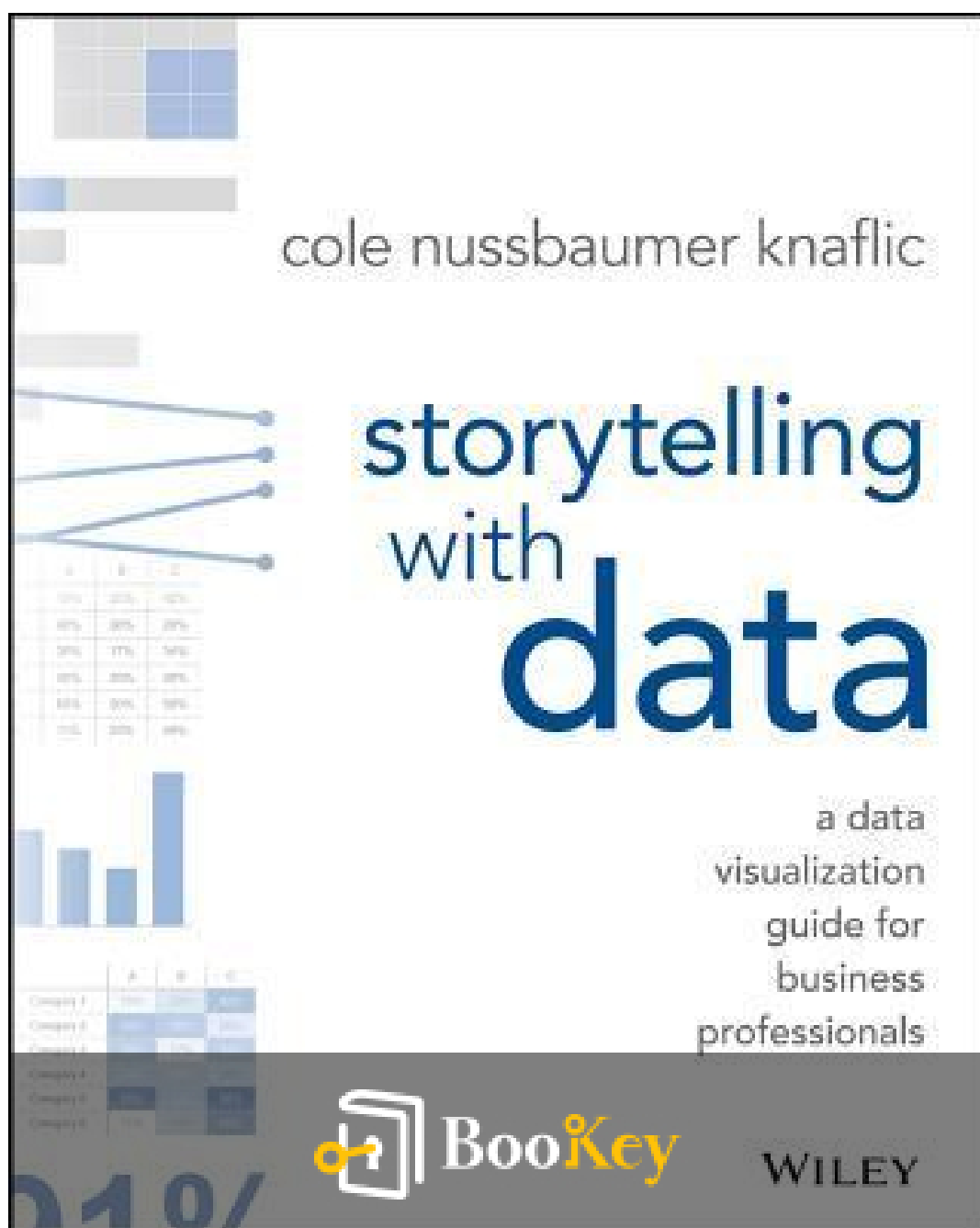


Raconter Des Histoires Avec Des Données PDF (Copie limitée)

Cole Nussbaumer Knaflitz



Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Raconter Des Histoires Avec Des Données Résumé

Créer des récits visuels captivants grâce à un design de données efficace.

Écrit par Books1

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

À propos du livre

Dans le monde numérique d'aujourd'hui, rempli de jeux de données complexes et de rapports dynamiques, "Storytelling With Data" de Cole Nussbaumer Knafllic invite les lecteurs à un voyage transformateur qui démystifie l'art de la visualisation des données et élève cette pratique au rang de narration. Que vous soyez un analyste expérimenté ou un débutant fasciné par le pouvoir des chiffres, ce guide essentiel révèle les secrets pour faire parler vos données de manière plus forte et plus claire en tissant des histoires captivantes. Knafllic distille ses années d'expertise dans une approche pragmatique qui privilégie la simplicité et un design réfléchi. Le livre plonge les lecteurs dans le processus enchanteur de transformer des données sèches en récits palpitants qui non seulement captivent l'auditoire, mais inspirent également des décisions éclairées par l'information. À travers des exemples clairs et des exercices interactifs, "Storytelling With Data" comble le fossé entre des chiffres bruts et une narration influente, en faisant une lecture indispensable pour quiconque souhaite exploiter le véritable potentiel de ses données. Préparez-vous à être poussé à l'action alors que chaque chapitre dévoile des voies pour créer des récits qui résonnent, éclairent et laissent une empreinte durable.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

À propos de l'auteur

Cole Nussbaumer Knaflic est une experte reconnue dans l'art et la science de la communication visuelle des données, ainsi qu'une auteure célébrée, célèbre pour sa capacité à rendre l'information complexe accessible dans un monde saturé de données. Avec une solide expérience en méthodologies de narration basées sur les données, Knaflic est devenue une référence incontournable pour les dirigeants d'entreprise, les éducateurs et les passionnés de données désireux de transformer les données en récits captivants. Avant de fonder son cabinet, "Storytelling with Data", elle a affiné son expertise en travaillant chez Google, où elle a dirigé l'équipe People Analytics, synthétisant d'énormes quantités de données en insights intuitifs et exploitables. Cole est non seulement une conférencière et formatrice très demandée, mais aussi une ardente défenseuse du pouvoir de la visualisation dans les processus de décision, permettant à d'innombrables organisations de tirer pleinement parti de leurs données grâce à une narration claire et efficace. Son engagement envers ce domaine de niche se manifeste à travers ses ateliers éclairants, ses séminaires captivants et son livre incontournable, "Storytelling with Data".

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger



Essayez l'appli Bookey pour lire plus de 1000 résumés des meilleurs livres du monde

Débloquez **1000+** titres, **80+** sujets

Nouveaux titres ajoutés chaque semaine



Aperçus des meilleurs livres du monde



Essai gratuit avec Bookey



Liste de Contenu du Résumé

Chapitre 1: l'importance du contexte

Chapitre 2: choisir un visuel efficace

Chapitre 3: Le désordre est votre ennemi !

Chapitre 4: attirez l'attention de votre public

Chapitre 5: Pensez comme un designer.

Chapitre 6: L'analyse des visuels de modèle

Chapitre 7: leçons sur l'art de raconter des histoires

Chapitre 8: L'ensemble des éléments.

Chapitre 9: études de cas

Chapitre 10: pensées finales

Chapitre 11: The translation of "bibliography" in French is "bibliographie."

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

Chapitre 1 Résumé: l'importance du contexte

Dans le premier chapitre, intitulé « L'importance du contexte », l'auteur souligne que la réussite de la visualisation des données commence non par la création de visuels, mais par une compréhension approfondie du contexte dans lequel la communication est requise. Ce chapitre fondamental enseigne aux lecteurs les éléments critiques du contexte et offre des stratégies pour préparer le terrain à une communication visuelle efficace.

Une distinction clé faite dès le début du chapitre est celle entre l'analyse exploratoire et l'analyse explicative. L'analyse exploratoire consiste à examiner les données de manière extensive pour découvrir des éclairages significatifs, semblable à la recherche de perles dans des huîtres. Cependant, une fois ces éclairages identifiés, l'accent doit être mis sur l'analyse explicative, qui consiste à distiller les résultats en un récit clair destiné à communiquer des insights spécifiques à un public. L'erreur que beaucoup commettent est de montrer toutes les données exploratoires, ce qui peut surcharger le public, alors qu'il conviendrait de se concentrer sur les « perles », ou les insights essentiels.

Pour ceux qui souhaitent approfondir l'analyse exploratoire, le livre de Nathan Yau, « Data Points », est recommandé, car il explore en profondeur la visualisation des données.



Le chapitre présente le cadre « Qui, Quoi, et Comment » pour l'analyse explicative. Tout d'abord, comprendre « Qui » est votre public est crucial. Adapter la communication à un public spécifique, plutôt qu'à un groupe vague et large, garantit que le message soit efficace. Comprendre sa relation avec ce public, y compris s'il vous perçoit déjà comme un expert ou non, peut influencer la manière dont vous communiquez.

Ensuite, « Quoi » fait référence à la définition de ce que vous voulez que votre public sache ou fasse. Beaucoup hésitent à faire des recommandations, se déchargeant à tort sur l'expertise du public. Au lieu de cela, les présentateurs devraient interpréter les données avec assurance et suggérer des actions. Lorsque des recommandations explicites ne sont pas adaptées, proposer des étapes suivantes peut tout de même encourager des discussions productives.

Le « Comment » se concentre sur la méthode de communication. Le chapitre aborde un spectre de communication, allant des présentations en direct, où le présentateur contrôle le flux et peut interagir directement avec l'audience, aux documents écrits ou courriels, où le détail est crucial puisque l'audience consomme le contenu de manière indépendante. La suggestion est d'utiliser des diapositives succinctes lors des présentations en direct et des documents détaillés pour une consommation autonome. Lorsque les contraintes de temps rendent des matériaux distincts impraticables, un « slideument » peut être utilisé, consolidant les besoins des deux médiums.



Le ton est également essentiel, déterminant si la communication semble urgente ou célébratoire, légère ou sérieuse, influençant ainsi les choix de conception évoqués plus tard dans le livre.

Enfin, le chapitre insiste sur l'importance d'identifier les données de soutien et d'offrir un contexte adéquat. Il est déconseillé d'afficher uniquement des données qui soutiennent un point de vue, car cela risque de nuire à la crédibilité et laisse place au scepticisme du public.

Un exemple est fourni : un enseignant de sciences de quatrième année communique le succès d'un programme pilote d'été en sciences à un comité budgétaire afin de garantir un financement continu. Cette illustration clarifie comment appliquer le cadre « Qui, Quoi, Comment » pour élaborer des messages qui résonnent avec des audiences spécifiques.

De plus, le chapitre aborde la consultation avec les demandeurs pour recueillir le contexte complet, notamment en comprenant les biais de l'audience et les résultats souhaités.

Le chapitre introduit deux concepts utiles : l'histoire en « 3 minutes », qui condense le message en un bref récit, et la « Grande Idée », une phrase unique et concise capturant le message central, tous deux visant à créer clarté et concentration.



Il se conclut par une recommandation de storyboarder, c'est-à-dire de présenter visuellement la structure de la communication, ce qui établit un flux et réduit les itérations inutiles. En commençant par des méthodes à faible technologie comme les Post-it ou le papier ordinaire, les créateurs évitent de s'attacher trop tôt à un contenu inachevé.

En résumé, ce chapitre souligne la primauté du contexte dans la visualisation des données, plaidant pour une identification claire du public, un message ciblé et une planification stratégique de la communication. Ces stratégies fondamentales visent à rationaliser les efforts de communication et à garantir une narration efficace basée sur les données.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

Chapitre 2 Résumé: choisir un visuel efficace

Dans le chapitre deux de "Storytelling with Data", l'auteur propose un guide complet pour sélectionner des supports visuels efficaces parmi une variété de graphiques et de présentations. Ce chapitre souligne l'importance de choisir le bon type de visuel pour communiquer des données de manière efficace, en insistant sur le fait qu'un nombre limité de visuels suffit pour la plupart des besoins. L'auteur commence par réfléchir à son expérience personnelle, notant qu'après avoir créé plus de 150 visuels pour divers projets, seulement une douzaine de types ont été fréquemment utilisés.

Texte simple et tableaux : Le chapitre aborde d'abord les situations où il est préférable d'utiliser du texte simple plutôt que des graphiques pour communiquer quelques chiffres, car une visualisation excessive des données peut diluer le message. Un cas d'étude avec un exemple du rapport du Pew Research Center sur les mamans au foyer illustre comment une phrase simple peut souvent communiquer des changements dramatiques dans les données plus clairement qu'un graphique.

Les tableaux, quant à eux, interagissent avec notre système verbal, ce qui signifie qu'ils sont lus et utiles pour des audiences variées à la recherche d'informations spécifiques à travers différentes lignes. Cependant, lors de présentations, les tableaux peuvent distraire de l'essentiel à moins d'être bien intégrés. Les conseils sur la conception des tableaux insistent sur l'utilisation



de bordures minimales pour s'assurer que les données prennent le devant de la scène par rapport aux éléments structurels.

Cartes thermiques et graphiques : Les cartes thermiques sont présentées, offrant un mélange de détails tabulaires et d'indices visuels pour mettre en lumière l'importance des données par le biais de la saturation des couleurs. Cela réduit le traitement mental et facilite une compréhension plus rapide des tendances des données. Les applications graphiques soutiennent souvent ce formatage, soulignant la nécessité de légendes pour aider à l'interprétation.

L'exploration des graphiques, qui s'alignent avec notre système visuel et sont plus rapides à traiter que les tableaux, commence par des diagrammes de dispersion – idéaux pour identifier les relations entre deux variables. Dans les applications commerciales, ceux-ci sont utiles tout en étant moins courants, illustrés par un exemple issu de la gestion de flotte. Les lignes, souvent utilisées pour montrer des données continues dans le temps, sont recommandées pour afficher les tendances, et deux types principaux sont discutés : les graphiques en ligne et les graphiques en pente. Ces derniers sont précieux pour montrer les variations relatives entre différentes catégories à travers deux points dans le temps, comme le montre un retour d'expérience de salariés.

Graphiques à barres : Les graphiques à barres, fondamentaux mais



souvent négligés pour leur simplicité, sont soulignés pour leur efficacité à représenter des données catégorielles. Ils sont faciles à interpréter pour le public grâce à l'alignement des extrémités des barres. Le chapitre illustre la nécessité d'une base zéro dans les graphiques à barres pour éviter des comparaisons trompeuses, ce qui n'est pas requis pour les graphiques en ligne. Les implications éthiques de la manipulation des visuels pour déformer la compréhension des données sont également mises en avant.

Variétés de graphiques : Le chapitre conseille de comprendre les différentes variétés de graphiques à barres comme les graphiques verticaux, horizontaux, empilés et en cascade, chacun répondant à des besoins spécifiques en matière de communication des données. Des conseils sont donnés sur l'efficacité du graphique horizontal en termes de lisibilité, surtout pour des libellés de catégorie longs.

Choses à éviter : L'auteur met en garde contre l'utilisation de certains types de graphiques comme les graphiques circulaires, en anneau et en 3D, en raison des défis d'interprétation qu'ils posent. Par exemple, les graphiques circulaires rendent difficile la comparaison précise des angles et des surfaces, une limite illustrée par un exemple mal guidé qui déforme la part de marché des fournisseurs. De même, les effets 3D déforment les données, entraînant des interprétations potentiellement erronées, et doivent donc être évités.



Axe Y secondaire : Un axe Y double est généralement déconseillé en raison de la confusion qu'il engendre, sauf si des stratégies alternatives comme le marquage direct ou des graphiques séparés sont appliquées.

Réflexions finales : Le chapitre se conclut en soulignant que le choix des visuels doit être guidé par la clarté pour le public. Tester vos visuels avec d'autres peut donner des indications sur leur efficacité, renforçant que le visuel choisi doit aider à transmettre clairement le message voulu. En guise de conclusion, l'auteur renforce la leçon de l'alignement entre le contexte et le choix visuel pour guider une narration efficace des données.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

Chapitre 3 Résumé: Le désordre est votre ennemi !

Chapitre Trois : Le Désordre est Votre Ennemi !

Le Chapitre Trois aborde l'importance de minimiser le désordre visuel dans nos communications afin de réduire la charge cognitive du public. Le désordre visuel se définit par tout élément qui n'apporte pas de valeur informative mais qui nécessite un effort mental de la part des spectateurs. Pour transmettre des messages efficacement, il est essentiel de simplifier les visuels et d'éliminer les composants superflus.

Charge Cognitive

La notion de charge cognitive se réfère à l'effort mental nécessaire pour traiter de nouvelles informations. Tout comme les ordinateurs utilisent de la puissance de traitement, les humains mobilisent leur capacité cérébrale pour interpréter des visuels. Une surcharge cognitive survient lorsque les informations ne contribuent pas à la compréhension. Ce chapitre souligne la nécessité de réduire la charge cognitive superflue, garantissant que les ressources mentales du public soient utilisées de manière efficace.

Rapport Signal à Bruit

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

Ce chapitre discute du principe d'Edward Tufte qui consiste à maximiser le rapport entre l'encre des données et l'encre des éléments non essentiels. De même, maximiser le rapport signal à bruit garantit que les informations importantes se démarquent, tandis que les éléments superflus, susceptibles de créer des distractions, sont minimisés.

Comprendre le Désordre

Le désordre se compose d'éléments visuels qui n'améliorent pas la compréhension, mais compliquent inutilement le visuel. Ces éléments peuvent engendrer une surcharge cognitive, amenant le public à se désengager. Les Principes de la Gestalt de la Perception Visuelle — proximité, similarité, enclosure, fermeture, continuité et connexion — offrent des éclairages sur la manière dont les gens perçoivent l'ordre et peuvent aider à distinguer le désordre des informations essentielles.

Aperçu des Principes de la Gestalt

1. ****Proximité : **** Les éléments rapprochés sont perçus comme liés. Une utilisation efficace peut guider l'attention du public à travers des tableaux ou des graphiques.
2. ****Similarité : **** Les objets ayant des caractéristiques similaires sont considérés comme faisant partie d'un groupe. Cela réduit le besoin



d'éléments de design supplémentaires et dirige l'attention.

3. ****Enclosure : **** Enfermer physiquement des éléments ensemble indique une relation, souvent réalisée à travers des ombres de fond.

4. ****Fermeture : **** Les gens ont tendance à percevoir des formes incomplètes comme complètes, permettant aux designers de retirer les éléments de bordure inutiles.

5. ****Continuité : **** Le public recherche un chemin fluide lorsqu'il interprète des objets, facilitant la simplification en éliminant les lignes superflues.

6. ****Connexion : **** Les objets connectés sont perçus comme appartenant ensemble, renforçant les relations dans les graphiques.

Ordre Visuel et Design

Un design approprié se fond dans l'arrière-plan, guidant sans effort le public. Les alignements, l'utilisation stratégique de l'espace blanc et des choix de mise en page réfléchis améliorent la clarté visuelle et facilitent l'interprétation des données. Il est préférable d'éviter les éléments diagonaux, qui peuvent donner une impression de désordre et rendre la lecture plus difficile, ralentissant ainsi le traitement de l'information.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Espace Blanc Stratégique

L'espace blanc, semblable aux pauses dans un discours, crée de l'emphase et oriente l'attention. Résister à la tendance de remplir chaque espace disponible et, au contraire, laisser stratégiquement des zones ouvertes peut considérablement améliorer la clarté et la compréhension.

Utilisation Efficace du Contraste

L'utilisation stratégique du contraste aide à mettre en évidence les informations essentielles, permettant au public d'identifier et de se concentrer rapidement sur les aspects clés. Trop d'éléments contrastés diluent l'attention. Une différenciation claire garantit que les données les plus critiques — comme le faucon métaphorique dans un ciel de pigeons — soient immédiates et distinctes.

Étude de Cas : Éliminer le Désordre

Le chapitre illustre la désin formation à travers un exemple de visualisation de la productivité d'une équipe informatique. Il identifie les éléments typiques de désordre tels que les bordures de graphiques, les lignes de grille et les indicateurs de données inutiles, et explique comment simplifier ces éléments et effectuer un étiquetage direct améliore la clarté et réduit la charge cognitive.



Conclusion

En comprenant et en appliquant ces principes, nous pouvons garantir que nos communications visuelles soient efficaces, réduisant les exigences cognitives et permettant aux publics de saisir facilement les informations clés. Le désordre est l'ennemi ; face à l'espace clair de la simplicité, nos messages peuvent briller avec la clarté et l'impact désirés.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Pensée Critique

Point Clé: Éliminer le désordre visuel minimise la charge cognitive

Interprétation Critique: Imaginez entrer dans une bibliothèque, chaque étagère est empilée de manière chaotique, les livres entassés de façon aléatoire, rendant impossible de trouver ce dont vous avez besoin. Ce désordre visuel reflète ce qui se passe lorsque nous bombardons nos sens d'éléments inutiles dans des présentations de données. En adoptant la leçon cruciale du Chapitre Trois, « Le désordre est votre ennemi », vous pouvez transformer non seulement votre narration de données mais pratiquement toute communication.

Le désordre visuel augmente la charge cognitive, l'effort de traitement du cerveau pour décoder ce qu'il voit, tout comme la surcharge d'un CPU d'ordinateur. Dans notre vie quotidienne, réduire ce désordre mental inutile peut conduire à une meilleure productivité, à une meilleure concentration et à une paix intérieure. Il s'agit de simplifier l'environnement, de rationaliser les processus et de couper tout ce qui n'apporte ni valeur ni clarté. Cette approche encourage l'élégance de la simplicité, où le message fondamental non seulement se démarque mais devient captivant et engageant. En valorisant la clarté et l'intention plutôt que la complexité, vous permettez à votre audience—que ce soit dans un contexte professionnel ou lors d'une

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

interaction personnelle—de se connecter à votre message sans effort et de manière significative. Dans la vie, comme dans le design des données, trouver votre signal au milieu du bruit apporte un but clair et une brillance à vos projets.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Chapitre 4: attirez l'attention de votre public

Chapitre quatre du livre explore le concept d'attirer l'attention d'un public à travers une communication visuelle efficace. Poursuivant l'accent mis dans le chapitre précédent sur l'élimination du superflu, nous déplaçons notre attention vers ce qui reste et comment nous pouvons engager notre audience de manière plus significative. Au cœur de cette discussion se trouvent les attributs préattentifs : des caractéristiques visuelles que notre cerveau traite rapidement et de manière inconsciente, telles que la taille, la couleur et la position. Ces attributs peuvent orienter stratégiquement l'attention et établir une hiérarchie visuelle, guidant ainsi le public à travers l'information de manière logique.

Le chapitre commence par examiner la physiologie de la vue et de la mémoire. La perception visuelle ne se limite pas à voir avec nos yeux, mais implique également des processus cérébraux complexes. Comprendre cela nous aide à concevoir des visuels qui tirent parti de trois types de mémoire : la mémoire iconique, la mémoire à court terme et la mémoire à long terme. La mémoire iconique, par exemple, capture brièvement l'information visuelle et est sensible aux attributs préattentifs, permettant à ceux-ci d'attirer efficacement l'attention.

En exploitant ces attributs, nous pouvons réduire la charge cognitive de notre public. Par exemple, dans les graphiques, l'utilisation stratégique de la

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

couleur ou de la taille peut souligner des points de données importants, rendant l'information facilement digestible et évitant la fatigue du public. L'utilisation cohérente des attributs préattentifs à travers les visuels aide à entraîner l'attention du public et est cruciale pour maintenir son engagement.

**Installez l'appli Bookey pour débloquent le
texte complet et l'audio**

Essai gratuit avec Bookey





Pourquoi Bookey est une application incontournable pour les amateurs de livres



Contenu de 30min

Plus notre interprétation est profonde et claire, mieux vous saisissez chaque titre.



Format texte et audio

Absorberez des connaissances même dans un temps fragmenté.



Quiz

Vérifiez si vous avez maîtrisé ce que vous venez d'apprendre.



Et plus

Plusieurs voix & polices, Carte mentale, Citations, Clips d'idées...

Essai gratuit avec Bookey



Chapitre 5 Résumé: Pensez comme un designer.

****Chapitre 5 : Pensez comme un Designer****

Ce chapitre explore comment les principes du design peuvent améliorer l'efficacité de la communication des données. S'appuyant sur la maxime du design "la forme suit la fonction", le chapitre explique qu'avant de créer une visualisation de données, il convient d'abord de réfléchir à ce que nous voulons que le public fasse avec l'information (fonction), puis de déterminer la meilleure façon de la présenter (forme).

****Les Affordances en Design****

Le concept d'affordances, couramment utilisé en design, fait référence aux éléments qui indiquent comment un objet doit être utilisé. Dans la visualisation des données, les affordances guident les utilisateurs sur la manière d'interagir avec les données. Par exemple, mettre en avant des données importantes, éliminer les distractions visuelles et créer une hiérarchie de l'information sont autant de stratégies pour tirer parti des affordances. La mise en avant doit être réservée aux données critiques pour capter efficacement l'attention du spectateur, en utilisant le gras, l'italique, la couleur et la taille pour concentrer l'attention du public.



****Simplifier en Éliminant les Distractions****

La philosophie de Saint-Exupéry, selon laquelle la perfection est atteinte lorsqu'il ne reste plus rien à enlever, s'applique au design des données en plaidant pour la suppression des détails et distractions inutiles. Cela inclut les données non essentielles, les détails excessifs et le contexte qui n'apporte pas de valeur ajoutée. Ces stratégies simplifient la présentation, améliorant la clarté et l'interprétabilité.

****Créer une Hiérarchie Visuelle****

L'utilisation de la hiérarchie visuelle aide à orienter l'attention du public grâce à des éléments de design tels que la taille et la couleur. Par exemple, l'ordre des éléments de design ou le placement des éléments, comme le montre une simple narration des données de fabrication de voitures, influence la manière dont différents éléments d'une visualisation sont perçus et traités par le public.

****L'Accessibilité en Design****

L'accessibilité implique de rendre les designs utilisables par des personnes aux capacités variées, et dans la visualisation des données, cela se traduit par une compréhension accessible à des individus avec différentes compétences techniques. Ce chapitre cite le succès de la carte du métro londonien,



soulignant l'importance d'une communication claire sans surcomplication. La simplicité dans le design favorise la compréhension et l'engagement, tandis qu'une utilisation réfléchie du texte dans les titres et les annotations aide à rendre les visuels plus clairs et le message plus percutant.

****L'Impact de l'Esthétique****

Des designs esthétiques ne sont pas seulement attrayants, mais ils sont également perçus comme plus faciles à utiliser et plus engageants, favorisant la tolérance envers de légers problèmes de design. L'exemple du liquide vaisselle Method illustre comment l'attrait esthétique peut l'emporter sur des inconvénients fonctionnels. Dans la visualisation des données, une attention particulière à l'utilisation des couleurs, à l'alignement et à l'espace blanc est cruciale pour créer un design cohérent et agréable.

****Gagner l'Acceptation du Public****

Le chapitre présente des stratégies pour parvenir à l'acceptation du public des nouveaux designs visuels, en reconnaissant la résistance innée au changement. Cela implique d'expliquer les avantages des nouveaux designs, de fournir des contrastes avant-après pour démontrer les améliorations, de solliciter les avis du public, et de s'appuyer sur des endorsements d'influenceurs au sein du public pour bâtir un consensus.



En conclusion, en appliquant des concepts de design traditionnels—affordances, accessibilité et esthétique—les communicants de données peuvent améliorer la clarté, l'engagement et l'acceptation de leurs visualisations, aidant ainsi le public à s'engager plus profondément et à obtenir des informations plus efficacement.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Chapitre 6 Résumé: L'analyse des visuels de modèle

Chapitre 6 du livre s'attarde à l'analyse des visuels modèles, offrant des perspectives sur la création de visualisations de données efficaces. Après avoir posé les bases avec les leçons précédentes sur la communication efficace par le biais des données, ce chapitre approfondit ces idées en explorant des visuels exemplaires et les processus de réflexion qui les ont accompagnés. Il souligne l'importance des choix de conception réfléchis, comme les éléments à mettre en avant ou à atténuer, l'utilisation de la couleur, de la taille et du texte pour orienter l'attention du public, ainsi que l'impact de l'alignement et du positionnement sur l'interprétation.

Le chapitre présente plusieurs visuels modèles, chacun adapté à des scénarios spécifiques, illustrant les concepts plus larges discutés précédemment.

Visuel Modèle #1 : Graphique Linéaire - Ce visuel illustre les progrès d'une campagne de dons caritatifs de l'entreprise X. Ce qui le rend efficace, c'est son étiquetage clair et son orientation. L'utilisation stratégique de la couleur et de l'épaisseur des lignes attire l'attention sur les progrès actuels, tandis que des éléments moins critiques, comme les données de l'année précédente et l'objectif, sont atténués par des couleurs et des lignes moins vives. Les choix concernant l'étiquetage des axes prennent également en compte la compréhension du public, optant pour des échelles intuitives et



des fréquences d'étiquetage stratégiques pour maintenir la clarté sans encombrement.

Visuel Modèle #2 : Graphique Linéaire Annoté avec Prévisions - Un exemple provenant de données de ventes juxtapose clairement les ventes réelles et les prévisions. Des indices visuels distinguent ces ensembles de données, les ventes réelles étant indiquées par une ligne solide et les prévisions par une ligne pointillée, véhiculant ainsi intuitivement l'incertitude. La hiérarchie du texte et des étiquettes de données guide le spectateur à travers l'histoire des tendances historiques menant à la croissance prédite, avec des annotations clarifiant les points clés et les hypothèses derrière la prévision.

Visuel Modèle #3 : Barres Empilées à 100% - Ce graphique utilise le contexte d'un projet de conseil pour illustrer les progrès dans les catégories d'objectifs ("Échouer", "Réussir", "Dépasser") au fil du temps. Ici, l'alignement et l'ordre jouent un rôle clé ; tout est orienté de manière à ce que le public rencontre d'abord les composants descriptifs avant les données, facilitant ainsi la compréhension. La mise en avant de points d'intérêt par la couleur, comme l'augmentation des échecs, assure que ces données attirent naturellement l'attention.

Visuel Modèle #4 : Barres Empilées Positives et Négatives - Dans le domaine de l'analyse des ressources humaines, ce visuel prévoit les besoins

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

en directeurs en tenant compte des promotions, des acquisitions, de l'attrition et des besoins non satisfaits. Le visuel représente astucieusement la diminution du nombre de directeurs due à l'attrition comme négative, utilisant une coloration intuitive et un ordre de pile qui soutiennent la compréhension des écarts entre l'offre et la demande. Avec une conception réfléchie, il met en lumière les zones nécessitant une attention particulière, en particulier sur les écarts émergents.

Visuel Modèle #5 : Barres Empilées Horizontales - Les données d'un sondage d'un pays en développement sur les priorités montrent comment les couleurs et l'orientation des barres peuvent efficacement mettre en évidence les priorités majeures. En utilisant des nuances pour représenter les classements des priorités et en disposant les éléments dans l'ordre décroissant d'importance, il crée une manière cohérente et dirigée d'interpréter des informations complexes sans submerger le spectateur.

En conclusion, le chapitre tend à renforcer les leçons précédemment abordées en examinant et en comprenant l'impact des choix de conception dans la visualisation. Il montre qu'il existe rarement une façon absolument correcte de visualiser des données, à l'instar des arts culinaires, où il existe différentes saveurs de ce qui est bon. Les enseignements tirés de ces visuels modèles tournent autour de choix intentionnels qui enrichissent la narration et la compréhension du public, préparant le terrain pour la dernière leçon sur la narration avec les données.



Chapitre 7 Résumé: leçons sur l'art de raconter des histoires

Dans le chapitre sept, intitulé « Leçons sur l'art de raconter des histoires », l'auteur explore l'art de la narration, en particulier dans le contexte de la communication en entreprise à travers les données. Le chapitre commence par un exercice de narration utilisant le conte classique de « Petit Chaperon Rouge », mettant en lumière l'efficacité de la mémoire narrative et la puissance de la répétition. La reprise de l'histoire souligne comment les récits suivent une structure reconnaissable : début, milieu et fin, facilitant la mémoire et l'engagement émotionnel.

Le chapitre explique le pouvoir intrinsèque de la narration, que l'on retrouve dans les pièces de théâtre, les films et la littérature, pour capter l'attention et évoquer des émotions. L'idée fondamentale d'Aristote sur la structure narrative — début, milieu et fin — sert de cadre à la narration, souvent désignée comme la structure en trois actes : mise en place, conflit et résolution. Cette structure est explorée en détail :

- **Premier acte (Mise en place) :** Il introduit le personnage principal, le cadre et un incident déclencheur, menant à un tournant qui change la vie du protagoniste.
- **Deuxième acte (Conflit) :** Le protagoniste est confronté à un problème



qui escalade généralement à partir du premier tournant, marqué par une évolution de personnage illustrant un développement ou une prise de conscience personnelle.

- ****Troisième acte (Résolution) : **** Le clou du récit résout l'histoire en répondant à la question dramatique centrale, laissant les personnages avec une nouvelle compréhension.

Le chapitre explore ensuite l'application de la narration dans le monde des affaires à travers les réflexions de Robert McKee et de Kurt Vonnegut. McKee souligne les limites de la rhétorique traditionnelle en matière de persuasion, plaidant pour que la narration relie les idées aux émotions, ce qui incite à l'action. Les conseils d'écriture de Vonnegut insistent sur la simplicité, l'authenticité et la clarté, suggérant que la narration devrait privilégier la compréhension du public sur l'expression personnelle du narrateur.

L'auteur décrit ensuite les étapes pour construire une histoire captivante avec des données. Cela commence par identifier le public, clarifier la « Grande Idée » et créer un story-board pour organiser le contenu de manière logique. L'essentiel est de s'assurer que le récit s'inscrit dans l'arc narratif de mise en place, conflit et résolution :

- ****Début : **** Établit le contexte et les enjeux, impliquant le public en



répondant à ses questions potentielles et en soulignant la pertinence.

- **Milieu :** Développe l'aspect du « ce qui pourrait être », visant à persuader le public d'accepter une solution ou une action, souvent en utilisant des données pour renforcer le récit.

- **Fin :** Conclut par un appel clair à l'action, peut-être en revenant au début, s'assurant que le public comprend l'importance du résultat souhaité.

La structure narrative est cruciale et doit être adaptée en fonction des besoins du public, que ce soit en mettant d'abord les résultats en avant ou en y construisant progressivement. Le chapitre souligne l'importance d'équilibrer les récits oraux et écrits, en mettant l'accent sur la clarté, la pertinence et en s'assurant que chaque donnée raconte une partie de l'histoire globale.

Pour garantir la clarté de l'histoire, le chapitre propose plusieurs stratégies :

1. **Bing, Bang, Bongo :** Une introduction, un contenu principal et une conclusion résumée renforcent le récit.
2. **Logique horizontale :** S'assurer que les titres des diapositives racontent collectivement l'histoire.
3. **Logique verticale :** Confirmer que chaque diapositive soit



autoportante, avec un contenu cohérent soutenant les thèmes.

4. ****Storyboarding inversé : **** Valider le récit en extrayant l'essence de chaque diapositive ou section pour vérifier l'ordre et le flux.

5. ****Nouvelle perspective : **** Demander des retours pour s'assurer que le récit résonne avec le public.

Enfin, l'auteur conseille que le protagoniste de chaque histoire devrait être le public, permettant au récit de se concentrer sur ce qui est important pour eux. En intégrant les données dans une histoire significative, les communicants peuvent transcender une simple présentation, engageant ainsi le public de manière efficace et mémorable. Le chapitre se termine en suggérant un exemple pratique pour illustrer le processus de narration utilisant des données.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Chapitre 8: L'ensemble des éléments.

Chapitre Huit, intitulé "Tout rassembler", synthétise les leçons précédemment abordées sur la visualisation efficace des données et la communication. Ces leçons incluent la compréhension du contexte, le choix des affichages appropriés, l'élimination de l'encombrement, la direction de l'attention, le fait de penser comme un designer et la narration d'une histoire. Le chapitre illustre ces concepts à l'aide d'un exemple unique qui montre le processus complet de narration avec des données.

Le scénario concerne une startup qui cherche à fixer le prix d'un nouveau produit grand public sur un marché déjà occupé par des concurrents : les produits A, B, C, D et E. Un graphique (Figure 8.1) présente d'abord les prix de vente moyens au fil du temps pour ces produits, mais est critiqué pour son encombrement visuel, principalement en raison de la variabilité distraiante des couleurs des barres.

La leçon 1 souligne l'importance de comprendre le contexte, ce qui inclut la connaissance du public cible (un VP Produit) et la formulation d'une "Grande Idée" : lancer le nouveau produit à un prix compétitif.

La leçon 2 concerne le choix d'un affichage approprié, passant d'un histogramme à un graphique linéaire pour mieux illustrer les tendances au fil du temps. Initialement encombrées, les Figures 8.2 à 8.5 montrent des



améliorations en supprimant les variations de couleur et en adoptant un axe x unifié pour la comparaison.

La leçon 3 recommande d'éliminer les éléments inutiles, tels que les bordures des graphiques, les lignes de grille et les étiquettes redondantes, pour améliorer la clarté, comme illustré dans la Figure 8.6.

La leçon 4 met l'accent sur l'importance d'attirer l'attention du public en utilisant des attributs pré-attentifs comme la couleur. Des nuances stratégiques mettent en avant des points cruciaux, comme les baisses de prix après le lancement du Produit C en 2010, illustrées dans la Figure 8.7.

La leçon 5 concerne le fait de penser comme un designer. L'intégration d'un texte accessible et d'un alignement visuel ajoute de la cohérence et de la valeur esthétique, comme présenté dans la Figure 8.10.

La leçon 6 insiste sur la narration, guidant le public à travers le paysage concurrentiel avec un récit structuré et des visuels (Figures 8.11–8.19). Elle se conclut par une recommandation de prix pour le produit de la startup.

En conclusion, cet exemple illustre la transformation de données brutes en histoires captivantes, reliant les éléments de la visualisation des données à une narration stratégique qui influence efficacement la prise de décision. Le comparatif avant/après (Figure 8.20) résume le parcours, passant de la



simple présentation de données à une narration percutante.

**Installez l'appli Bookey pour débloquent le
texte complet et l'audio**

Essai gratuit avec Bookey





Retour Positif

Fabienne Moreau

ue résumé de livre ne testent
ion, mais rendent également
nusant et engageant.
té la lecture pour moi.

Fantastique!



Je suis émerveillé par la variété de livres et de langues
que Bookey supporte. Ce n'est pas juste une application,
c'est une porte d'accès au savoir mondial. De plus,
gagner des points pour la charité est un grand plus !

Giselle Dubois

Fi



Le
liv
co
pr

é Blanchet

de lecture
ception de
es,
ous.

J'adore !



Bookey m'offre le temps de parcourir les parties
importantes d'un livre. Cela me donne aussi une idée
suffisante pour savoir si je devrais acheter ou non la
version complète du livre ! C'est facile à utiliser !"

Isoline Mercier

Gain de temps !



Bookey est mon applicat
intellectuelle. Les résum
magnifiquement organis
monde de connaissance

Appli géniale !



adore les livres audio mais je n'ai pas toujours le temps
l'écouter le livre entier ! Bookey me permet d'obtenir
un résumé des points forts du livre qui m'intéresse !!!
Quel super concept !!! Hautement recommandé !

Joachim Lefevre

Appli magnifique



Cette application est une bouée de sauve
amateurs de livres avec des emplois du te
Les résumés sont précis, et les cartes me
renforcer ce que j'ai appris. Hautement re

Essai gratuit avec Bookey



Chapitre 9 Résumé: études de cas

Dans le "Chapitre Neuf : Études de Cas", l'accent est mis sur les applications pratiques des principes de communication efficace avec les données, en soulignant la résolution des obstacles courants à travers des exemples spécifiques. Ce chapitre propose une approche structurée pour ces défis, divisée en plusieurs études de cas.

Étude de Cas 1 : Considérations sur les Couleurs avec un Fond Sombre

En général, il est recommandé d'utiliser un fond blanc pour la visualisation des données afin d'assurer une bonne clarté. Cependant, il peut exister des situations où un fond sombre est nécessaire, comme des contraintes liées à l'image de marque d'une entreprise. Un fond sombre peut détourner l'attention des données et créer des problèmes de lisibilité en raison du contraste. Cela a été constaté lors d'un projet de conseil où les ajustements de l'auteur aux visuels d'un client ne correspondaient pas au modèle audacieux et à fort contraste du client. La solution a nécessité d'adapter les stratégies de couleur pour maintenir l'accent sur les données, en utilisant des couleurs plus vives qui ressortent sur les fonds sombres, inversant ainsi les stratégies de contraste habituelles.

Étude de Cas 2 : Tirer Parti de l'Animation dans les Visuels

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg

Les présentations ont souvent des besoins différents par rapport aux rapports : contenu interactif par rapport à des références statiques. Le chapitre illustre comment utiliser l'animation pour capter l'attention du public lors de présentations en direct—cachant et révélant des données pour maintenir l'attention de l'auditoire sur le récit sans les submerger d'informations. Un exemple de suivi de la croissance des utilisateurs d'un jeu, "Moonville", montre comment l'animation peut mettre en avant les points clés de l'histoire de manière séquentielle, des données de lancement initiales jusqu'aux étapes de croissance actuelles, guidant efficacement l'attention du public.

Étude de Cas 3 : Logique dans l'Ordre

Un storytelling efficace basé sur les données nécessite un enchaînement logique. Cela se manifeste clairement dans l'ordre des graphiques à barres pour des données catégorielles. Au départ, les données sur la satisfaction des utilisateurs concernant les fonctionnalités du produit sont présentées de façon ambiguë. En ordonnant stratégiquement les données—que ce soit en mettant en avant la satisfaction des clients ou les domaines à améliorer—l'utilisation de la couleur, de l'ordre et de résumés textuels contribue à clarifier ces récits. Le chapitre souligne l'importance de maintenir un ordre cohérent pour éviter la surcharge cognitive pour le public.

Étude de Cas 4 : Stratégies pour Éviter le Graphe de Spaghetti

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharger

Les graphiques linéaires avec de multiples lignes entrelacées, appelés "graphiques de spaghetti", obscurcissent la clarté des données. Le chapitre présente des méthodes pour simplifier ces graphiques en mettant l'accent sur les lignes individuelles à l'aide d'attributs visuels comme la couleur ou la séparation spatiale. Des techniques telles que la mise en évidence des lignes pertinentes ou l'utilisation de petits multiples permettent une comparaison des données plus claire. Cela aide à se concentrer sur des tendances spécifiques, comme le soutien financier pour divers types d'organismes à but non lucratif.

Étude de Cas 5 : Alternatives aux Graphiques en Secteurs

Les graphiques en secteurs, reconnus pour leur difficulté d'interprétation, sont remplacés par des options de visualisation supérieures pour comparer les données avant et après un programme dans une initiative d'apprentissage scientifique. Des alternatives comme les graphiques à barres simples, les barres empilées, les graphiques en pente, ou simplement la présentation du changement significatif dans une seule statistique, transmettent efficacement l'évolution des sentiments des étudiants envers les sciences. Ces choix dépendent de l'accent narratif—qu'il s'agisse de montrer des relations partie-tout ou simplement de démontrer un changement.

Dans la section finale, le texte souligne l'importance de la pensée critique dans la visualisation des données, incitant les lecteurs à privilégier la



compréhension du public et la clarté narrative plutôt que le respect rigide des méthodes. Le dernier rappel encourage à tirer parti des enseignements de ces études de cas tout en équilibrant créativité et rigueur analytique pour améliorer le storytelling avec les données.

Étude de Cas	Description	Points Clés
Considérations de Couleurs avec un Fond Sombre	Explique la nécessité d'adapter les visualisations pour les fonds sombres, en particulier pour l'identité de marque, en ajustant les stratégies de couleurs afin de maintenir la clarté.	Utilisez des couleurs vives pour mettre en avant; adaptez les stratégies de contraste pour s'intégrer efficacement aux fonds sombres.
Utiliser l'Animation dans les Visuels	Illustre comment l'animation peut capter l'attention du public lors des présentations en contrôlant la visibilité des informations pour renforcer l'attention et le récit.	Utilisez l'animation pour mettre en avant les informations de manière séquentielle pendant les présentations en direct.
Logique dans l'Ordre	Met en avant l'importance d'un ordre logique dans la présentation des données dans les visualisations pour améliorer la compréhension et la clarté de l'histoire.	Organisez les données de façon logique pour mettre en valeur les récits et réduire la confusion du public.
Stratégies pour Éviter le Graphique Spaghetti	Propose des techniques pour simplifier les graphiques linéaires complexes afin d'améliorer la clarté et de se concentrer sur des tendances de données spécifiques.	Mettez en avant les lignes importantes, utilisez de petits graphiques multiples et évitez le désordre.
Alternatives aux Graphiques à Secteurs	Discute des options de visualisation meilleures que les graphiques à secteurs pour la comparaison des données, montrant les changements de manière plus efficace.	Envisagez les graphiques à barres, les barres empilées ou les graphiques à pentes pour une représentation des données plus claire.



Chapitre 10 Résumé: pensées finales

****Chapitre Dix de ce livre se termine par "Réflexions Finales", rassemblant les thèmes de la narration et de la visualisation des données comme à la fois une science et un art. Ce chapitre souligne la diversité de la visualisation des données, où il n'existe pas de réponse unique. Au contraire, de nombreux chemins mènent à une communication efficace des données, chacun permettant une expression artistique pour simplifier l'information pour un public cible. Les lecteurs sont invités à appliquer ce qu'ils ont appris dans le livre pour développer leur propre style de présentation des données.****

****Beaucoup de concepts ont été explorés tout au long de l'ouvrage, préparant le lecteur à réussir dans la communication des données. Ce chapitre offre des conseils sur les prochaines étapes et des stratégies pour améliorer les compétences en narration avec les données au sein d'une équipe ou d'une organisation. Il encourage à la pratique, soulignant que l'amélioration vient des changements progressifs et d'expérimentations constantes, que ce soit à travers l'application des leçons dans les tâches quotidiennes ou la refonte d'un rapport mensuel.****

****Le chapitre propose cinq conseils pratiques pour perfectionner les compétences en narration de données. Tout d'abord, il insiste sur l'importance de bien connaître les outils disponibles, en mentionnant des plateformes populaires comme Excel, Tableau et des langages de**



programmation tels que R et Python. Le deuxième conseil préconise un design itératif et la recherche de retours, où esquisser des idées sur papier peut aider à faire jaillir des concepts sans contraintes techniques.

L'importance d'accorder suffisamment de temps au processus de narration est également soulignée, reconnaissant que façonner un récit cohérent autour des données est tout aussi crucial que les phases analytiques qui le précèdent.**

Pour s'inspirer, les lecteurs sont invités à se plonger dans des exemples marquants de visualisation de données. Ce processus implique d'émuler des techniques réussies et de faire référence à des œuvres créatives pour établir un style visuel. Enfin, la créativité est encouragée ; la visualisation des données offre un espace pour un style personnel et une image de marque organisationnelle.

**Le chapitre aborde ensuite comment renforcer les compétences en narration de données au sein des organisations à travers différentes approches : former tout le monde, cultiver des experts internes, ou envisager l'externalisation pour des besoins spécifiques. Chacune de ces méthodes est adaptée pour s'assurer que les équipes développent une solide compétence dans ce domaine. La formation continue peut impliquer des activités telles que des clubs de lecture, des ateliers et des boucles de rétroaction structurées pour instaurer une culture de narration efficace avec les données. Identifier les membres de l'équipe ayant une aptitude naturelle et investir dans leur



développement peut fournir une expertise interne. L'externalisation, bien que moins favorable à la formation interne, peut offrir des solutions immédiates pour des présentations à fort enjeu.**

La section récapitulative revient sur les leçons clés du livre : comprendre le contexte, choisir des méthodes de visualisation appropriées, éliminer les éléments superflus, guider l'attention du public, penser comme un designer, et créer des histoires cohérentes. Ces leçons équipent ainsi les lecteurs d'une stratégie complète pour communiquer visuellement les données.

À la fin du chapitre, l'auteur exprime l'espoir que tout inconfort initial lié à la visualisation des données se soit transformé en confiance, fournissant aux lecteurs les bases, les exemples et les étapes pratiques nécessaires pour relever les défis de ce domaine. Le lecteur est ainsi engagé sur la voie d'une utilisation de ces insights pour clarifier les récits de données, promouvoir une prise de décision éclairée et motiver des actions, tout en contribuant à une mission plus large d'amélioration de la compréhension des données à travers une visualisation efficace.



Chapitre 11 Résumé: The translation of "bibliography" in French is "bibliographie."

La bibliographie présentée ici constitue une collection complète d'ouvrages liés à la narration visuelle, au design et à la visualisation des données. Ces textes sont des ressources essentielles pour comprendre comment transmettre efficacement des informations par des moyens visuels. En explorant ces ouvrages, les lecteurs peuvent acquérir une appréciation plus profonde des différentes techniques et principes impliqués dans la création de présentations percutantes et de récits visuels.

Parmi les figures clés de cette collection, nous retrouvons Edward Tufte, connu pour son travail novateur sur l'affichage visuel des informations quantitatives, ainsi que Stephen Few, qui offre des conseils sur la création de tableaux et de graphiques qui éclairent le public. Les contributions de Nancy Duarte se concentrent sur la création d'histoires visuelles qui résonnent avec les audiences, tandis qu'Alberto Cairo initie les lecteurs à l'art des infographies et de la visualisation.

La collection met également en avant des ouvrages tels que "The Story Factor" d'Annette Simmons, qui explore le pouvoir de la narration pour inspirer et influencer le public. Les études incluses, comme celles d'Adam Bryant sur les pratiques de gestion de Google et de D'Vera Cohn sur les tendances sociales, offrent des applications concrètes de ces principes de



communication visuelle.

De plus, des guides pratiques comme "Beyond Bullet Points" de Cliff Atkinson aident les lecteurs à créer des présentations PowerPoint captivantes qui engagent et motivent les audiences. Les écrits de Colin Ware sur la visualisation de l'information soulignent l'importance de la perception dans le design, ce qui les rend cruciaux pour comprendre comment le design peut être utilisé pour communiquer efficacement des idées complexes.

Dans l'ensemble, cette bibliographie constitue une référence précieuse pour quiconque souhaite améliorer ses compétences en communication visuelle, offrant des perspectives issues d'un large éventail de disciplines, y compris la psychologie, la gestion et les arts.

Essai gratuit avec Bookey



Scannez pour télécharg