

11.09.2025

Как создавать дашборды, которые используются бизнесом: фреймворк и примеры

techart.ru | promo.techart.ru

Регистраций: 45 (компаний – 36), в т.ч.:
- 15.6% новых слушателей
- 16 топ-менеджеров
- 23 постоянный (4+) слушателя программы
- 3 с вопросами и обратной связью



Ключевые компетенции «Текарт»

Консалтинг

- стратегия и стратегирование
- диагностика, бизнес-девелопмент
- трансформация
- цифровизация
- маркетинг
- организационное развитие
- бизнес-математика



Бизнес-аналитика

Интегрированный
маркетинг

Дизайн

IT-решения
и веб-разработка

Оргразвитие

Создание
контента

26

лет на рынке бизнес-аналитики, маркетинга и digital

20 000

выполненных проектов

39 000+

клиентов и партнеров в экосистеме «Текарт»

4 место

рейтинга «Маркетинговый консалтинг» RAEX

160

сотрудников в штате

ТОП 100

в рейтинге работодателей Headhunter*

* среди компаний до 250 сотрудников



Программа непрерывного образования для руководителей по маркетингу

Основные треки программы:

Маркетинг (комплексное продвижение, SMM, SEO и т. д.), реклама

Martech, аналитика (технологии, данные, автоматизация, цифровые сервисы)

Дизайн, веб-разработка, контент, фото, видео

Маркетинговый анализ и стратегия

Организационное развитие

3

года работы

7 000+

участников из 1 900 компаний

31

спикер

550

пользователей [платформы](#)

План вебинара

03

1. Дашборды: что это и зачем нужны
2. Почему образуются «кладбища дашбордов»
3. Фреймворки для создания дашбордов
4. Алгоритм подготовки дашборда
 - a. Предпроектная работа
 - b. Сбор требований
 - c. Ключевые показатели
 - d. Источники
 - e. Прототип
5. Выводы, рекомендации, чек-лист

Дашборды

04

Дашборды — данные, помещенные в информационные сводки для отслеживания того, как функционируют разные компоненты бизнеса.



Сбор данных



Изучение
параметров



Верификация,
очистка,
нормализация



Визуализация



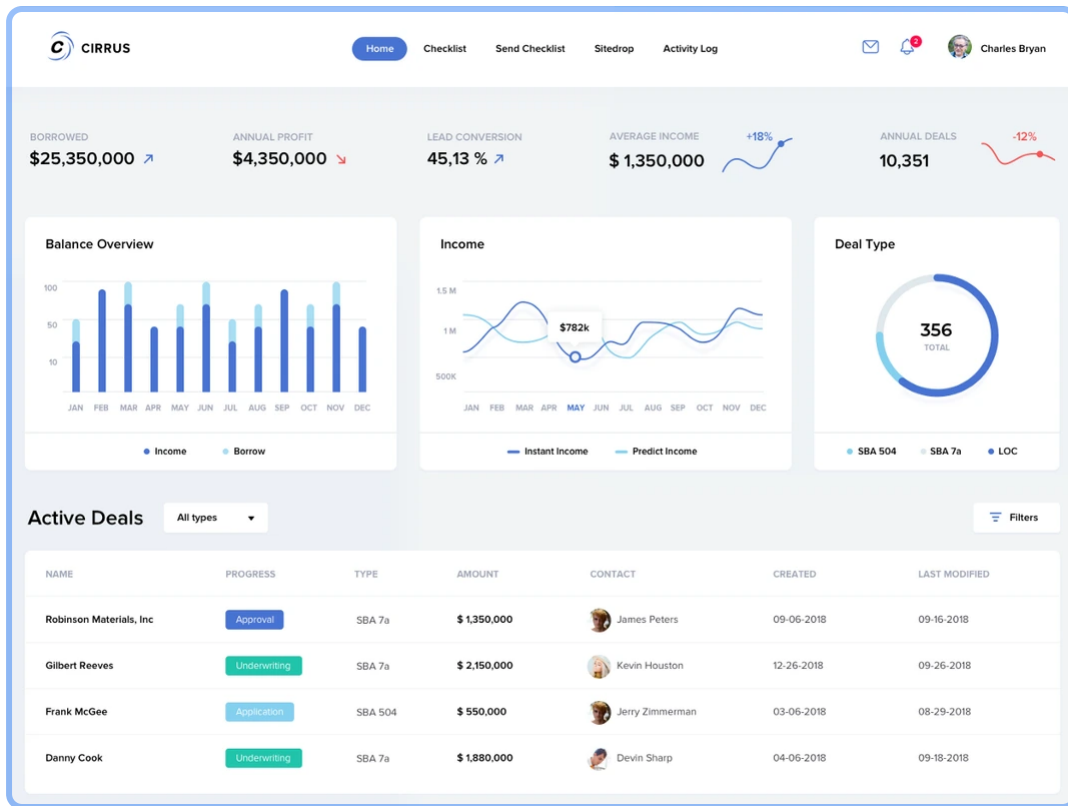
Интерпретация



Принятие
решений

Пульт управления бизнесом

05



Цель создания дашборда — представить в компактном виде, на одной странице, аналитические данные по развитию определенного аспекта бизнеса или компании в целом.



Примеры

01.01.202326.02.2024

Компания

Все

Направление

Все

Ответственный

Все

Статус лида

Все

Только просроченные

Все

Сбросить все фильтры

Лиды с активной задачей, которые не изменялись больше 14 дней

Выставка	Всего лидов	Не распределено	Назначен ответственный	Лиды в работе	Качественные лиды	Проекты в работе	Предложение у заказчика	Заклучен договор
Выставка 1	116	58	4	31	16	2		
Выставка 2	105		19	6	32	1		
Выставка 3	101				53	7	2	
Выставка 4	32		8	1	21		1	
Выставка 5	22		5		5			
Выставка 6	15			9	2			
Всего	391	58	36	47	129	10	3	

Лид	Ответственный	Статус лида	Комментарии
Лид 1	Иванов И.И.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 2	Петров П.П.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 3	Сидоров С.С.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 4	Климов К.К.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 5	Васильев В.В.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 6	Попов П.П.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 7	Смирнов С.С.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 8	Морозов М.М.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 9	Иванов И.И.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 10	Петров П.П.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 11	Сидоров С.С.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 12	Климов К.К.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 13	Васильев В.В.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 14	Попов П.П.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 15	Смирнов С.С.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 16	Морозов М.М.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 17	Иванов И.И.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 18	Петров П.П.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 19	Сидоров С.С.	Активен	Задача выполнена, лид активен.
Лид 20	Климов К.К.	Активен	Задача выполнена, лид активен.

Работа с лидами с выставок

Мини-дашборды внутри информационной системы

Возможности генеративных нейросетей (ИИ) для создания контента , 27.04.2023

Регистраций — 329, новых — 56.8%, компаний — 245

ТОП-ов — 95, постоянных (4+) — 106

Пред-регистраций — 6, доступов к записи — 0

28 4 129 168

Опознанных участников — 139, обратная связь — 42

Сводка по мероприятию



Сотрудничество с 28.02.07
Последняя встреча: 11.09.2025
 Web (DDS)

Результативных заявок, %: 43,8
 Консультаций Текарт-ID: 4
 Показательных кейсов: 13
 Заявок "Полезное": 4
 Эвенты - участников / участия: 46 / 125

★ 👍 🗨️ 🌐 📅 ⚙️

Есть документальная задолженность.

Нетиповой договор.

26.08.25. Photo+D2: Старт — видеопродакшен для [blurred]

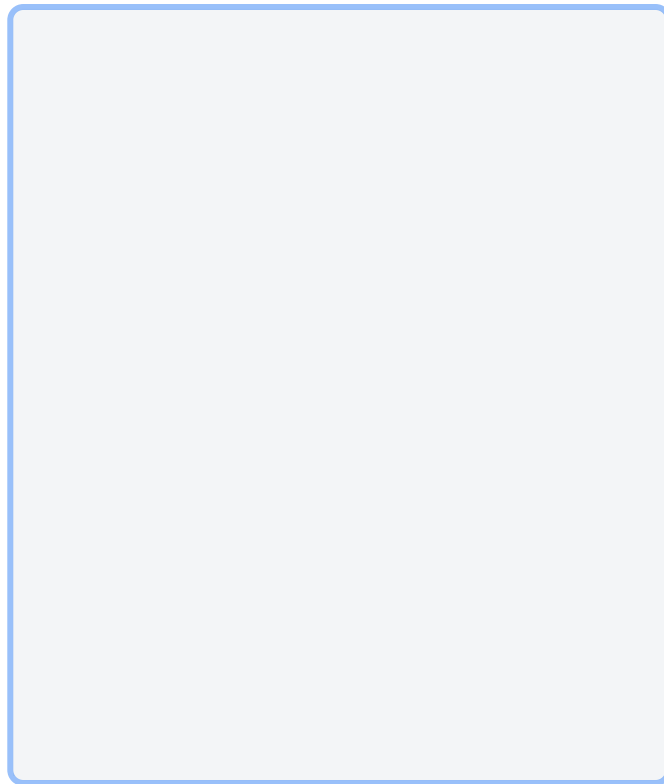
30.07.25. Дирекция: Спецпроект « [blurred] »

10.06.25. D2: Старт разработки сервиса подготовки КП для [blurred]

Сводка по контрагенту

Примеры

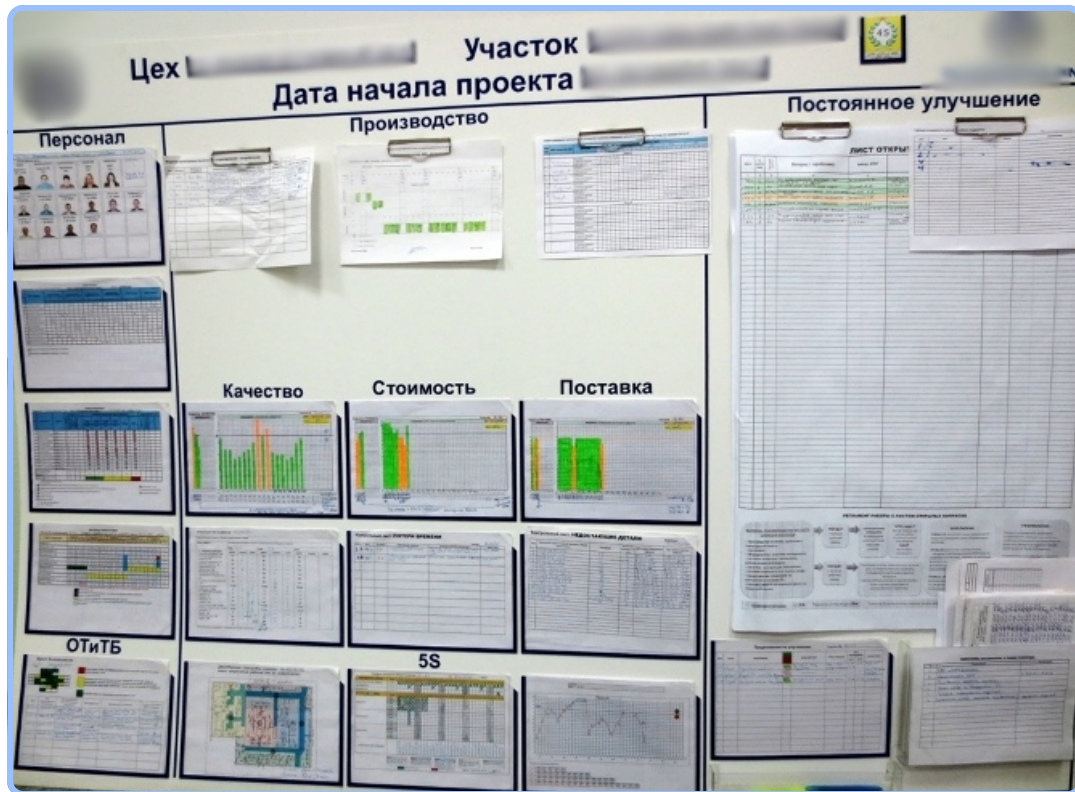
08



Инфографика с результатами введения платы за въезд в центр Нью-Йорка

Примеры

09



Стенд «визуального менеджмента»

Пример из жизни

10

Заказчик: компания, которая оказывает полный комплекс услуг — от производства энергетического оборудования до проектирования, строительства и эксплуатации систем.

Проект создания дашбордов по эффективности продаж:

- 📌 1,5 месяца на согласование перечня наиболее важных метрик.
- 📌 2 месяца — чтобы разработать дашборды.
- 📌 спустя 6 месяцев — 5 человек, которые знают о существовании панели.
- 📌 2 человека, которые действительно понимают, что означают данные на панели мониторинга.



Почему дашборды не используются ?

- **87%** российских е-commerce-компаний для работы с данными используют дашборды по верхнеуровневым показателям, **60%** — с более подробными метриками¹.
- **13%** опрошенных полностью удовлетворены объемом и качеством собираемых данных и аналитики на их основе².
- **70%** усилий по разработке пропадают впустую, если панель мониторинга не полностью принята бизнес-пользователями, для которых она предназначена³.

Причины:

1. Нет привязки к бизнес-целям.
2. Отсутствует вовлеченность пользователей.
3. Нет согласованности в данных разных департаментов.
4. Сложность использования, высокая когнитивная нагрузка.
5. Нет интеграции в рабочие процессы.

1,2 — <https://trends.rbc.ru/>, 2024.

3 — <https://www.greatdataminds.com/>, 2024.

Как делать действительно полезные дашборды?

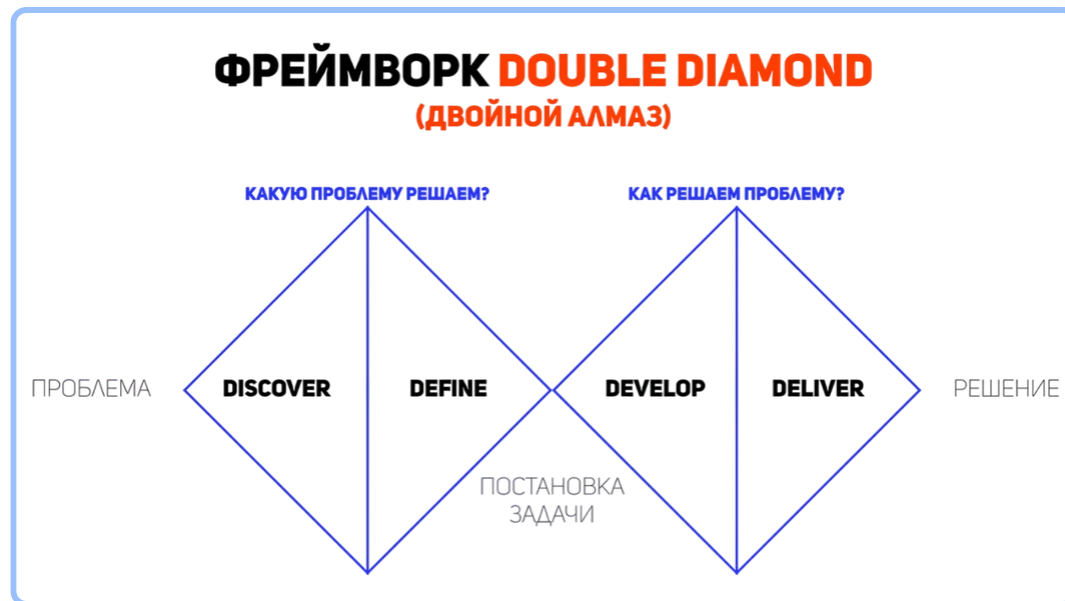
12

Чтобы дашборды стали инструментом бизнеса, нужен **фреймворк** — готовая структура и набор правил, которые помогают шаг за шагом превратить данные в понятный инструмент для принятия решений.

[Six-Pillar Dashboard Framework](#)

[Double Diamond](#)

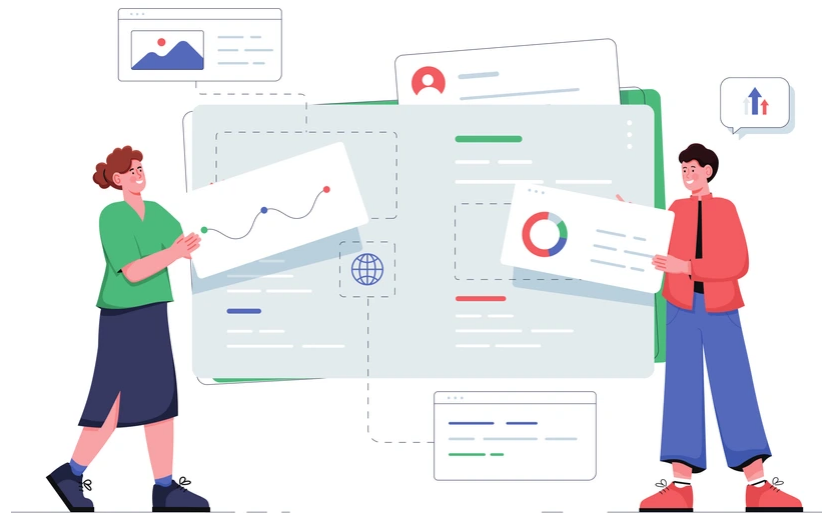
[Dashboard Canvas Романа Бунина](#)



Алгоритм создания дашборда

13

1. Предпроектная работа (определение исполнителей и заказчиков, доступные ресурсы).
2. Проведение интервью с заказчиками, сбор требований.
 - a. Технические требования.
 - b. Сценарии работы.
 - c. Ключевые показатели, срезы.
 - d. Источники данных.
 - e. Технические требования.
3. Систематизация / Заполнение dashboard canvas.
4. Создание и утверждение макета дашборда.
5. Разработка MVP.
6. Тестирование и доработки.
7. Запуск.
8. Сбор обратной связи.



Предпроектная работа

14

Для кого создается дашборд?

- Руководители
- Бизнес-пользователи
- Аналитики данных
- ИТ-пользователи

Руководителям и аналитикам данных скорее потребуется *аналитический* или *стратегический* дашборд, чтобы исследовать тенденции и улучшать бизнес-стратегию.

Бизнес-пользователям и ИТ-специалистам потребуется дашборд *операционного* типа, чтобы внимательно отслеживать ежедневную производительность и составлять отчеты о бизнес-деятельности.

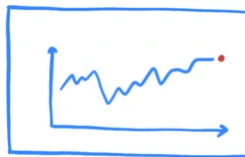
Стратегически



Цель: Быстрый обзор состояния.

- самое необходимое
- фокус на KPI
- план-факт/сравнение

Операционные



Мониторинг процессов.

- частое обновление
- call-to-action

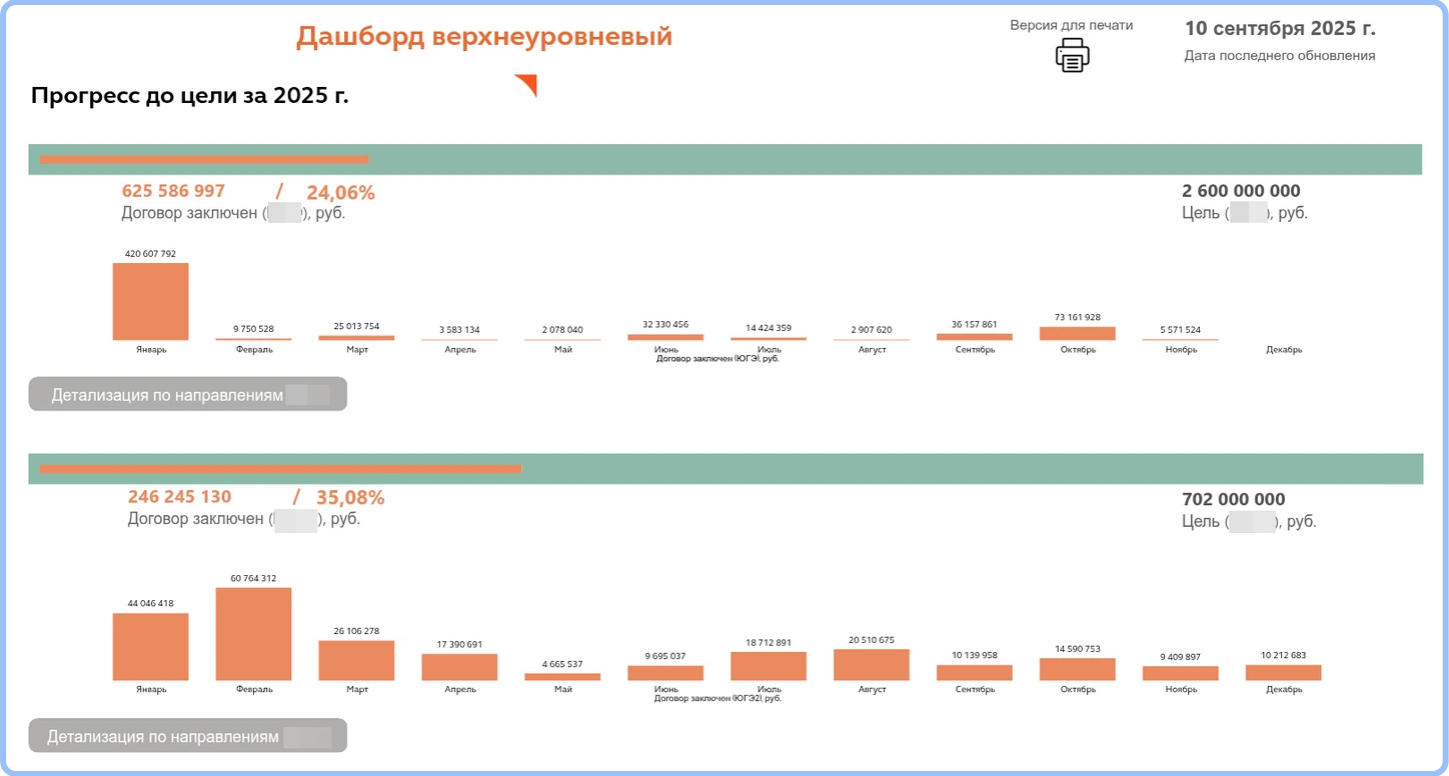
Аналитически



Детальное изучение.

- широкий контекст
- много фильтров, параметров и пр.

Предпроектная работа



Стратегический

Предпроектная работа

Общие данные

Сайт

Реклама

SMM

Период

Этот - Год

01.01.2025 - 31.12.2025

Множественный выбор

Январь

Февраль

Март

Апрель

Май

Июнь

Июль

Август

Сентябрь

Октябрь

Ноябрь

Декабрь

Период для сравнения

Этот - Год

01.01.2025 - 31.12.2025

План-факт

НаправлениеМДЖ

Продукт

ИсточникVK AdsЯндекс.ДиректЯндекс.Промостраницы

Тип кампанииМедийкаПоискПромостраницыРСЯТаргет

Квартал	Кв. 1				Кв. 2				
	Январь	Февраль	Март	Всего	Апрель	Май	Июнь	Всего	Июль
Продукт									
Бюджет (базовый план)									
Показы (базовый план)									
% выполнения									
Клики (базовый план)									
Показы (факт)									
% выполнения									
Показы (базовый план)									
Показы (факт)									

Стратегический

Предпроектная работа

Что потребуется?

1. Исполнители.
2. Инфраструктура: серверы, ПО, лицензии и пр.
3. Информационные ресурсы: доступы, описание источников и пр.

Кто создаёт?

Необязательно иметь нужные компетенции непосредственно в вашей команде — вы можете привлекать сотрудников из смежных подразделений или партнеров вашей компании и даже внешних экспертов.

Кто может участвовать: CDO, архитектор, системный/бизнес аналитик, специалист по работе с БД, BI-разработчик, маркетолог, UX/UI-дизайнер, системный администратор, редакторы и пр.

Сбор требований

18

Цель интервью — получить качественные вводные и сформировать функциональные требования к дашборду.

В идеальном случае провести несколько интервью с внутренним заказчиком, разными группами пользователей дашборда и собрать бизнес-задачи в единый список.



Бизнес-задача

Определитесь и выберите самую главную цель, которую должен решать будущий дашборд, например:

- Сообщать о последних достижениях.
- Ставить цели для конкретных сотрудников или отделов.
- Побуждать к определенным бизнес-процедурам.
- Сообщать об экстренных ситуациях, сбоях, отклонениях от плана.
- Предоставлять сводную картину для ретроспективного анализа.
- Помогать менеджерам планировать процессы.
- Выступать в роли интерфейса к БД.

Ключевые показатели

20

KPI (Key Performance Indicator) — или ключевой показатель эффективности, отражает наиболее важные метрики на разных уровнях компании: либо для всей организации в целом, либо для ее департаментов, отделов или конкретных сотрудников.

KPI *высокого* уровня демонстрируют общую эффективность компании (чистая прибыль, выручка, рентабельность активов, EBITDA).

KPI *низкого* уровня фокусируются на более конкретных целях (количество звонков и встреч, количество квалифицированных лидов, коэффициент закрытия сделок).

При выборе KPI убедитесь, что у него есть:

- количественная цель (в абсолютном или % выражении) и сроки
- однозначное толкование успеха
- фиксированная методология расчета
- качественные данные для расчета без ошибок

Вкладка 1. Ключевые показатели сайта за прошедшую неделю

Карточки-индикаторы — визуализации, содержащие значение одного показателя за отчетный период (предыдущая календарная неделя или календарный месяц) в сравнении с предыдущим периодом.

№ ПП	Метрика	Тип
1	Визиты	Целое число
2	Посетители	Целое число
3	Просмотры	Целое число
4	Отказы	%
5	Глубина просмотра	Целое число
6	Средняя длительность визита	Секунды
7	% новых пользователей	%
8	Достижения целей	Целое число
9	Доля визитов с десктопа	%
10	Доля визитов со смартфонов	%
11	Доля визитов с планшетов	%
12	Визиты с поисковых систем	Целое число и %
13	Визиты с рекламы	Целое число и %
14	Визиты по ссылкам на сайтах	Целое число и %
15	Визиты по прямым заходам	Целое число и %

Источники данных

Подготовка данных для анализа занимает **до 80% времени**, потраченного на решение аналитической задачи в целом. После определения необходимых KPI мы находим информационные системы, в которых хранятся нужные данные.

Необходимо провести анализ источников — узнать, настроена ли интеграция или ее нужно продумывать с нуля, какие таблицы нам необходимы, кто владелец этих данных и есть ли разрешения на доступ.

На этапе подготовки источника данных будет полезно определиться:

- Что является единицей (юнитом) таблицы (транзакция, номер клиента, номер продукта).
- Являются ли данные уникальными для каждого юнита или для пары значений юнит+время.
- Какой уровень агрегации данных необходим для задачи, нужны ли детальные данные или можно проагрегировать строчки до уровня выше (во времени, по категориям).
- Как часто будет обновляться источник данных на сервере, сможет ли система «выдержать» такой объем данных, устроит ли такая частота обновления данных заказчика.

Технические требования

Определяются на основе функциональных требований к дашборду и устоявшихся условий внутри организации.

Важно держать контакт с другими IT-подразделениями, чтобы своевременно увидеть проблемы и выявить зависимости между вашими данными и прочими системами.



Некоторые пункты, на которые нужно обратить внимание:

- Частота взаимодействия с дашбордом.
- Частота обновления данных.
- Возможность записи данных.
- Режим доступа к данным (онлайн/по запросу).
- Нагрузка на другие системы.
- Формат взаимодействия (веб, мобильные устройства, email, презентация).

Систематизация требований

23

1. Пользователи и контекст

Владелец ресторана

Смотрит примерно раз в неделю, удобно было бы получать рассылку в телеграм или смотреть с мобильного

Шеф-повар

Смотрит каждый день вместе с подчинёнными на планёрке в переговорке с телевизором

Управляющий

Смотрит каждый на ноутбуке

2. Понимание задачи

Видеть общую картинку бизнеса и понимать какие изменения произошли за последние 8 недель

3. Метрики, срезы и данные

Выручка

Прибыль

Дата и время

Блюдо

Время получения заказа: приготовления блюда + время обслуживания

CSAT

Тип блюда

4. Вопросы, бизнес-решения

Общие показатели

Какая выручка за последние 8 недель?
Какая динамика прибыли?

Какая прибыль за последние 8 недель?
Какая динамика прибыли?

Сколько времени готовятся блюда и обслуживают клиентов? Нет ли негативной тенденции?

Насколько клиента удовлетворены качеством?

Категории и блюда

Какая категория продается лучше всего?

Какие блюда популярны у посетителей?

и визуализации

Metric
\$84K
▼ -29% MoM

Metric
\$84K
▼ -29% MoM

Metric
\$84K
▼ -29% MoM

Metric
\$84K
▼ -29% MoM

Metric
\$84K
▼ -29% MoM

Wheat	1000 \$	750 \$	12.5%
Coat	1000 \$	750 \$	13.1%
Grain	1000 \$	750 \$	9.5%
South	1000 \$	750 \$	12.3%

Wheat	1000 \$	750 \$	12.5%
Coat	1000 \$	750 \$	13.1%
Grain	1000 \$	750 \$	9.5%
South	1000 \$	750 \$	12.3%

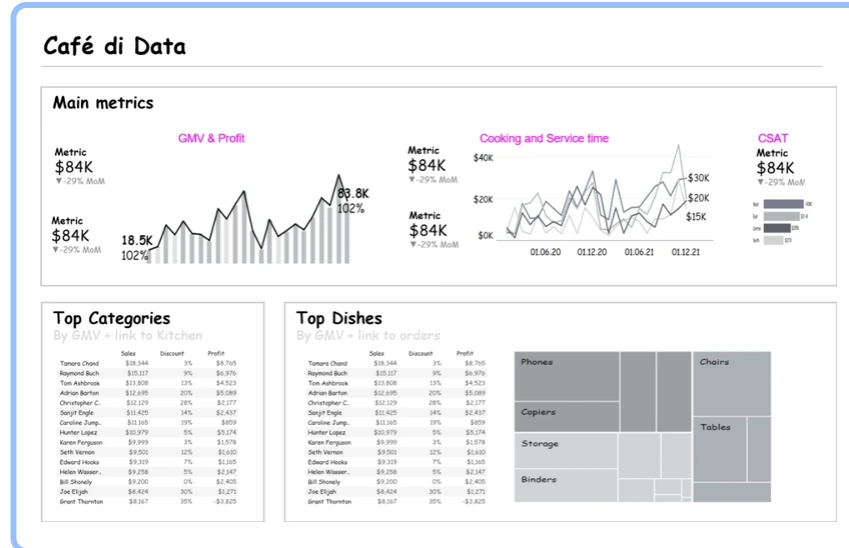
Прототипирование будущего дашборда

24

Прототип — средство для утверждения будущего дашборда с заказчиком. Детали дизайна можно опустить, т.к. велика вероятность, что после получения обратной связи от заказчика что-то придется поменять.

Вот что важно отразить на прототипе:

- Показатели в нужных разрезах.
- Выбранные виды диаграмм.
- Примерную верстку компонентов дашборда (смысловые блоки).
- Основные интерактивные элементы и связи.



Прототипирование будущего дашборда

Визуальное восприятие

Продуманная композиция дашборда обеспечивает понимание информации у конечных пользователей.

С помощью композиции вы группируете диаграммы на смысловые блоки, сортируете их от приоритетных до необязательных, помогаете увидеть то, что важно.

Несколько советов для эффективной композиции:

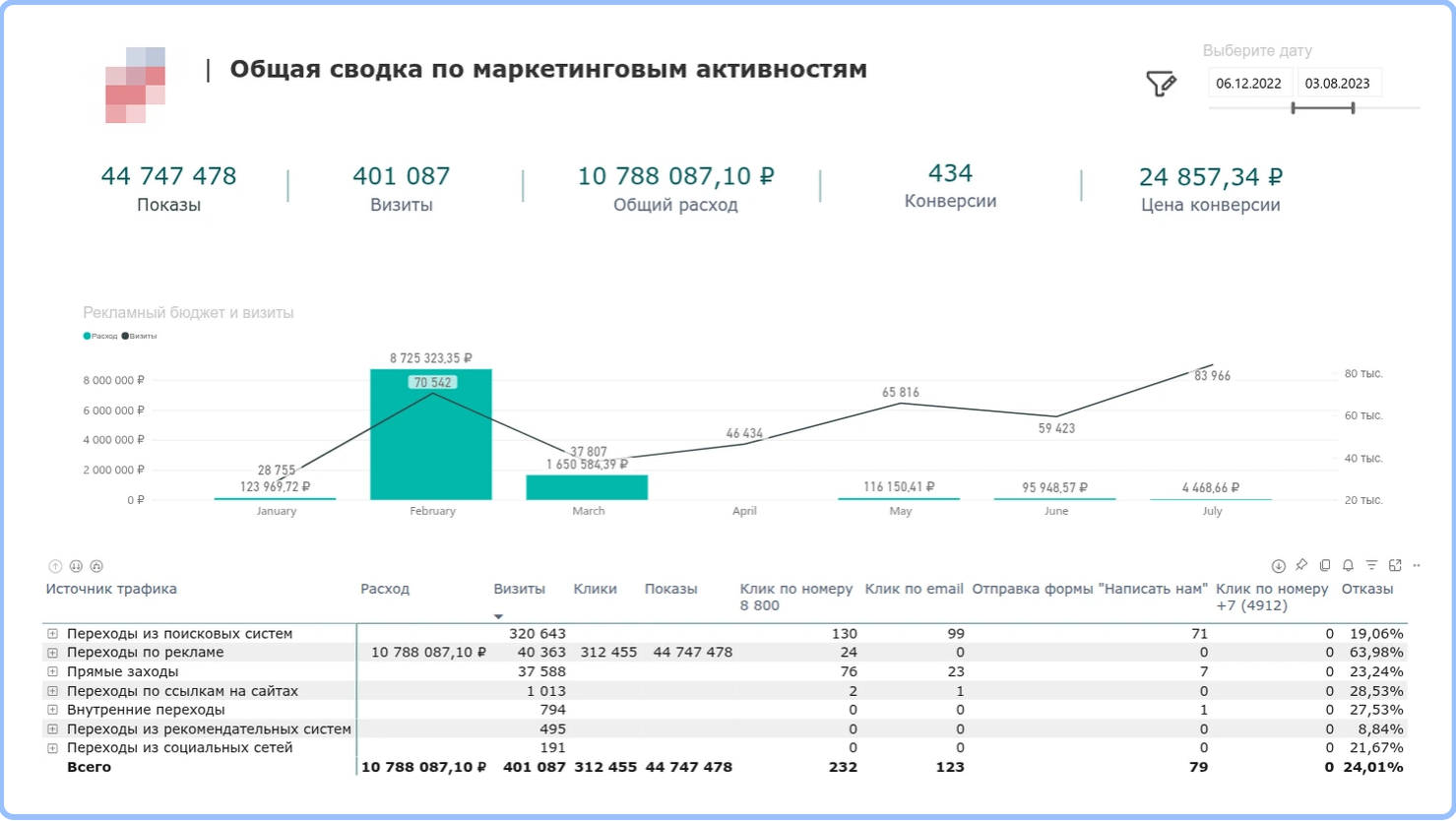
1. Левый верхний угол экрана — область наибольшего акцента и первичного внимания. Чем ниже и правее располагается информация на дашборде, тем меньше внимания ей уделяется
2. Располагайте диаграммы от «общего к частному» сверху вниз, слева направо. Помните о паттерне считывания информации на экране, в виде буквы F или Z — это наиболее привычные способы просмотра содержимого, поддерживайте этот паттерн
3. Большие цифры и KPI привлекают внимание, располагайте их в верхней части экрана
4. Используйте силовые линии — вертикальные и горизонтальные направляющие, по которым выравнивается содержимое дашборда
5. Не забывайте о контрастах (цветовых и смысловых), они фокусируют внимание

Прототипирование будущего дашборда

26



Прототипирование будущего дашборда



Паттерны проектирования

Шаблоны композиции описывают то, как визуализации располагаются и группируются на дашборде.



Открытая



Табличная



Многоуровневая



Групповая



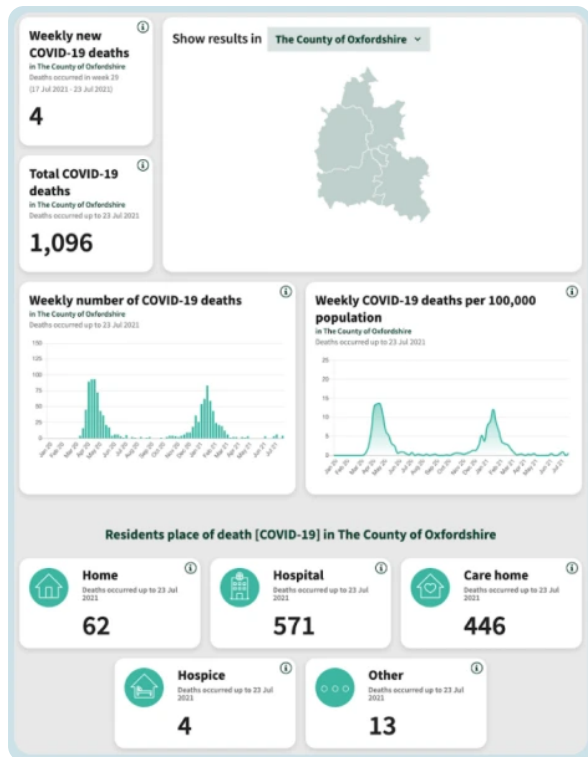
Схематичная

1. **Открытая компоновка.** Виджеты разных размеров и пропорций располагаются свободным образом без явных правил.
2. **Многоуровневая.** Определяет порядок виджетов и их информации сверху вниз. Например, дашборды могут показывать общую информацию высокого уровня вдоль верхней части, а более детальную информацию — ниже.
3. **Групповая.** Явно группирует два или более виджета с определенной связью. Например, использование разделительных линий, границ из пустого пространства или затененных фоновых областей для выделения группировки связанных виджетов.

Ни один из этих шаблонов композиции не является взаимоисключающим, и их можно комбинировать.

Паттерны проектирования

29



Открытая компоновка



Многоуровневая компоновка



Групповая компоновка

Выбор визуализаций

30

Распространенные решения для представления данных в дашбордах

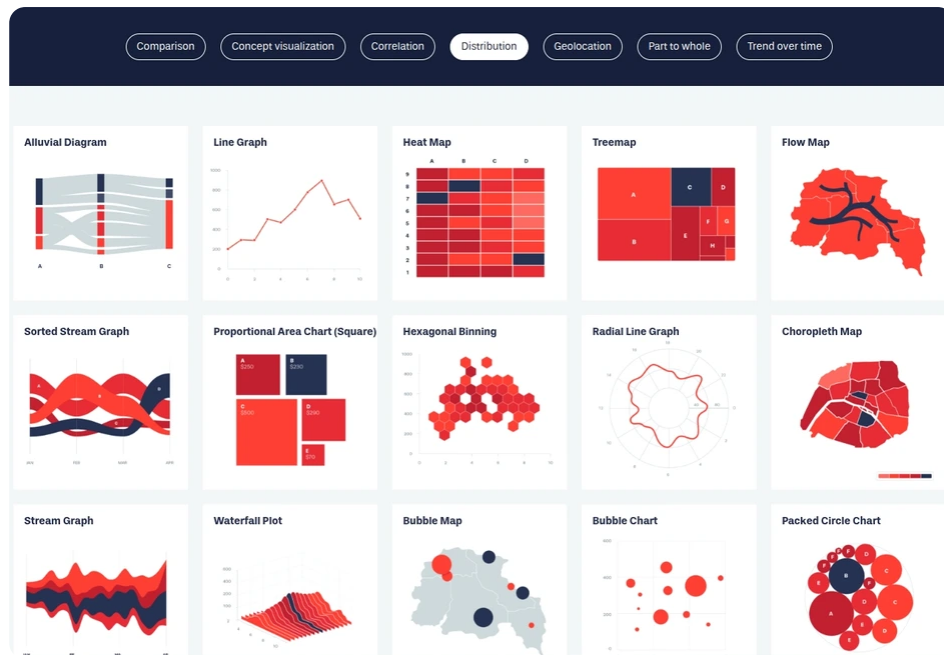


1. **Числа.** В основном используются для отображения отдельных ключевых значений.
2. **Тренды.** Небольшие стрелки, направленные вверх или вниз, используются для указания направления изменения значений данных.
3. **Индикаторы выполнения.** Любые виды визуализации, используемые для представления шкалы или диапазона значения.
4. **Диаграммы.** Небольшие и лаконичные визуализации без описания осей, меток или отметок.
5. **Детализированные диаграммы.** Диаграммы с дополнительными элементами для считывания и понимания точных значений (например, оси, отметки, значения и т.д.).

Выбор визуализаций

Существуют специализированные сервисы (chart chooser) для выбора типа визуализации в зависимости от задачи: показать сравнение, распределение, корреляцию и пр.

Например, <https://datavizproject.com/>



Рекомендации по проектированию

1. Дашборд должен помещаться на одном экране.
2. Старайтесь избегать полосы прокрутки на добавленных визуализациях.
3. Никогда не делайте дашборд с горизонтальной полосой прокрутки.
4. Дашборд должен выглядеть аккуратно независимо от примененных в момент времени фильтров.
5. Используйте текстовый блок внизу дашборда для того, чтобы расшифровать аббревиатуры, дать информацию по источникам данных и дате обновления/создания отчета.
6. Одна диаграмма – один заголовок.
7. Добавляйте легенды наверху или внизу диаграммы. Фильтры также находятся рядом с визуализацией.
8. При использовании мобильных версий дашбордов зафиксируйте разрешения для планшетов и мобильных телефонов.

Чек-лист хорошего дашборда от Data Yoga

33

Смысл

- ☐ Достаточно 5 секунд, чтобы понять основную идею дашборда

Текст

- ☐ Заголовок из 4-10 слов начинается в левом верхнем углу
- ☐ Подзаголовок детализирует смысл заголовка и несет новую информацию
- ☐ Размеры текстов выставлены по иерархии
- ☐ Используются шрифты из одного семейства
- ☐ Подписи категорий – горизонтальные
- ☐ Подписи данных не мешают друг другу

Диаграммы

- ☐ Данные отсортированы и упорядочены
- ☐ Шкалы имеют только самые необходимые отметки и подписи
- ☐ Нет 3D
- ☐ Нет украшательств
- ☐ Тип диаграммы правильно подобран под тип данных
- ☐ Диаграмма имеет требуемый уровень точности и детализации

Цвета

- ☐ Цветовая схема выбрана осознанно
- ☐ Цвет используется для выделения ключевых идей
- ☐ Текст контрастирует с фоном

Линии

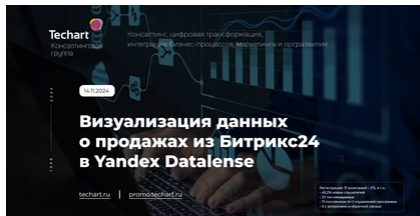
- ☐ Сетки для упорядочивания выключены
- ☐ Границы визуализаций выключены

Заключение

- Используйте фреймворки и методологии — они помогают стандартизировать подход и уменьшить вероятность ошибок.
- Начинайте с нужд бизнеса, а не с данных — узнайте, какие вопросы менеджеры пытаются решить, какие решения принимать.
- Привязывайте визуализацию к действию — каждый элемент на дашборде должен поддерживать какое-то управленческое решение.
- Упрощайте и фокусируйтесь — меньше ключевых метрик, ясность, минимум «шума».
- Обозначайте актуальность и доверие — время обновления данных, источники, прозрачность.
- Вовлекайте пользователей — тестируйте прототипы, собирайте обратную связь, пересматривайте дизайн на основе практики.

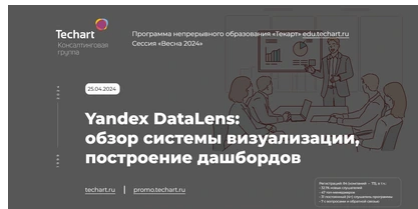
Наши материалы по теме

35



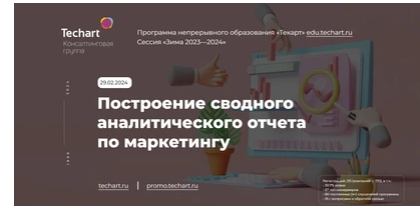
14.11.2024

[Визуализация данных о продажах из Битрикс24 в Yandex DataLens](#)



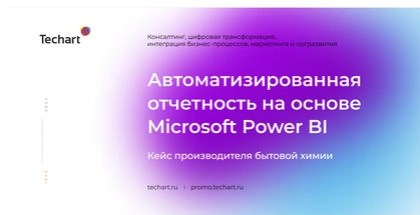
25.04.2024

[Yandex DataLens: обзор системы визуализации, построение дашбордов](#)



29.02.2024

[Построение сводного аналитического отчета по маркетингу](#)



03.11.2022

[Автоматизированная отчетность на основе Microsoft Power BI](#)

Персональное консультационное мероприятие по теме этого вебинара

Особенности:

- ✓ Будем разбирать именно ваши кейсы
- ✓ Ответим на любые вопросы
- ✓ Подсветим специфику ниши
- ✓ Максимально адаптируем контент под потребности компании
- ✓ Дадим конкретные рекомендации и инструкции
- ✓ Подготовим пошаговое руководство для решения проблемы

Программа может быть реализована в различных вариантах:

- вебинар;
- семинар / лекция;
- мастер-класс;
- стратсессия;
- круглый стол, мозговой штурм;
- диагностическая / консультационная сессия;
- деловая игра.

Форматы:

онлайн, оффлайн, гибрид.

Длительность:

от 1 часа до 2 дней.

При необходимости мы можем собрать комбинацию из нескольких удобных вам вариантов обучения.

Интересуюсь



Андрей Титенко

Заместитель директора практики
интегрированного маркетинга

titenko@techart.ru

Релевантные услуги «Текарт»:

- [Автоматизация маркетинговой отчетности](#)
- [Визуализация данных](#)
- [Внедрение BI-систем](#)
- [Аудит маркетинговых данных](#)
- [Сквозная аналитика](#)
- [Интеграция маркетинговых сервисов](#)

+7 495 790 75 91

Маркетинговая группа «Текарт»
techart.ru

Интегрированный маркетинг и PR
promo.techart.ru

IT-решения и веб-разработка
web.techart.ru

Дизайн-бюро
design.techart.ru

Креативное агентство
creative.techart.ru

Фотоагентство
photo.techart.ru

Аналитика и бизнес-планирование
research.techart.ru

Работа в «Текарт»
hr.techart.ru

Образовательная программа
edu.techart.ru



[TechartPulse](#)

Рабочий пульс: проекты,
кейсы, публикации



[Techart_ru](#)

Системное развитие
бизнеса



[Edu_Techart](#)

Непрерывное образование
для директоров по маркетингу