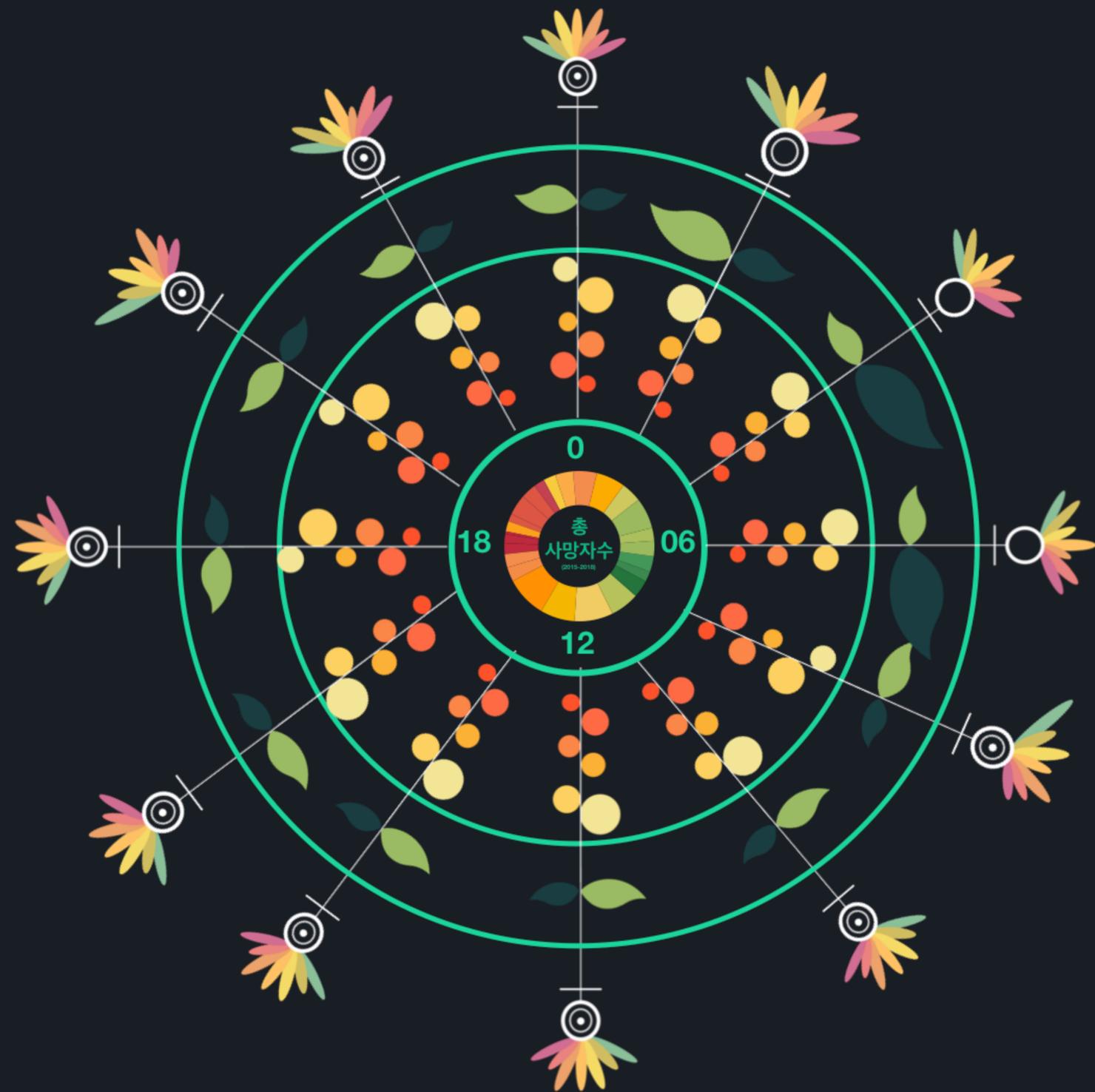


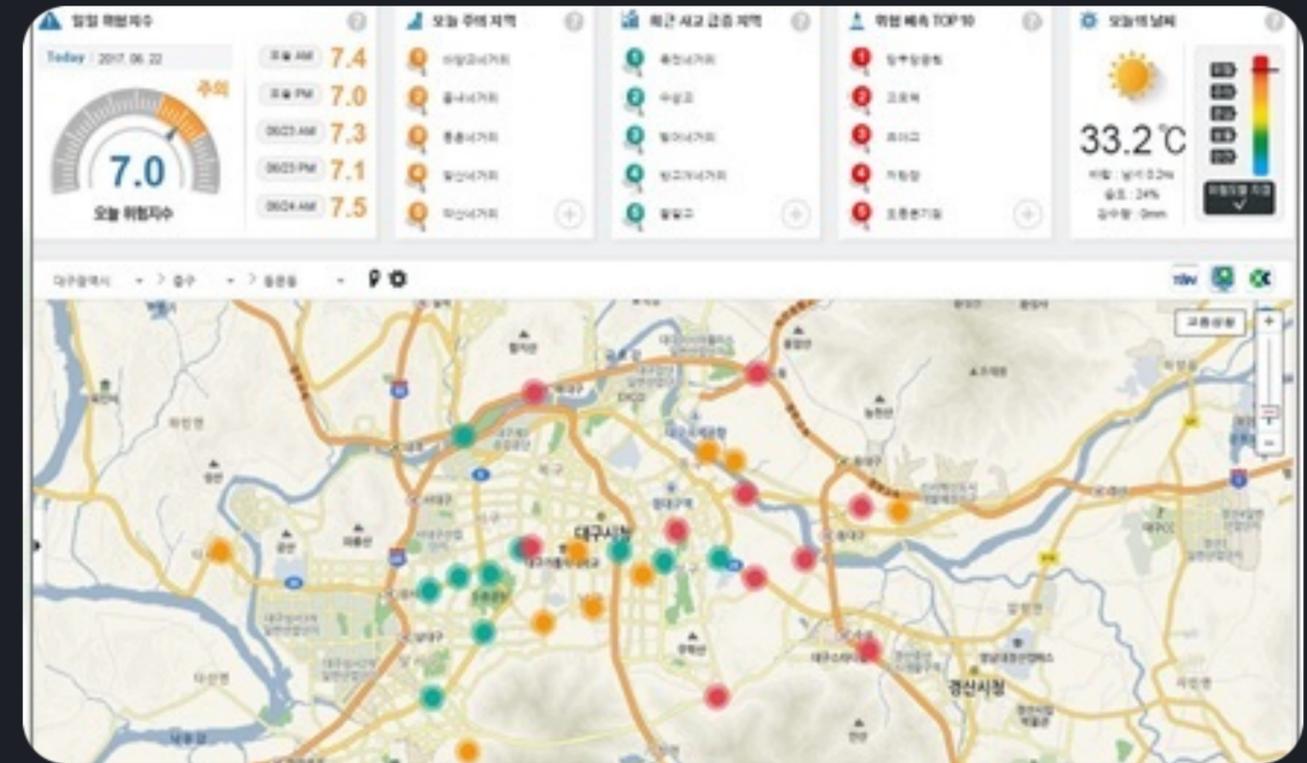
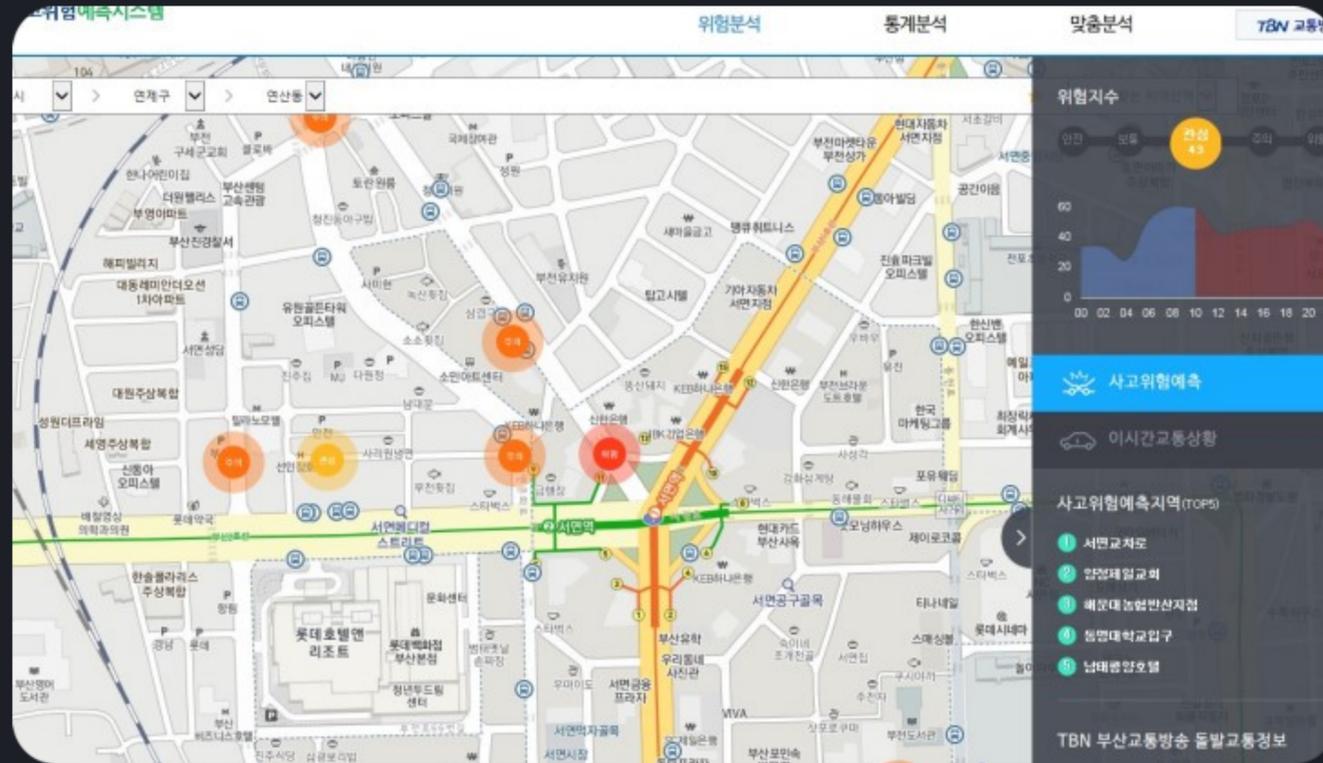
꽃의 구조

시각적 메타포





한국 교통사고 사망률
OECD 6위



지리정보에 국한된 시각화

금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)



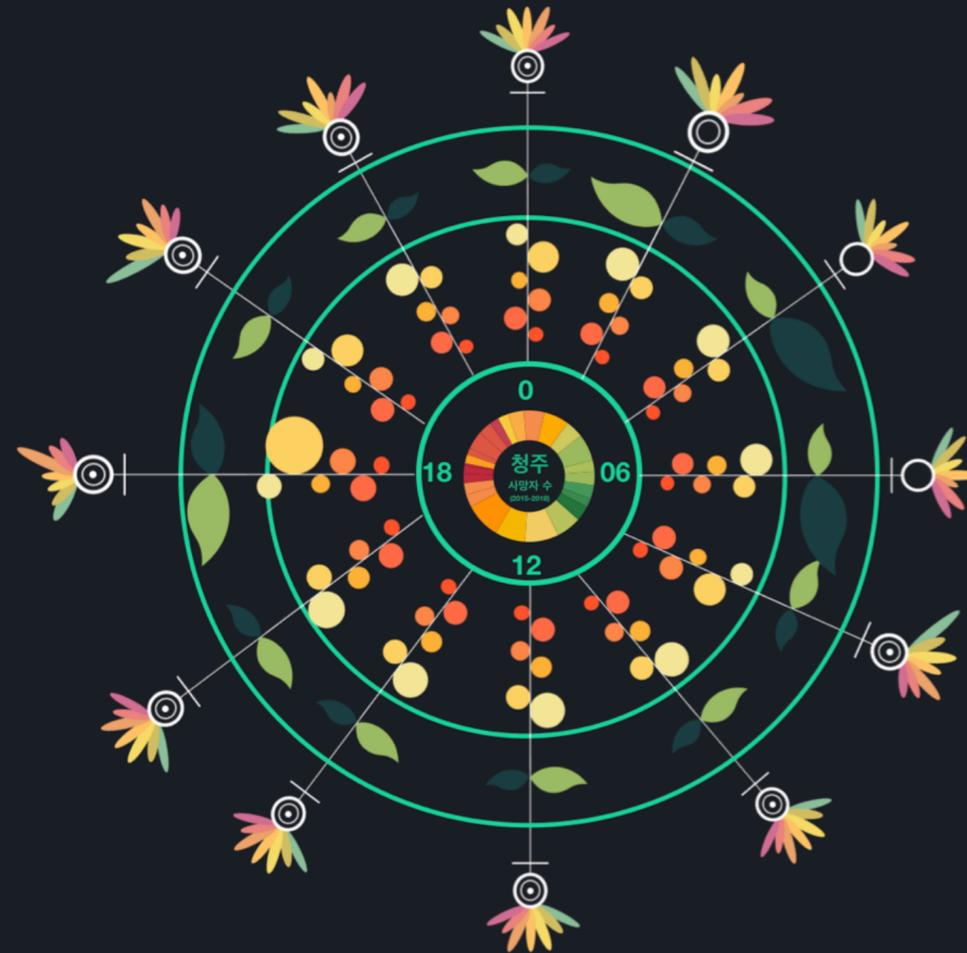
교통사고 총 사망자 수

요일 : * | 시간대 : * | 지역 : 청주시



2018 월별 총 사망자 추이

사고발생지역 현황



사고유형

피해자	가해자	수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

지리정보 기반

시간대별 교통사고 데이터 시각화

기준 데이터셋

시군구별 월별 교통사고 사상자 수

관련 데이터셋

시간

요일별

시간대별

사고세부정보

피해자 유형

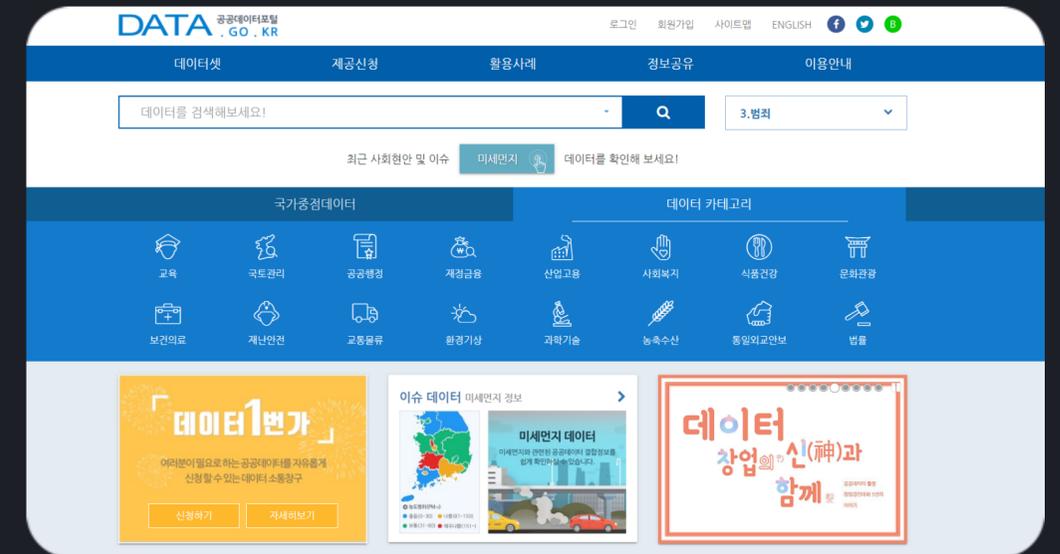
연령대

0 1 도로교통공단_시군구별 월별 교통사고

0 2 도로교통공단_요일별_시간대별 교통사고

0 3 도로교통공단_가해운전자 특성별

0 4 도로교통공단_사상자_연령층별



data.go.kr

01 도로교통공단_시군구별 월별 교통사고

시도	시군구	월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10	11월	12월
서울시	종로구	사고건수	110	118	126	121	121	109	112	106	122	114	123	92
		사망자수	1	1	1	2	0	0	2	1	1	1	1	1
		부상자수	154	177	186	189	179	152	153	181	168	155	167	133
서울시	중구	사고건수	83	127	126	118	116	122	144	129	132	121	123	117
		사망자수	3	1	0	1	0	2	1	0	2	0	2	0
		부상자수	140	175	175	149	157	163	194	183	189	149	180	164

02 시군구 + 시간 요일 / 사고 유형 / 피해자 연령대

청주시

시도	시군구	발생월	시간	요일	분류	사고건수	사망자수	부상자수	10대	20대	30대	40대	50대	60대
충북	청주시	2015.1	18시	월	보행자	15	3	12	2	7	3	1	0	1
충북	청주시	2015.1	18시	월	자동차	20	3	4	1	4	1	1	1	0
충북	청주시	2015.1	18시	화	보행자	10	4	17	2	13	1	1	1	3
충북	청주시	2015.1	18시	화	자동차	15	3	10	2	3	4	1	1	2
충북	청주시	2015.1	18시	수	보행자	14	5	10	3	5	2	3	1	1
충북	청주시	2015.1	18시	수	자동차	16	2	14	3	3	2	2	2	2
충북	청주시	2015.1	18시	목	보행자	13	1	7	3	1	1	2	0	2
충북	청주시	2015.1	18시	목	자동차	12	2	10	3	5	2	2	0	0
충북	청주시	2015.1	18시	금	보행자	34	7	27	2	20	2	2	3	4
충북	청주시	2015.1	18시	금	자동차	53	5	48	5	30	5	7	8	3
충북	청주시	2015.1	18시	토	보행자	13	1	7	3	1	1	2	0	2
충북	청주시	2015.1	18시	토	자동차	12	2	10	3	5	2	2	0	0
충북	청주시	2015.1	18시	일	보행자	13	1	7	3	1	1	2	0	2
충북	청주시	2015.1	18시	일	자동차	12	2	10	3	5	2	2	0	0
합계						252	41	193	38	103	29	30	17	22

시각적 메타포 : 꽃의 속성

꽃

꽃잎 길이 : 요일별 교통사고 사망자 수

암술 원 개수 : 총 사망자 수

(사망자수 10명당 원 1개)

꽃받침 길이 : 부상자 수

(길이 길수록 부상자수 많음)

잎

잎사귀의 방향 = 사고 유형 분류

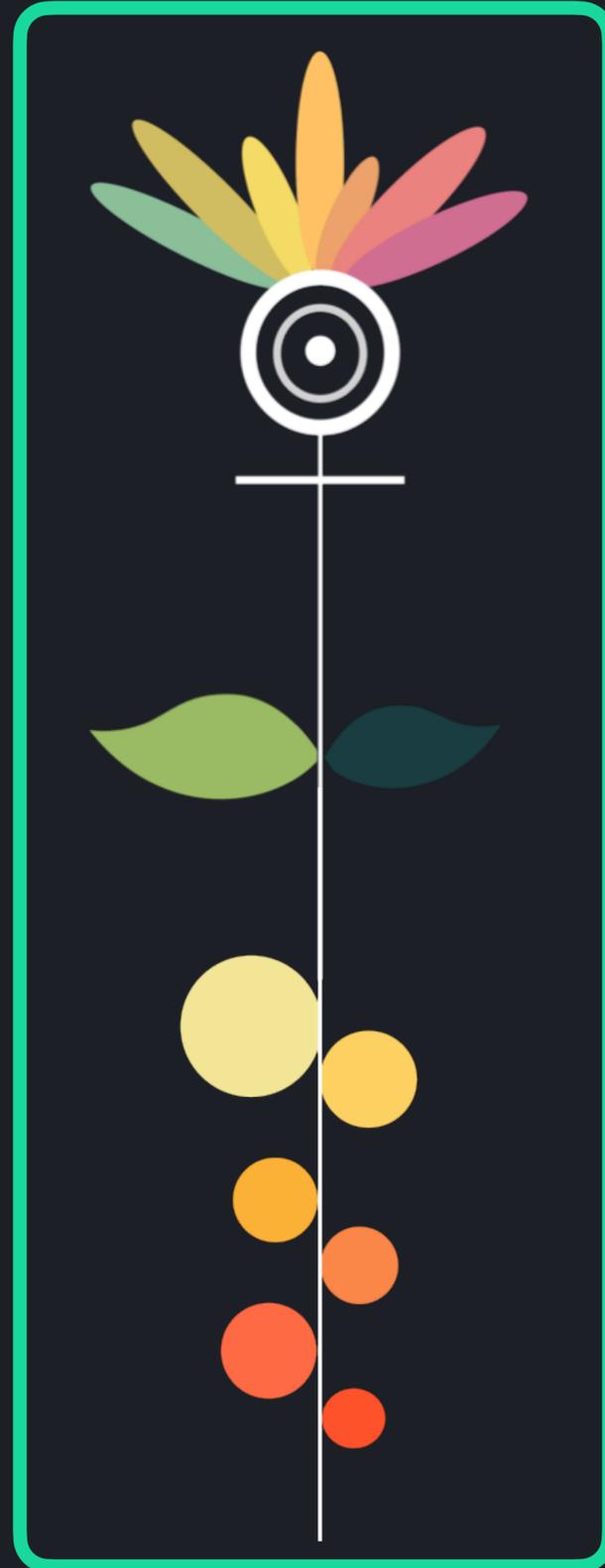
(왼쪽 - 보행자사고, 오른쪽 - 차량사고)

잎사귀의 길이 = 사고 수

뿌리

뿌리 색깔 : 사상자 연령층 (10-60)

뿌리 크기 : 사상자 수



시각적 메타포 해석



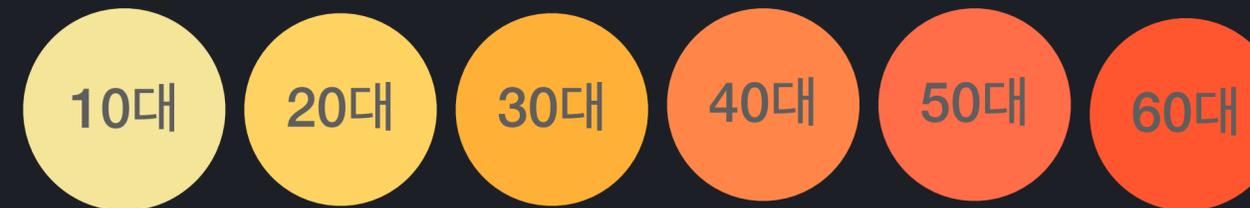
10명 이하

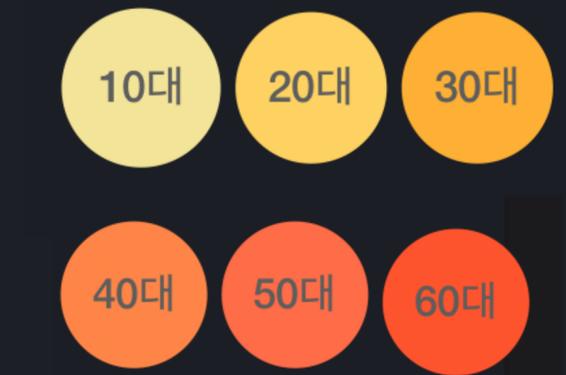
10명 이상
30명 이하

40명 이상

보행자사고

차량사고

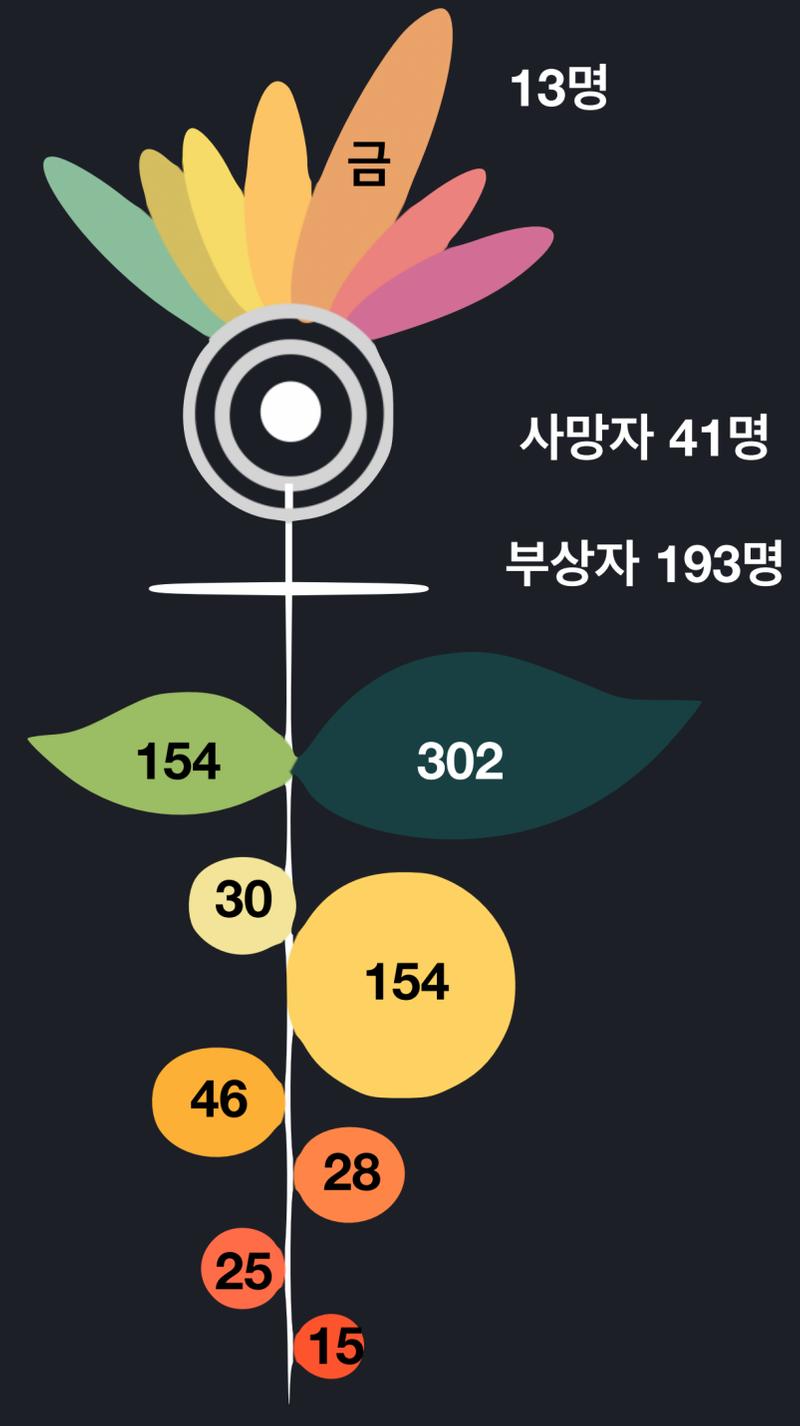




용산구



청주시



금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

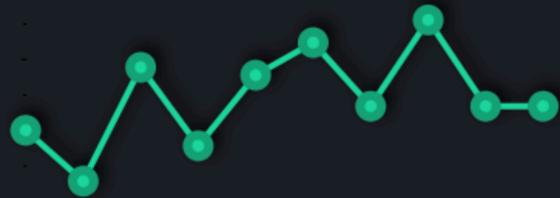
2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)



교통사고 총 사망자 수

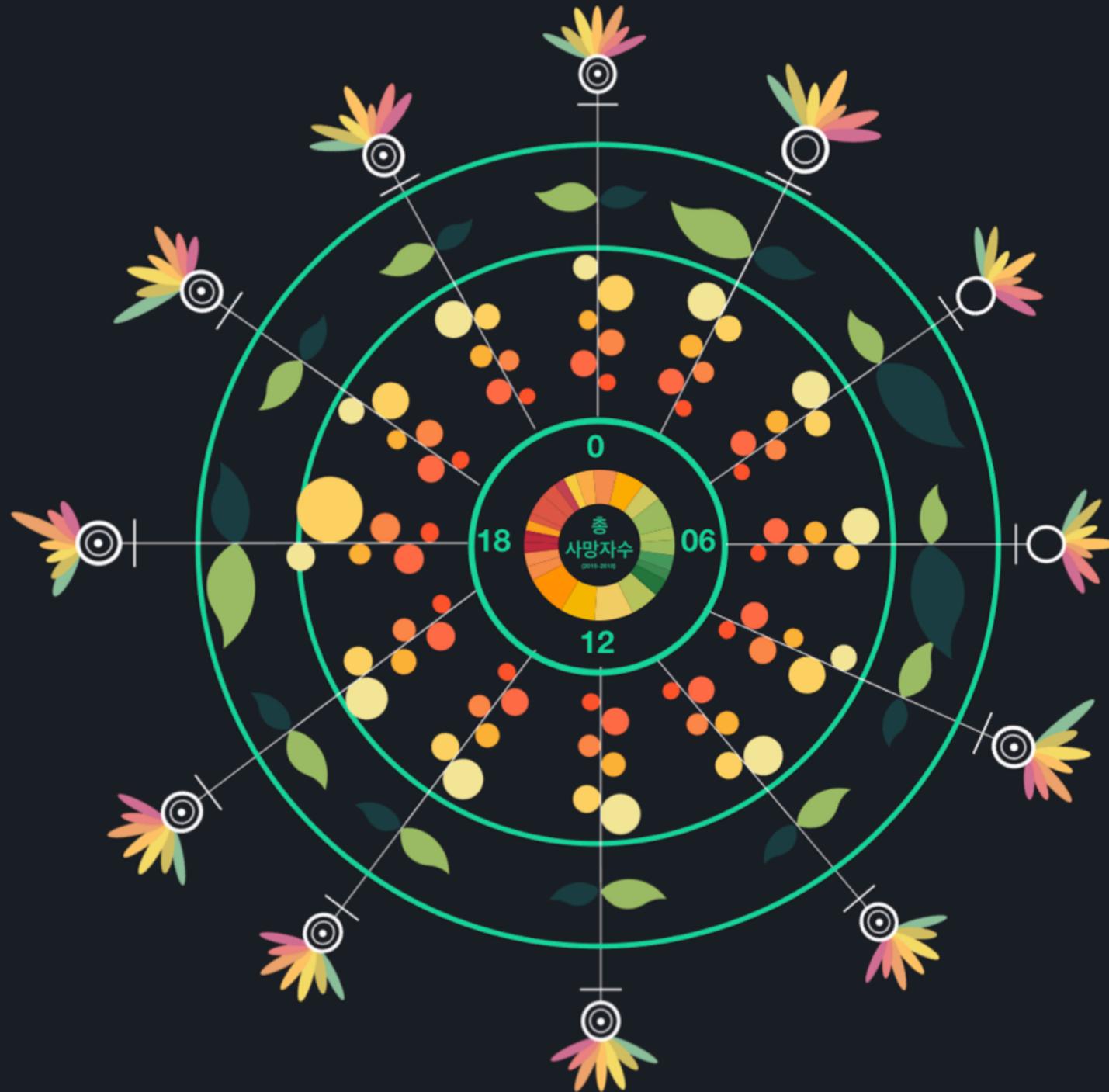
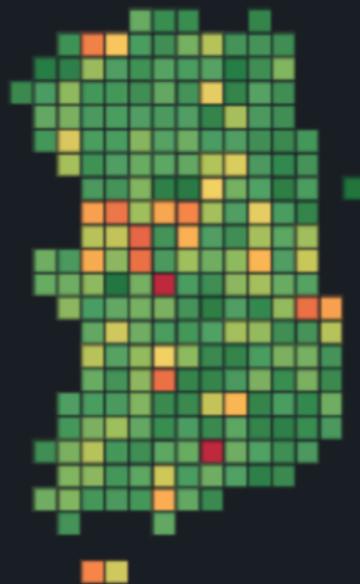
요일 : 금 | 시간대 : 오후 6시 | 지역 : 용산구

42



2018 월별 총 사망자 추이

사고발생지역 현황



사고유형

피해자	가해자	수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

총 3개의 동심원으로
꽃 / 잎 / 뿌리 / 도넛 차트를 구분



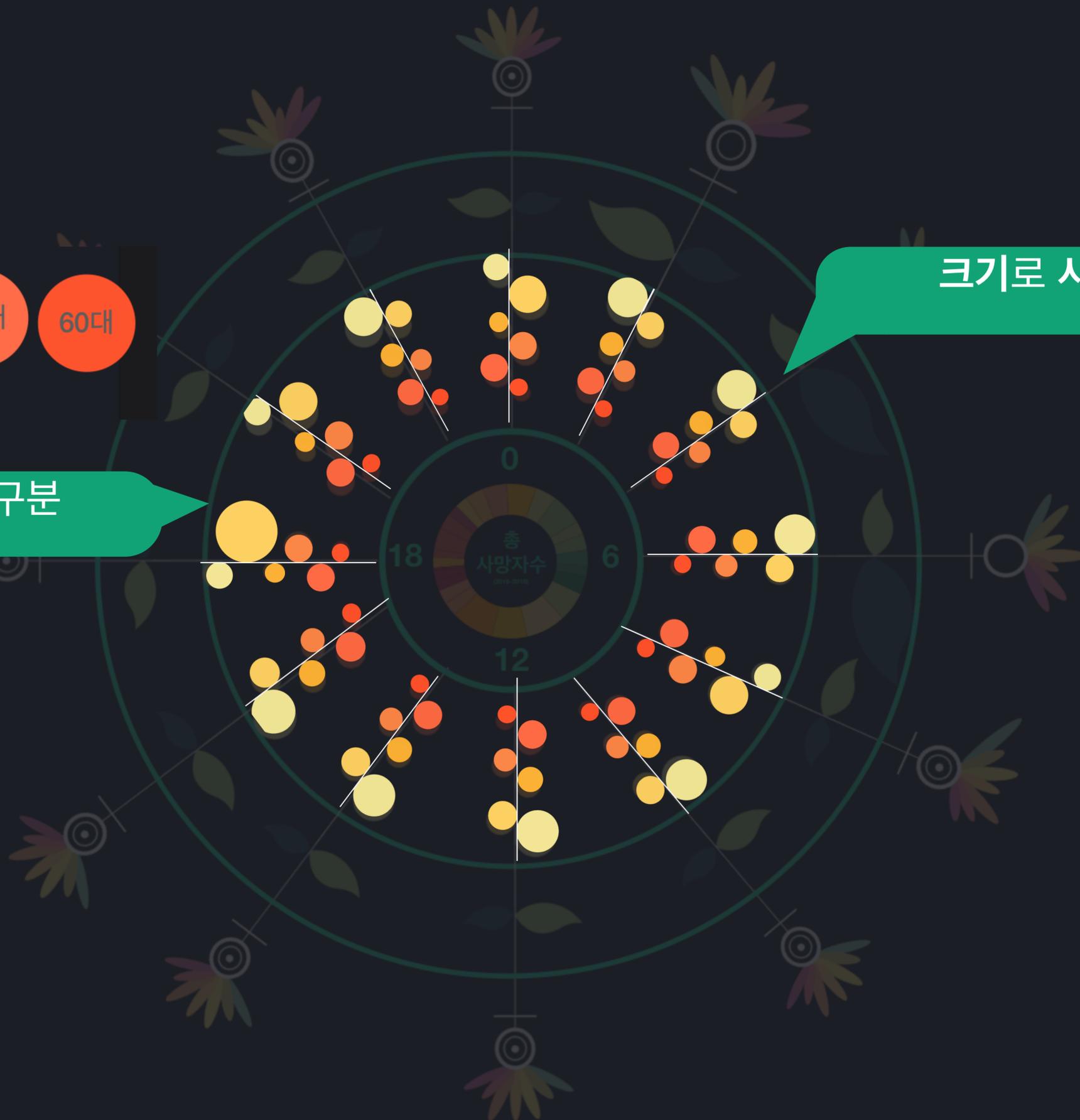
시간대별 총 사망자수를 도넛 차트로 표현
사망자가 많을수록 붉은색
마우스 오버 시 해당 시간대 사망자수 데이터 표현

메타포 배치 - 뿌리



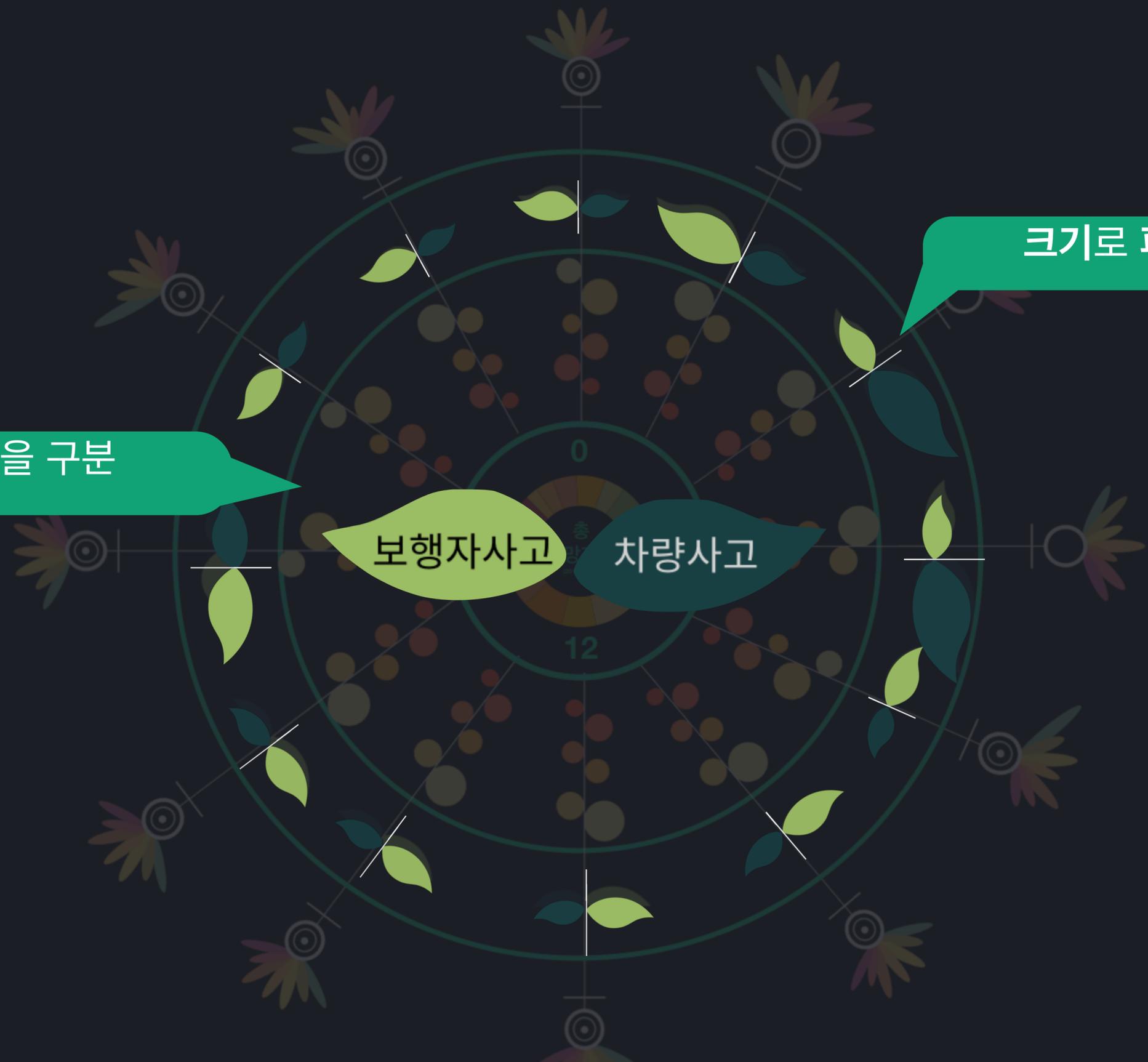
색깔로 사상자의 연령대를 구분

크기로 사상자의 수를 표현



색깔로 피해자의 유형을 구분

크기로 피해자의 수를 표현



보행자사고

차량사고

0

12

총합

색깔로 교통사고 발생 요일 구분

- 월
- 화
- 수
- 목
- 금
- 토
- 일

원의 갯수로 사상자의 수를 표현



금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

교통사고 총 사망자 수

요일 : 금 | 시간대 : 오후 6시 | 지역 : 용산구

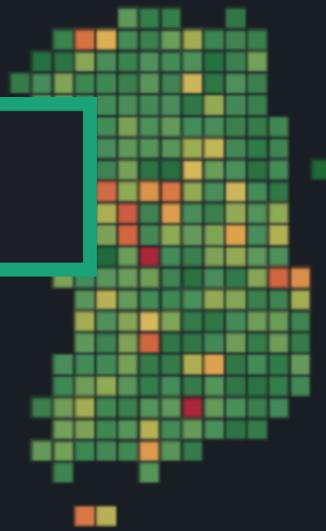
42



2018 월별 총 사망자 추이

교통사고 총 사망자 수 를
연도 , 요일, 시간 , 지역 선택에 따라 시계열 그래프로 표현

사고발생지역 현황



용산구
사망자수 108명

사망자의 수가 많을수록 **붉은 색깔**로 표현
특정 지역에 마우스 오버시 해당 지역 사망자 수 표현
클릭 시 **지역**에 맞춰 시계열 그래프, 데이터 테이블 바뀜

사고유형

가해자	가해자	
승용차	승용차	22
화물차	화물차	18
자전거	승용차	8
자동차	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

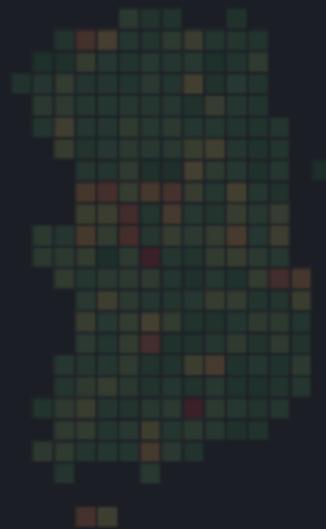
교통사고 총 사망자 수

요일 : 금 | 시간대 : 오후 6시 | 지역 : 용산구

42



사고발생지역 현황



피해자 유형을 보행자와 자동차로 나눠
사고 수 정보 전달

사고유형

피해자	가해자	수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자의 연령대를 색깔로 구분
사상자 수를 크기로 표현

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)	표현
10대	3	●
20대	19	●
30대	6	●
40대	8	●
50대	2	●
60대	4	●



금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

교통사고 총 사망자 수

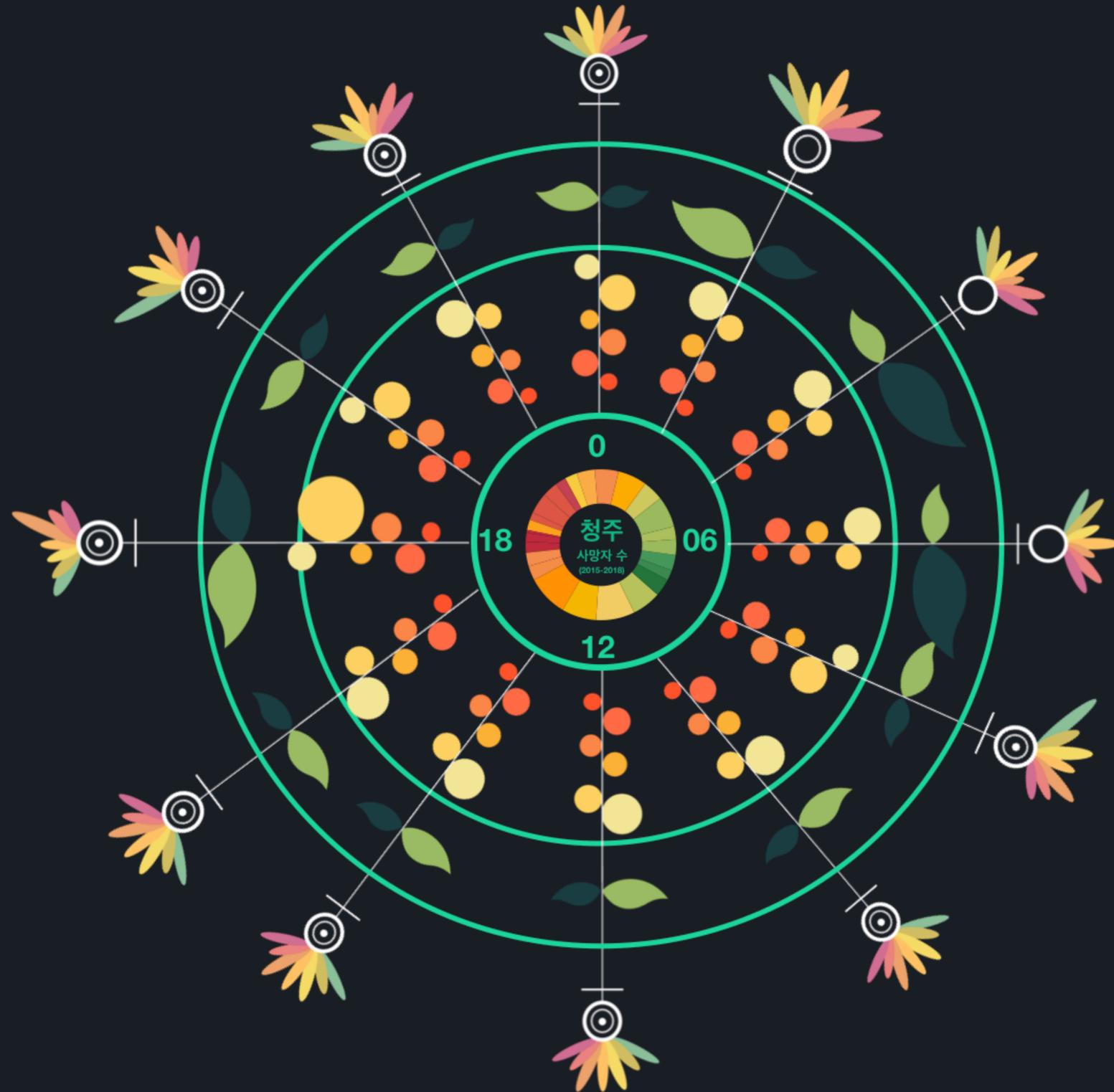
요일 : * | 시간대 : * | 지역 : 청주시

220



2018 월별 총 사망자 추이

사고발생지역 현황



사고유형

피해자	가해자	
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)	
10대	3	●
20대	19	●
30대	6	●
40대	8	●
50대	2	●
60대	4	●



교통사고가 많이 발생하는 지역의
교통환경을 개선해야겠다!

금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

교통사고 총 사망자 수

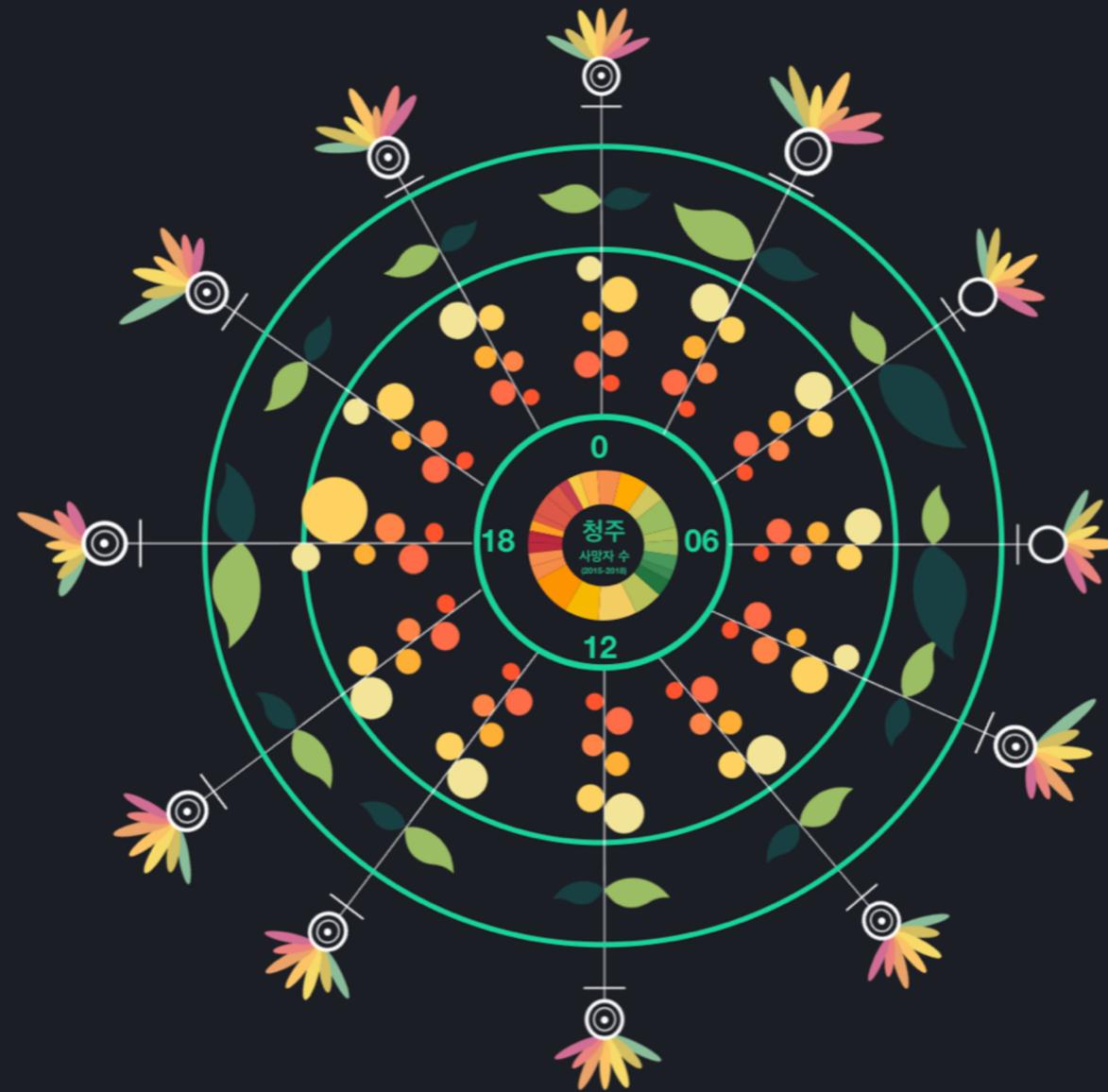
요일 : * | 시간대 : * | 지역 : 청주시

220



2018 월별 총 사망자 추이

사고발생지역 현황



사고유형

피해자	가해자	수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

교통사고 총 사망자 수

요일 : 금 | 시간대 : 오후 6시 | 지역 : 용산구

42



사고발생지역 현황



1. 교통사고 다발지역 확인

1위 충북 청주시

2위 경남 창원시

사고유형

피해자	가해자	수
승용차	승용차	22
승용차	승용차	18
승용차	승용차	8
승용차	승용차	6

연령

연령	사상자 수 (명)
30대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

2. 사망자 수 그래프 확인

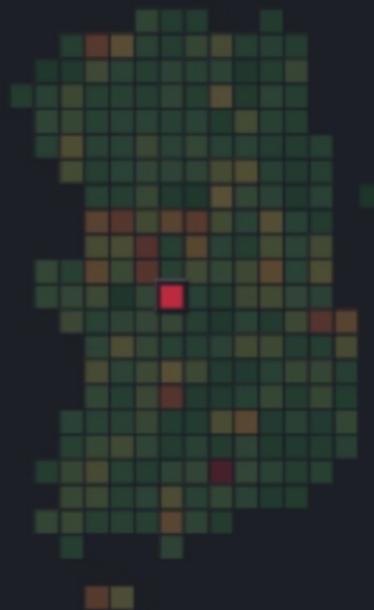
겨울에 많이 발생하는구나

교통사고 총 사망자 수

요일: * | 시간대: * | 지역: 청주시



사고발생지역 현황



충북 청주시의 2018년 월별 사망자 수
12월이 220명으로 가장 많음

사고유형

피해자	가해자	사망자 수 (명)
승용차	승용차	22
화물차	화물차	18
승용차	승용차	8
화물차	화물차	6

사망자 연령

연령대	사망자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4

3. 발생 시간대 확인

오후 18시에 집중 단속해야겠다

충북 청주시는 오후 18시에 총 사망자수가 가장 많음



사고유형

피해자	가해자	수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자동차	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2



교통사고가 많이 발생하는 지역의
교통환경을 개선해야겠다!

4. 오후 18시 교통사고 세부정보 확인

꽃

금요일에 사망자수 가장 많음
오후 18시 총 사망자 수 40명 이상
총 사상자 수 100명

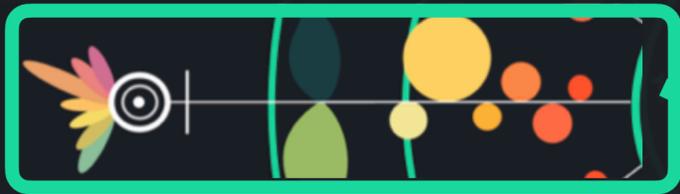
잎

보행자 사고 > 자동차 사고

뿌리

10대 : 3명
20대 : 39명
30대 : 6명
40대 : 8명
50대 : 2명
60대 : 4명

금요일 오후 18시
보행자가 많은 횡단보도 사거리
20대가 많은 술집 주변 단속



금요일 오후 6시, 20대 조심하세요

2015-2018 교통사고 정보 (사고일시, 사고유형 등)

교통사고 총 사망자 수

요일 : 금 | 시간대 : 오후 6시 | 지역 : 용산구

42



사고발생지역 현황



시간대별 사고 원인 파악 후 개선

교통사고 다발 지역의 월별 사망자 추이를 시간대별로 분석

사고유형

피해자	기해자	사망자 수
보행자	승용차	22
	화물차	18
자전거	승용차	8
	화물차	6

사상자 연령

연령	사상자 수 (명)
10대	3
20대	19
30대	6
40대	8
50대	2
60대	4



Federica Fragapane

Award Winning Information Designer

<https://www.instagram.com/federicafraga...>

Turin, Italy

팔로우

메시지

프로젝트 보기

1,032,239

평가

46,790

팔로워

22,697

팔로잉

165

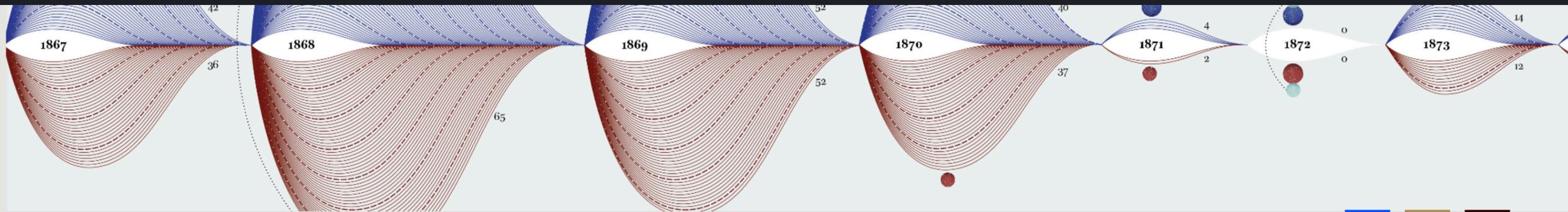
Twitter

Instagram

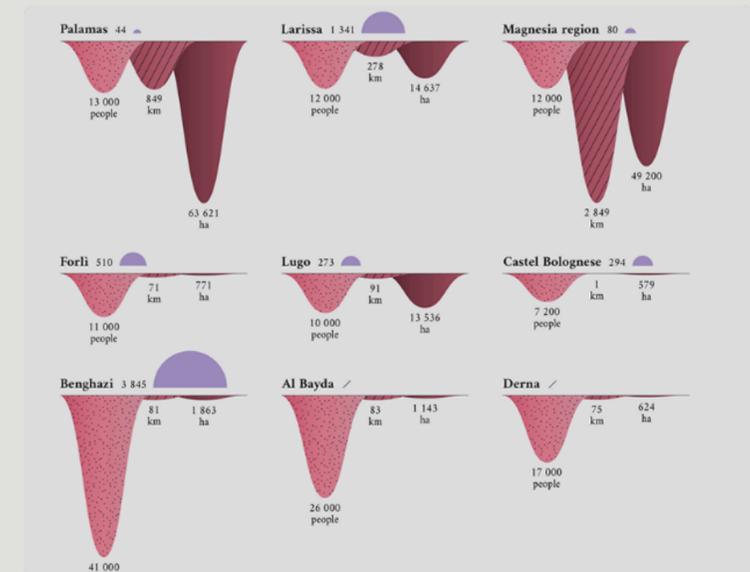
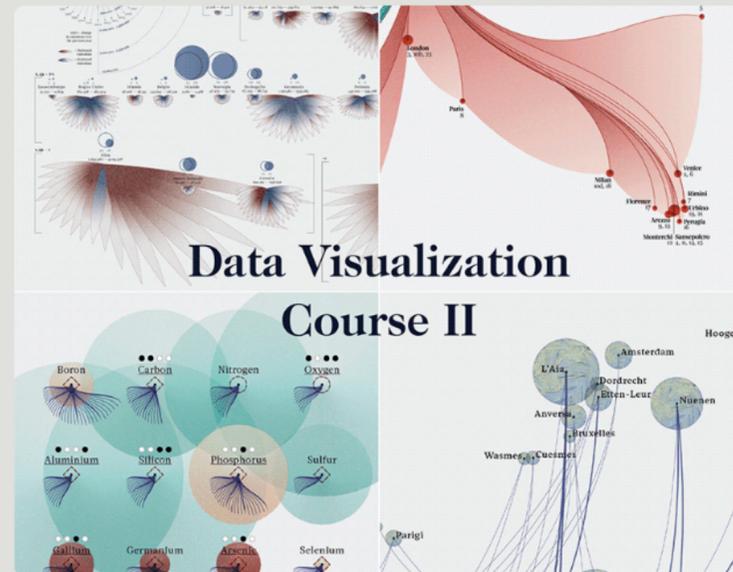
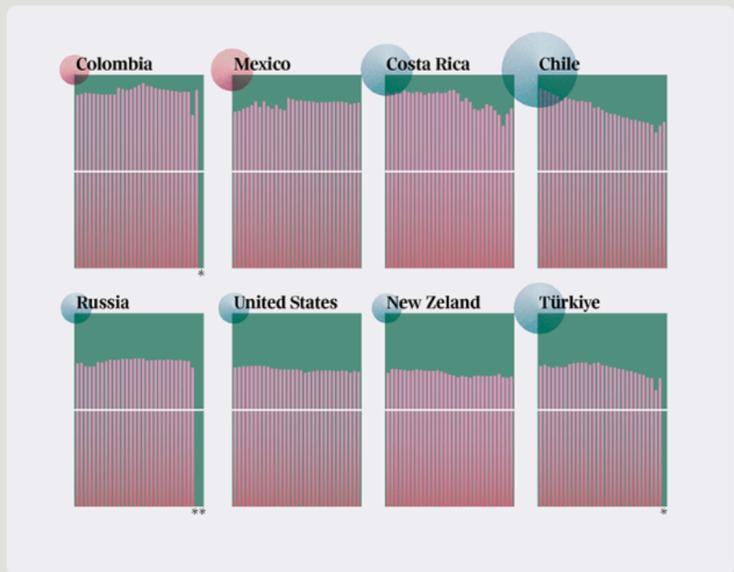
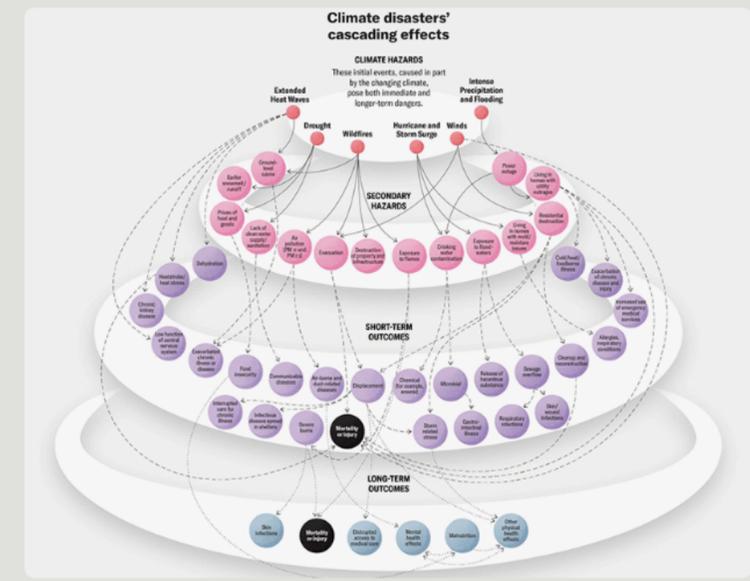
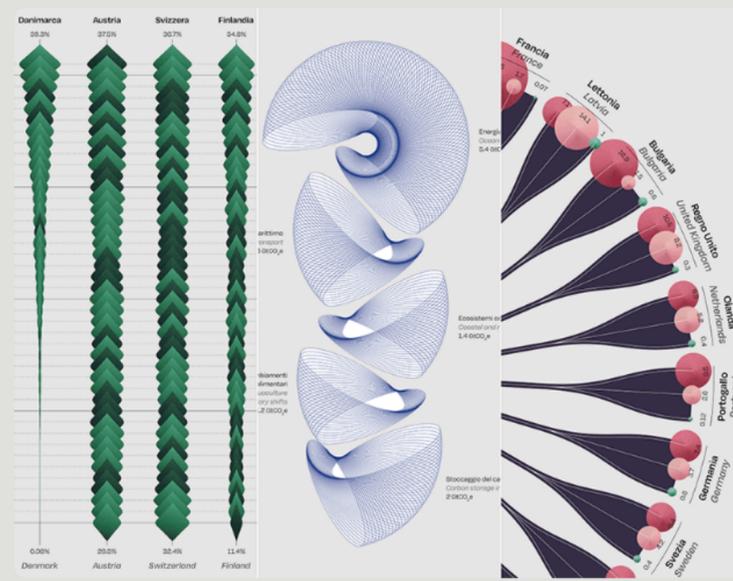
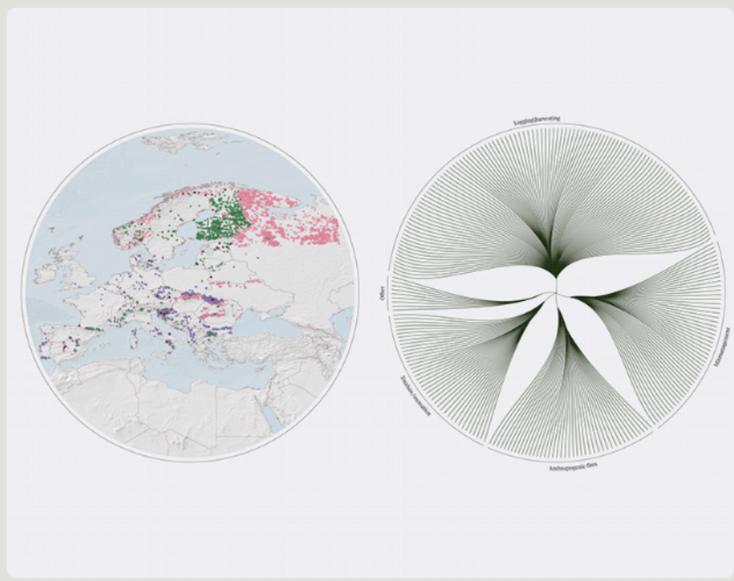
근무 경력

Data visualization designer

Google — CA, USA



작업 무드보드 평가



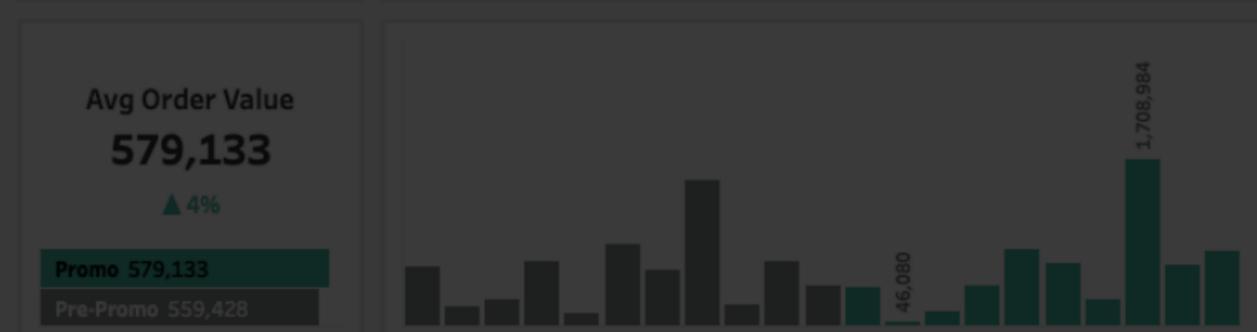
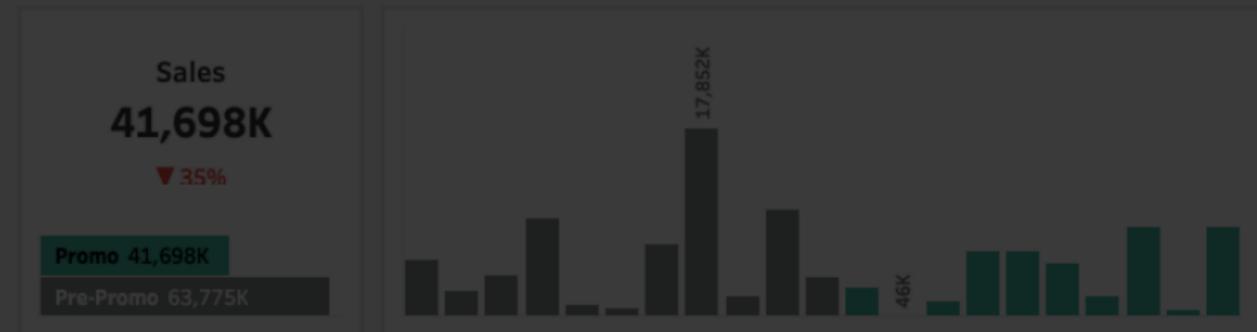
Promotion Analysis Dashboard

Click on the Year & Promotion Name to filter.

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 블랙프라이데이
- 상반기프로모션
- 여름학기세일
- 연말프로모션
- 추석프로모션

1 Promotion Effectiveness

Pre-Promo Period vs Promo Period



Coupon Usage in 2022



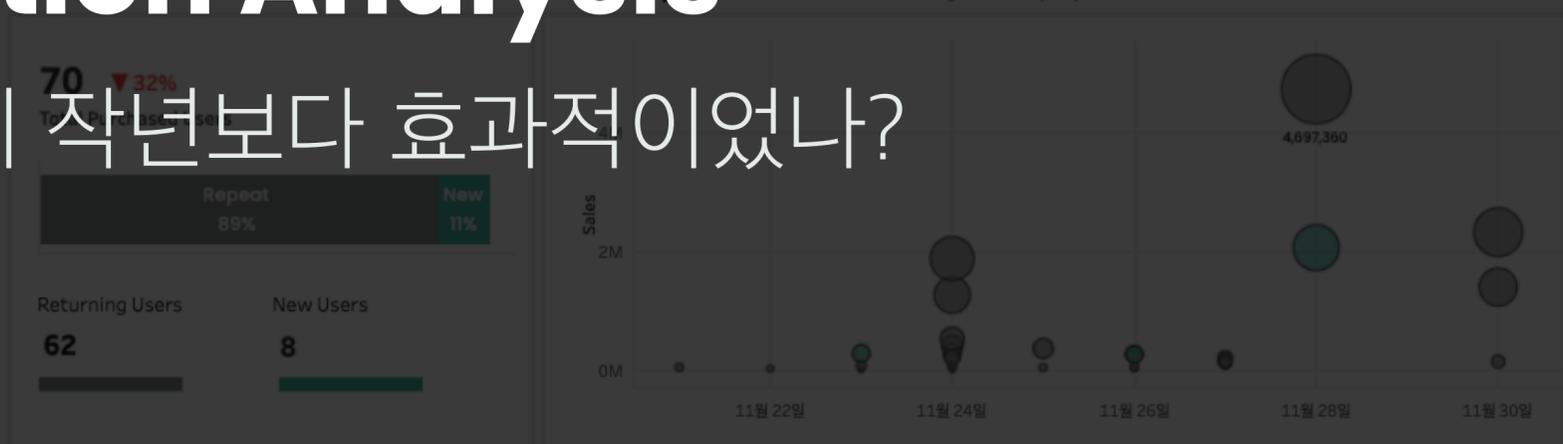
2 Drill-down Analysis by Sub-Category / Item

Click on the Sub-Category to filter. * To view the table at the item level, click on the + button located above the Sub-Category.

Sub-Category	Sales	Sales Diff %	Quantity	Qty Diff %	ARPPU	ARPPU Diff %	AOV	AOV Diff %
Accessories	1,393,180	▼56%	47	▼39%	199,026	▲8%	199,026	▲8%
Appliances	1,455,480	▼75%	29	▼9%	207,926	▼72%	207,926	▼72%
Art	348,420	▼65%	52	▼38%	26,802	▼57%	26,802	▼54%
Binders	2,252,610	▼57%	71	▼50%	140,788	▼24%	140,788	▼24%
Bookcases	3,019,280	▲224%	10	▲43%	1,006,427	▲224%	1,006,427	▲224%
Chairs	7,894,990	▼4%	29	▼12%	1,127,856	▲50%	1,127,856	▲50%
Envelopes	341,600	▲164%	11	▼15%	113,867	▲252%	113,867	▲252%

3 User Analysis

Repeat vs New Users. Circle size: Avg. revenue per paid user



User List

Customer ID	new or repeat	Order Date	Sub-Category	Product Name	Sales	Quantity	평균 Unitprice
AH-10075	Repeat	2022. 11. 26.	Art	Newell 347	16,500	3	5,500
AH-10210	Repeat	2022. 11. 23.	Phones	Panasonic KX TS208W Corded phone	254,400	5	63,600
BD-11320	Repeat	2022. 11. 27.	Binders	Premium Transparent Presentatio.	152,320	7	27,200
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Furnishings	Eidon 200 Class Desk Accessories	19,440	3	8,100
			Bookcases	Sauder Forest Hills Library, Woodla	1,660,560	3	651,200
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Storage	Sterilite Officeware Hinged File Bo	13,600	1	13,600
			Appliances	Acco Six-Outlet Power Strip, 4' Cor.	8,960	1	11,200
BF-11005	Repeat	2022. 11. 21.	Appliances	Acco Six-Outlet Power Strip, 4' Cor.	8,960	1	11,200

Promotion Analysis
올해 프로모션이 작년보다 효과적이었나?

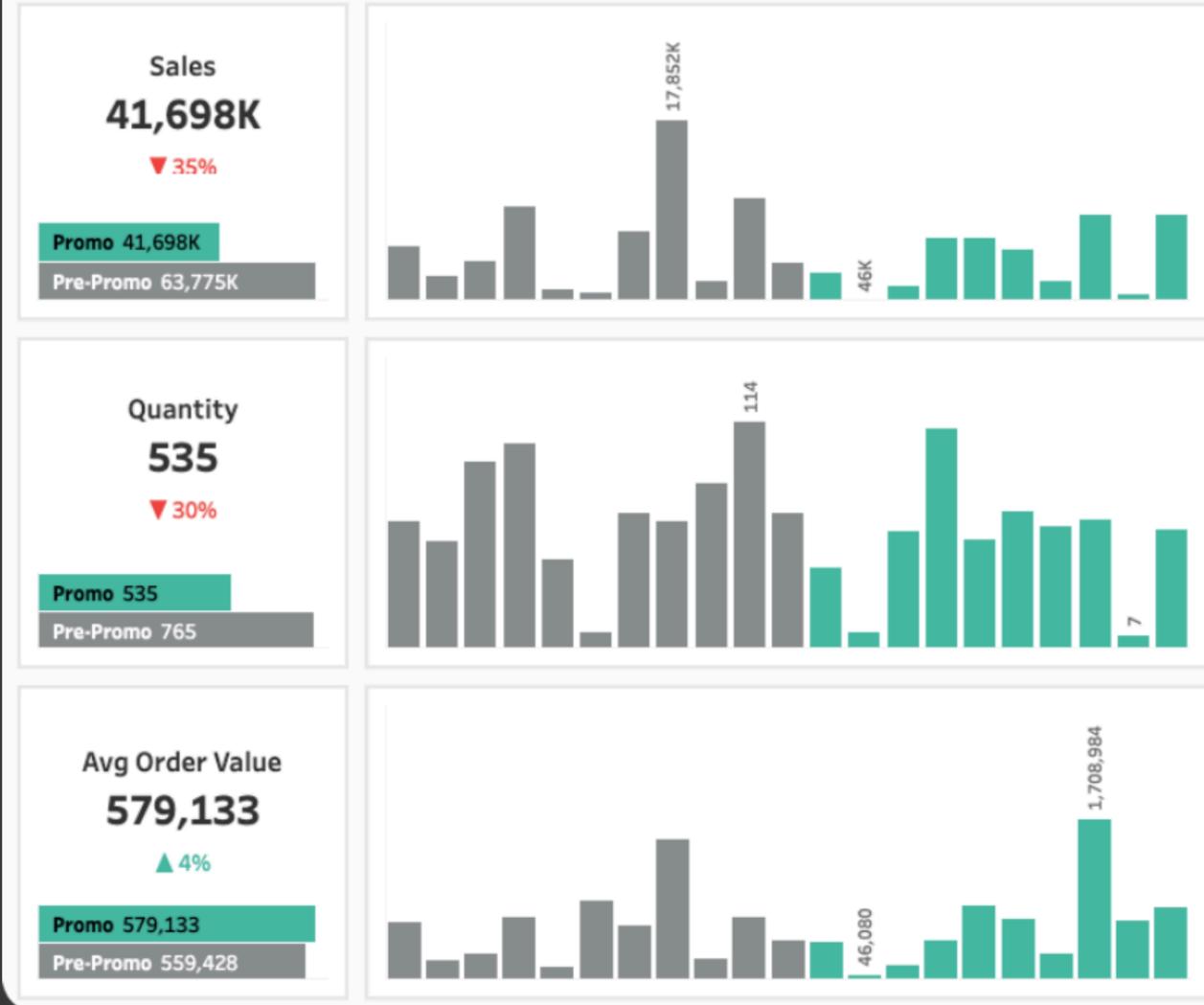
Promotion Analysis Dashboard

Click on the Year & Promotion Name to filter.

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 블랙프라이데이
- 상반기프로모션
- 여름학기세일
- 연말프로모션
- 추석프로모션

1 Promotion Effectiveness

Pre-Promo Period vs Promo Period



Coupon Usage in 2022



2 Drill-down Analysis by Sub-Category / Item

Click on the Sub-Category to filter. * To view the table at the item level, click on the + button located above the Sub-Category.

Sub-Category	Sales	Sales Diff %	Quantity	Qty Diff %	ARPPU	ARPPU Diff %	AOV	AOV Diff %
Accessories	1,393,180	▼ 56%	47	▼ 39%	199,026	▲ 8%	199,026	▲ 8%
Appliances	1,455,480	▼ 75%	29	▼ 9%	207,926	▼ 72%	207,926	▼ 72%
Art	348,420	▼ 65%	52	▼ 38%	26,802	▼ 57%	26,802	▼ 54%
Binders	2,252,610	▼ 57%	71	▼ 50%	140,788	▼ 24%	140,788	▼ 24%
Bookcases	3,019,280	▲ 224%	10	▲ 43%	1,006,427	▲ 224%	1,006,427	▲ 224%
Chairs	7,894,990	▼ 4%	29	▼ 12%	1,127,856	▲ 50%	1,127,856	▲ 50%
Envelopes	41,110	▼ 8%	1	▼ 15%	113,867	▲ 252%	113,867	▲ 252%

프로모션으로

3 User Analysis



User List

Customer ID	new or repeat	Order Date	Sub-Category	Product Name	Sales	Quantity	평균 Unitprice
AH-10075	Repeat	2022. 11. 26.	Art	Newell 347	16,500	3	5,500
AH-10210	Repeat	2022. 11. 23.	Phones	Panasonic KX TS208W Corded phone	254,400	5	63,600
BD-11320	Repeat	2022. 11. 27.	Binders	Premium Transparent Presentatio.	152,320	7	27,200
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Furnishings	Eidon 200 Class Desk Accessories	19,440	3	8,100
			Bookcases	Sauder Forest Hills Library, Woodla	1,660,560	3	651,200
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Storage	Sterilite Officeware Hinged File Bo	13,600	1	13,600
			Appliances	Acco Six-Outlet Power Strip, 4' Cor.	8,960	1	11,200

매출이 늘었는가?

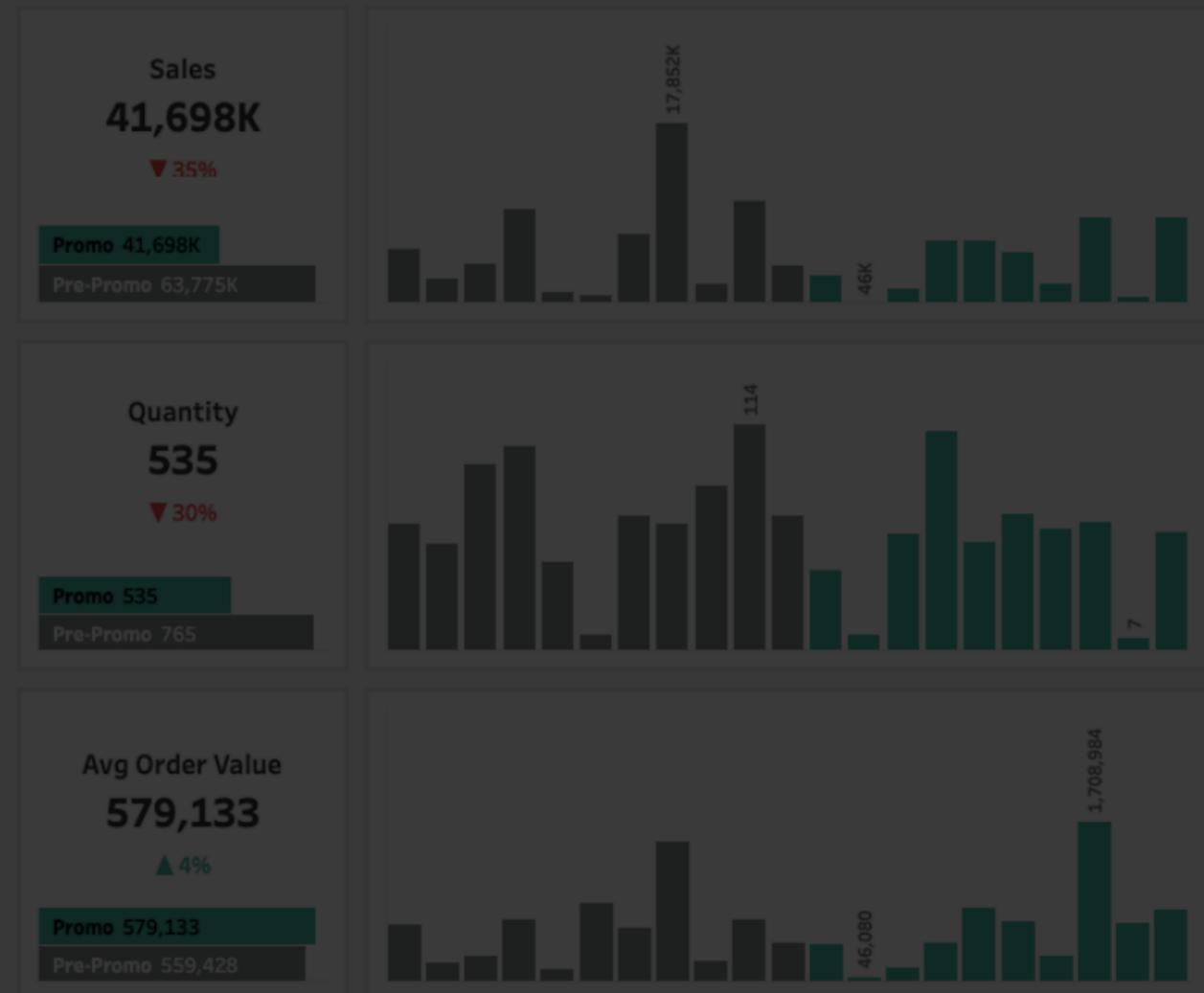
Promotion Analysis Dashboard

Click on the Year & Promotion Name to filter.

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 블랙프라이데이
- 상반기프로모션
- 여름학기세일
- 연말프로모션
- 추석프로모션

1 Promotion Effectiveness

Pre-Promo Period vs Promo Period



Coupon Usage in 2022



2 Drill-down Analysis by Sub-Category / Item

Click on the Sub-Category to filter. * To view the table at the Item level, click on the + button located above the Sub-Category.

Sub-Category	Sales	Sales Diff %	Quantity	Qty Diff %	ARPPU	ARPPU Diff %	AOV	AOV Diff %
Accessories	1,393,180	▼ 56%	47	▼ 39%	199,026	▲ 8%	199,026	▲ 8%
Appliances	1,455,480	▼ 75%	29	▼ 9%	207,926	▼ 72%	207,926	▼ 72%
Art	348,420	▼ 65%	52	▼ 38%	26,802	▼ 57%	26,802	▼ 54%
Binders	2,252,610	▼ 57%	71	▼ 50%	140,788	▼ 24%	140,788	▼ 24%
Bookcases	3,019,280	▲ 224%	10	▲ 43%	1,006,427	▲ 224%	1,006,427	▲ 224%
Chairs	7,894,990	▼ 4%	29	▼ 12%	1,127,856	▲ 50%	1,127,856	▲ 50%
Envelopes	341,600	▲ 164%	11	▼ 15%	113,867	▲ 252%	113,867	▲ 252%

3 User Analysis

User Segment



User List

Customer ID	new or repeat	Order Date	Sub-Category	Product Name	Sales	Quantity	평균 Unitprice
AH-10075	Repeat	2022. 11. 26.	Art	Newell 347	16,500	3	5,500
AH-10210	Repeat	2022. 11. 23.	Phones	Panasonic KX TS208W Corded phone	254,400	5	63,600
BD-11320	Repeat	2022. 11. 27.	Binders	Premium Transparent Presentatio.	152,320	7	27,200
			Furnishings	Eidon 200 Class Desk Accessories	19,440	3	8,100
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Bookcases	Sauder Forest Hills Library, Woodla	1,660,560	3	651,200
			Storage	Sterilite Officeware Hinged File Bo	13,600	1	13,600
BF-11005	Repeat	2022. 11. 21.	Appliances	Acco Six-Outlet Power Strip, 4' Cor.	8,960	1	11,200

어떤 제품이 매출 상승에 기여했는가?

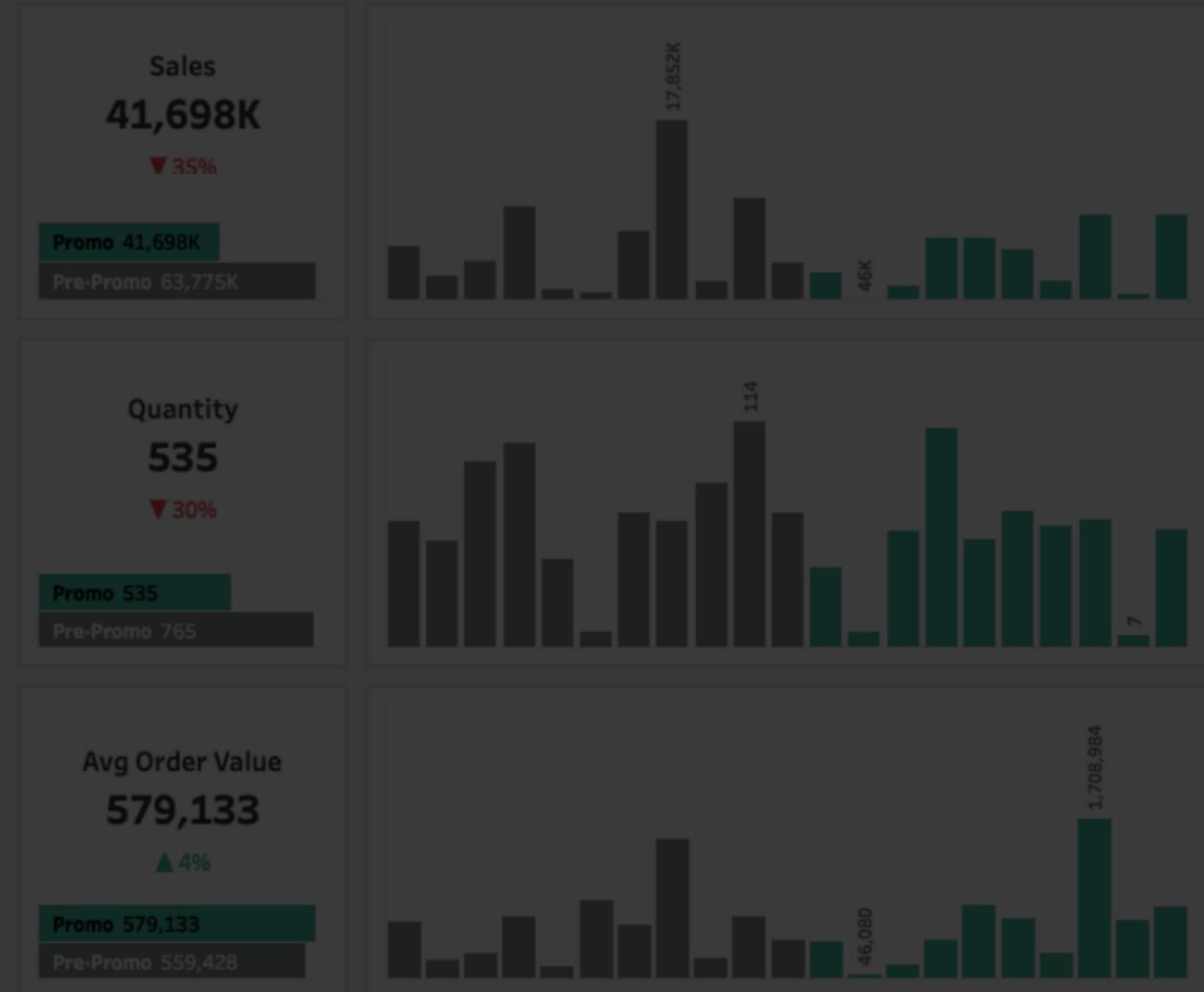
Promotion Analysis Dashboard

Click on the Year & Promotion Name to filter.

- 2019
- 2020
- 2021
- 2022
- 블랙프라이데이
- 상반기프로모션
- 여름학기세일
- 연말프로모션
- 추석프로모션

1 Promotion Effectiveness

Pre-Promo Period vs Promo Period



2 Drill-down Analysis by Sub-Category / Item

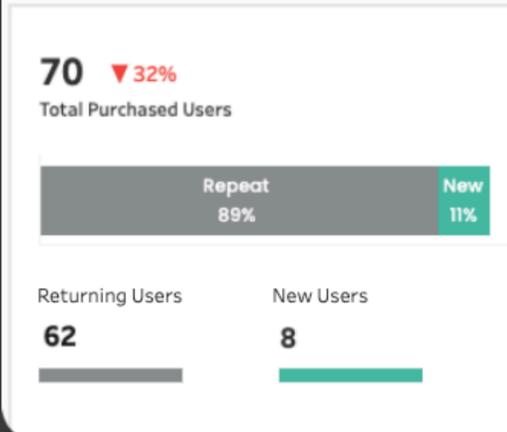
Click on the Sub-Category to filter. * To view the table at the item level, click on the + button located above the Sub-Category.

Sub-Category	Sales	Sales Diff %	Quantity	Qty Diff %	ARPPU	ARPPU Diff %	AOV	AOV Diff %
Accessories	1,393,180	▼ 6%	47	▼ 1%	199,020	▼ 2%	99,026	▲ 8%
Appliances	1,455,480	▼ 73%	29	▼ 1%	207,926	▼ 72%	207,926	▼ 72%
Art	348,420	▼ 65%	52	▼ 38%	26,802	▼ 57%	26,802	▼ 54%
Binders	2,257,610	▼ 1%	11	▼ 1%	140,788	▼ 24%	140,788	▼ 24%
Bookcases	3,019,280	▲ 1%	10	▲ 1%	1,006,427	▲ 22%	1,006,427	▲ 22%
Chairs	7,894,990	▼ 4%	29	▼ 12%	1,127,856	▲ 50%	1,127,856	▲ 50%
Envelopes	341,600	▲ 164%	11	▼ 15%	113,867	▲ 252%	113,867	▲ 252%

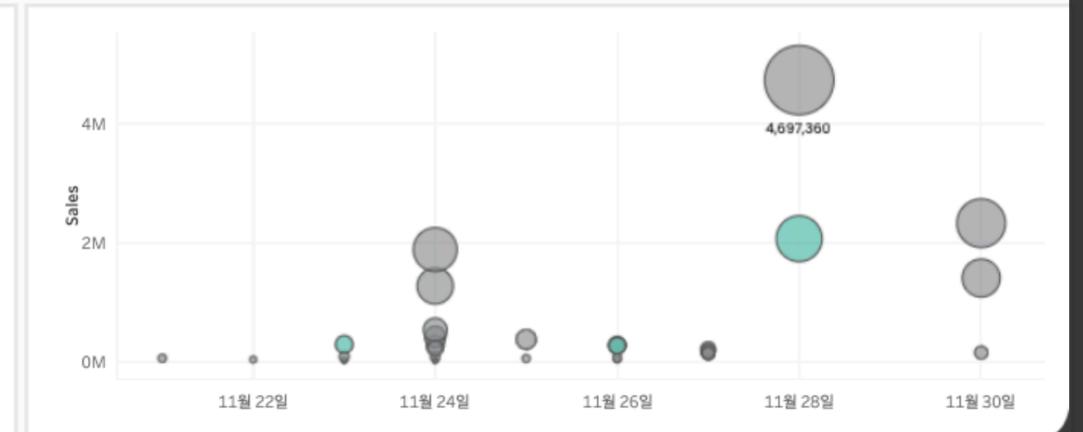
신규 재구매 유저 중 어떤 유저가 많이 기여했는가?

3 User Analysis

User Segment



Stock-Buying Users Circle size : Avg.revenue per paid user



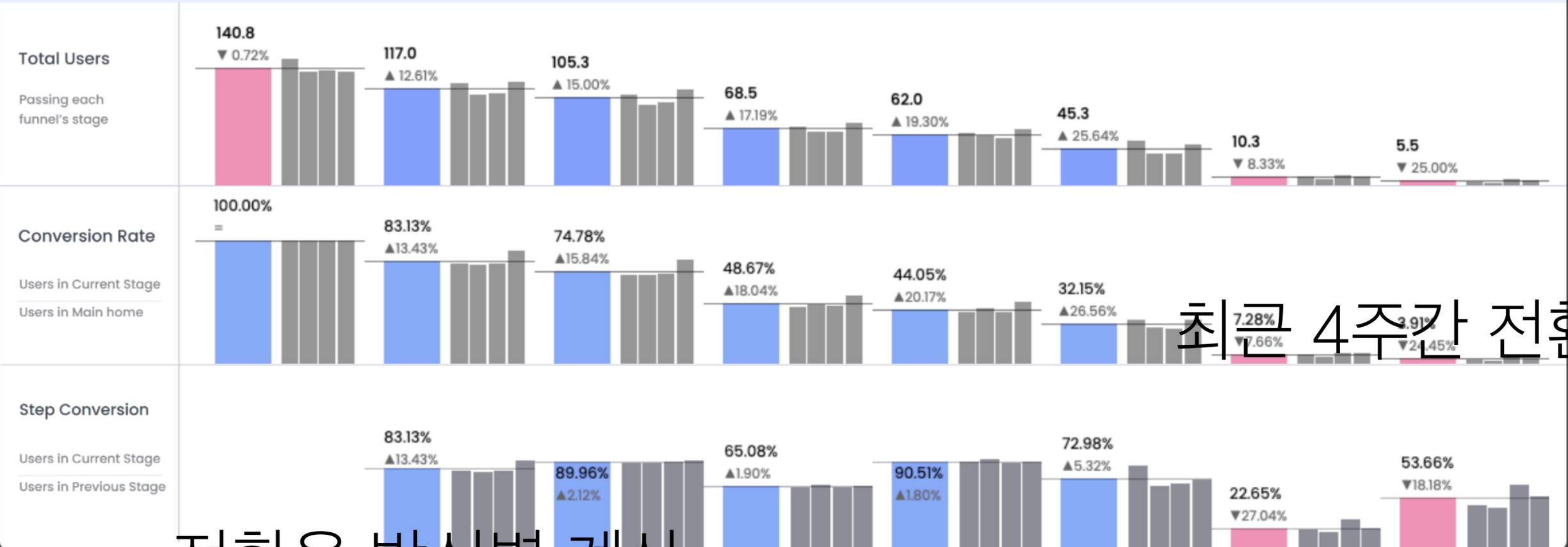
User List

Customer ID	new or repeat	Order Date	Sub-Category	Product Name	Sales	Quantity	평균 Unitprice
AH-10075	Repeat	2022. 11. 26.	Art	Newell 347	16,500	3	5,500
AH-10210	Repeat	2022. 11. 23.	Phones	Panasonic KX TS208W Corded phone	254,400	5	63,600
BD-11320	Repeat	2022. 11. 27.	Binders	Premium Transparent Presentatio.	152,320	7	27,200
			Furnishings	Eidon 200 Class Desk Accessories	19,440	3	8,100
BD-11500	Repeat	2022. 11. 25.	Bookcases	Sauder Forest Hills Library, Woodla	1,660,560	3	651,200
			Storage	Sterilite Officeware Hinged File Bo	13,600	1	13,600
BF-11005	Repeat	2022. 11. 21.	Appliances	Acco Six-Outlet Power Strip, 4' Cor.	8,960	1	11,200

Funnel Conversion Dashboard

Conversion Rate (%) State: Arizona Age Bucket: (전체)

Funnel Stage 1 Main home 2 Item List Page 3 Item Detail Page 4 Registration 5 Add to Cart 6 Checkout Start 7 Checkout Info 8 Purchase



최근 4주간 전환율

전환율 방식별 계산

Custom Conversions

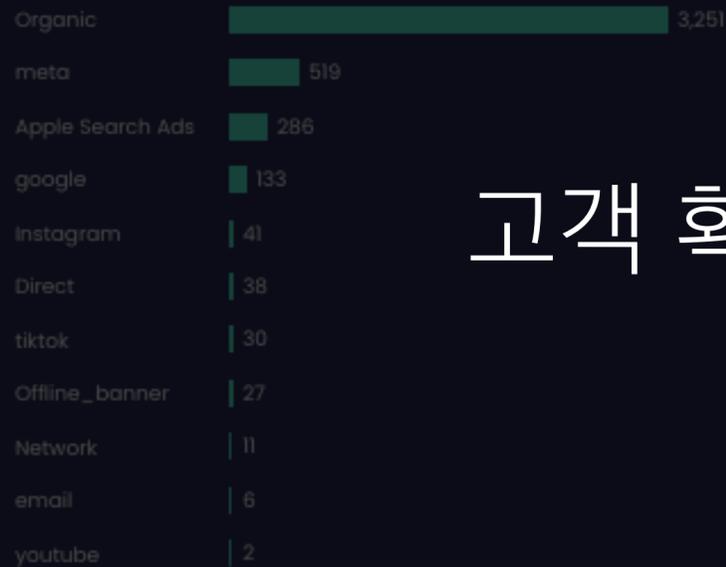


AARRR Dashboard

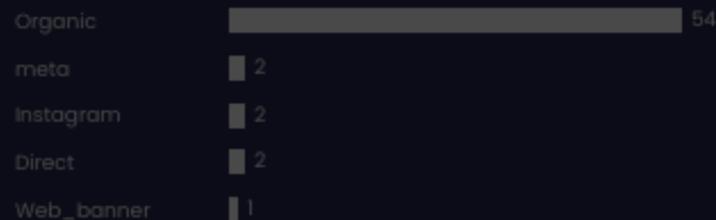
Acquisition (Last 30 Days)

1,424 Installs
25 Signups
1.76% CVR
51.5%▲

Install by Channel

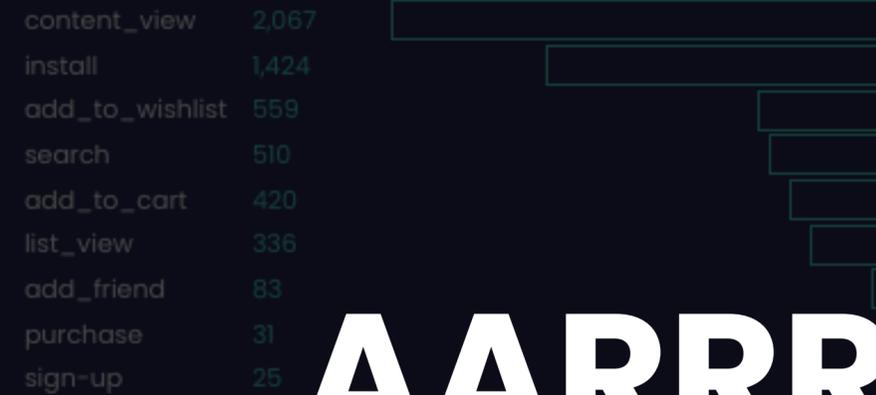


Signup by Channel

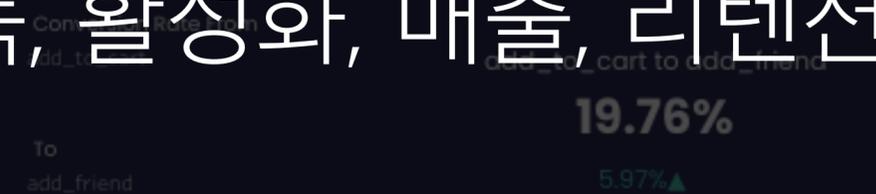


Activation (Last 30 Days)

Activation Funnel



Custom Conversion Rate



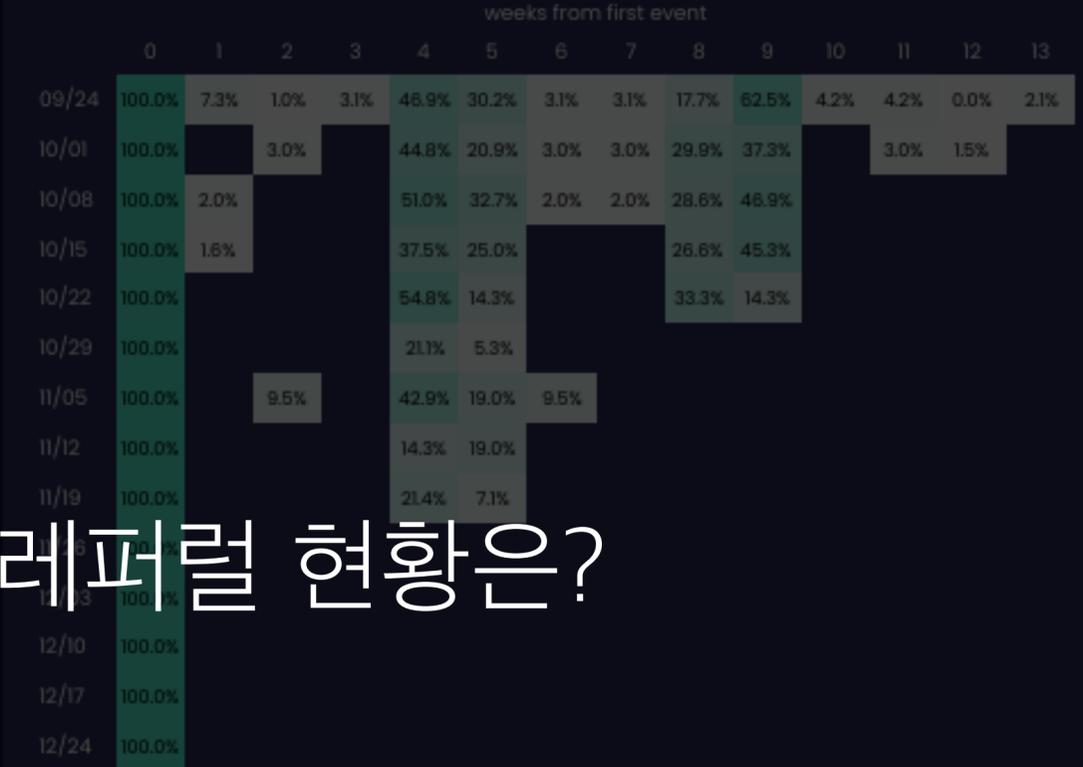
Revenue

Monthly Revenue



Retention

Weekly Retention Rate



Referral (Last 30 Days)

12 Add to Friends
9.09%▲



AARRR

고객 획득, 활성화, 매출, 리텐션, 레퍼럴 현황은?

AARRR Dashboard

Acquisition (Last 30 Days)

1,424

Installs

25

Signups

1.76%

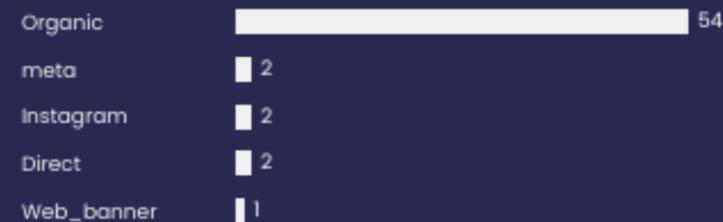
CVR

51.5%▲

Install by Channel



Signup by Channel

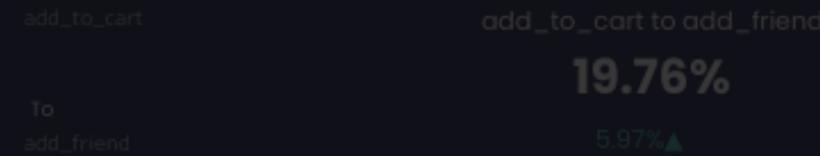


Activation (Last 30 Days)

Activation Funnel



어떤 채널에서
고객을 획득하고 있는지



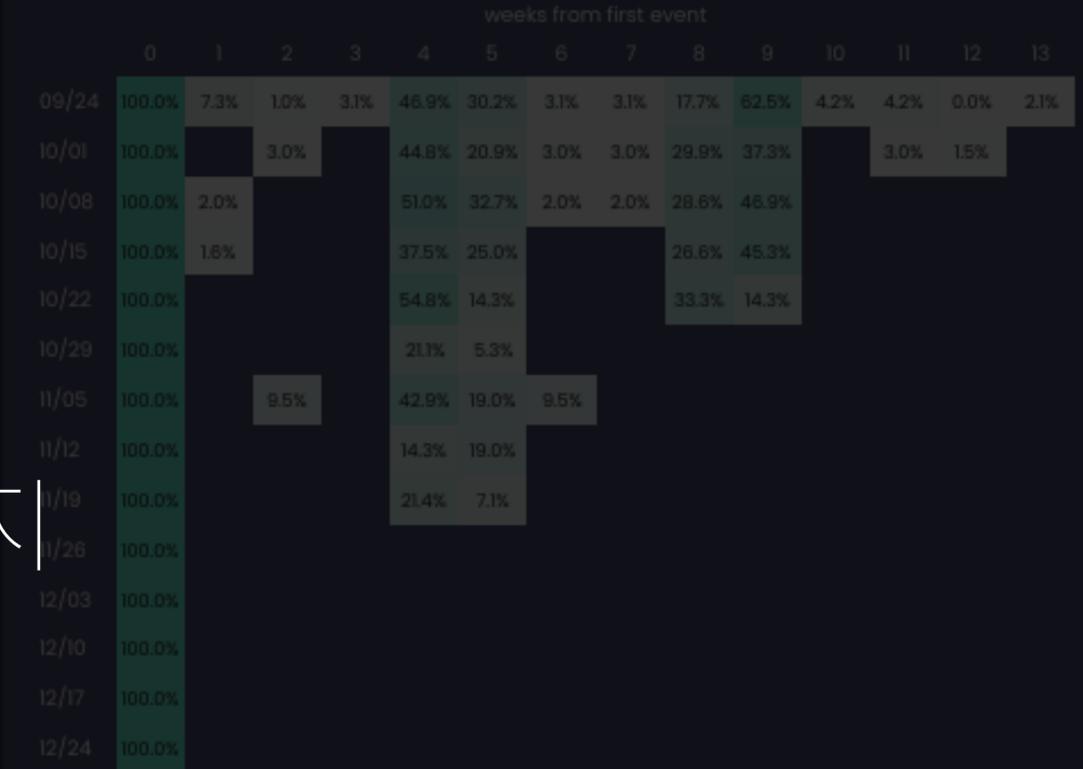
Revenue

Monthly Revenue



Retention

Weekly Retention Rate



Referral (Last 30 Days)

12

Add to Friends

9.09%▲



AARRR Dashboard

Acquisition (Last 30 Days)

1,424

Installs

25

Signups

1.76%

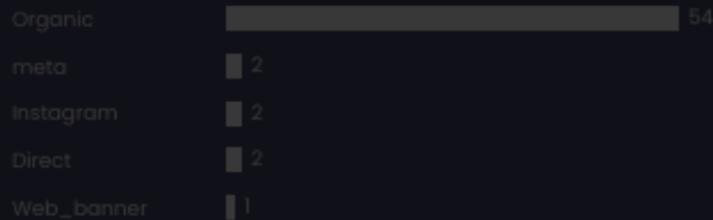
CVR

51.5%▲

Install by Channel

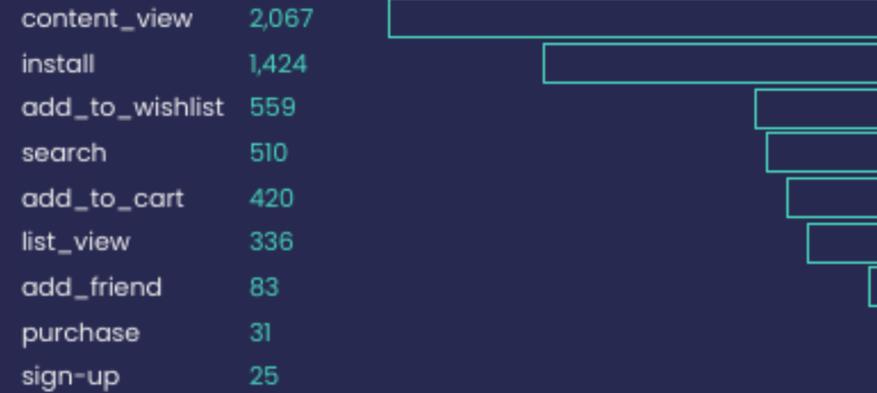


Signup by Channel



Activation (Last 30 Days)

Activation Funnel



Custom Conversion Rate



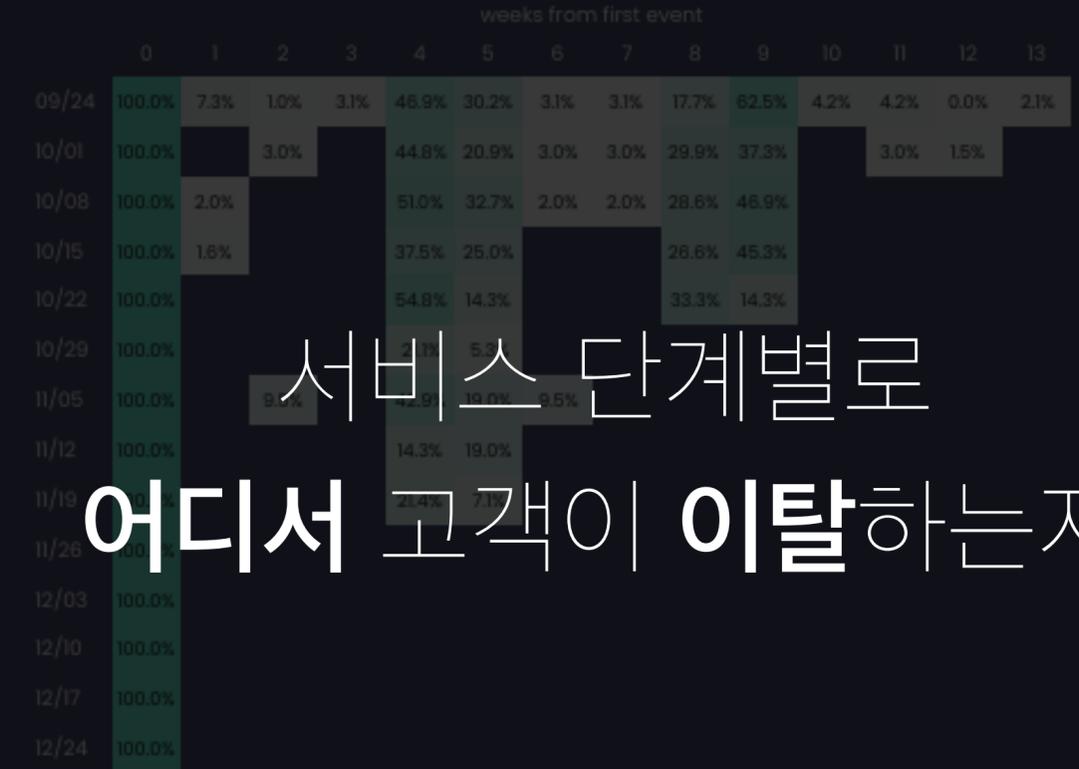
Revenue

Monthly Revenue



Retention

Weekly Retention Rate



서비스 단계별로 어디서 고객이 이탈하는지

Referral (Last 30 Days)

12

Add to Friends

9.09%▲



AARRR Dashboard

Acquisition (Last 30 Days)

1,424

Installs

25

Signups

1.76%

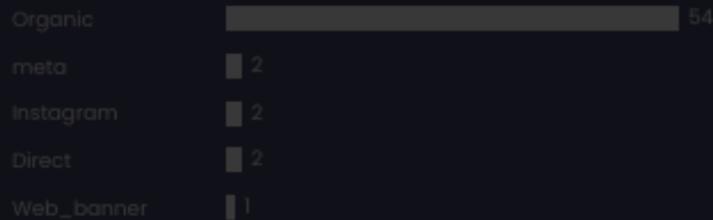
CVR

51.5%▲

Install by Channel

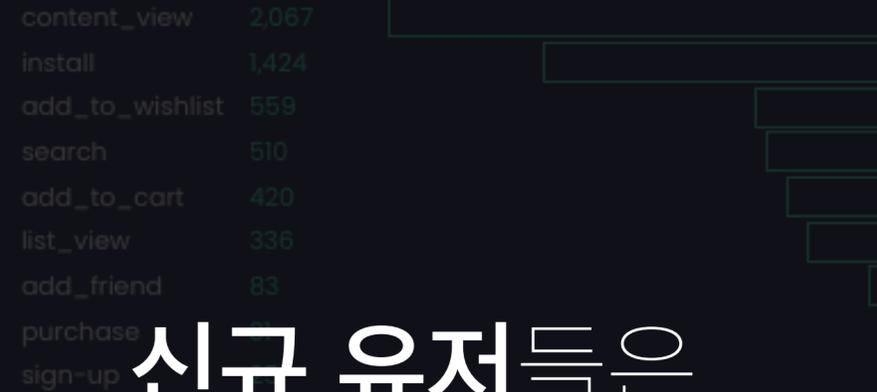


Signup by Channel



Activation (Last 30 Days)

Activation Funnel



신규 유저들은

얼마나 유지되고 있는지



Revenue

Monthly Revenue



Retention

Weekly Retention Rate

	weeks from first event													
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
09/24	100.0%	7.3%	1.0%	3.1%	46.9%	30.2%	3.1%	3.1%	17.7%	62.5%	4.2%	4.2%	0.0%	2.1%
10/01	100.0%		3.0%		44.8%	20.9%	3.0%	3.0%	29.9%	37.3%		3.0%	1.5%	
10/08	100.0%	2.0%			51.0%	32.7%	2.0%	2.0%	28.6%	46.9%				
10/15	100.0%	1.6%			37.5%	25.0%			26.6%	45.3%				
10/22	100.0%				54.8%	14.3%			33.3%	14.3%				
10/29	100.0%				21.1%	5.3%								
11/05	100.0%		9.5%		42.9%	19.0%	9.5%							
11/12	100.0%				14.3%	19.0%								
11/19	100.0%				21.4%	7.1%								
11/26	100.0%													
12/03	100.0%													
12/10	100.0%													
12/17	100.0%													
12/24	100.0%													

Referral (Last 30 Days)

12

Add to Friends

9.09%▲



Digital Ads

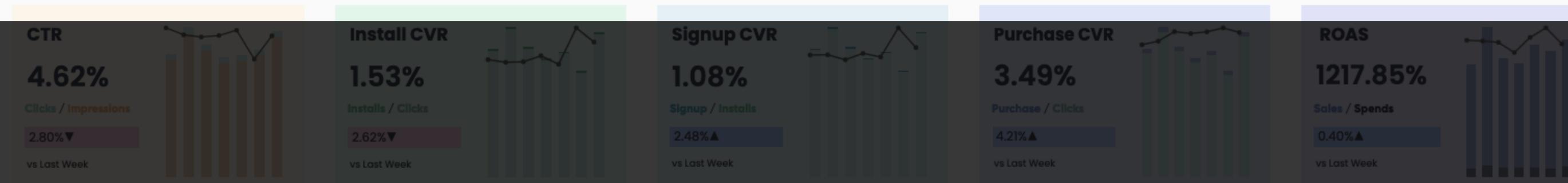
Performance Dashboard

Last Refresh : 2023. 12. 30.

Welcome to Digital Ads Performance Dashboard!

Select a date range filter to begin your analysis within the dashboard.

- This Week
- Last 7 days
- Last 14 days
- Last 28 days
- Last 30 days
- Last 90 days



Digital Ads Performance Dashboard

This dashboard is comparing the performance of various advertising channels. It aims to determine which channels have effectively contributed to the actual business results.

How to read a Funnel Chart?

Each Funnel Stage Reveals Metrics for Acquisition, Installation, Sign-up, and Purchase, Sequentially Arranged from Top to Bottom. The left showcases Cost Metrics, the middle tracks Event Counts, and the right signifies Conversion Rates.

Performance Marketing

어떤 채널이 더 효과적일까?

Funnel View

Stage	Cost Metric	Event Count	Conversion Rate
Acquisition	CPC: ₩358	Click: 19,199	CTR: 4.78%
Installation	CPI: ₩24,760	Install: 277	Install CVR: 1.45%
Sign-up	CPA: ₩33,293	Signup: 206	Signup CVR: 1.08%
Purchase	CPS: ₩12,470	Purchases: 550	Purchases CVR: 2.87%

Channels (Click to filter)

Channel	CTR	CPS	ROAS
1	4.76%	₩9,039	1965%
2	4.81%	₩8,985	1963%
3	4.76%	₩11,136	1252%
4	4.80%	₩13,408	874%
5	4.77%	₩13,450	872%
6	4.77%	₩13,491	862%

Campaigns

Campaigns	CTR	CPS	ROAS
1	4.82%	₩11,591	1222%
2	4.77%	₩11,624	1220%
3	4.76%	₩11,584	1210%
4	4.77%	₩11,580	1198%

CTR

4.62%

Clicks / Impressions

2.80%▼

vs Last Week



Install CVR

1.53%

Installs / Clicks

2.62%▼

vs Last Week



Signup CVR

1.08%

Signup / Installs

2.48%▲

vs Last Week



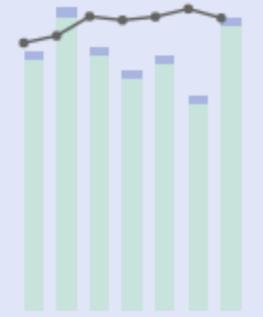
Purchase CVR

3.49%

Purchase / Clicks

4.21%▲

vs Last Week



ROAS

1217.85%

Sales / Spends

0.40%▲

vs Last Week



Funnel View

Channel

youtube

Campaign

fastcampust...

광고를 통해

고객 유입과 구매가 늘었는가?

CPC

₩358

Click

19,149



CPI

₩24,760

Install

277



CPA

₩33,293

Signup

206



CPS

₩12,470

Purchases

550

Install CVR

1.45%

Signup CVR

1.08%

Purchases CVR

2.87%

Channels (click to filter)	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 search	4.76%	₩9,039	1965%	
2 naver	4.81%	₩8,985	1963%	
3 meta	4.76%	₩11,136	1252%	
4 kakao	4.80%	₩13,408	874%	
5 google	4.77%	₩13,450	872%	
6 youtube	4.77%	₩13,491	862%	

Campaigns

Click to change the time-tracked metric :

Campaigns	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 fastcampust_mo_conversion_i	4.82%	₩11,591	1222%	
2 fastcampust_mo_conversion_..	4.77%	₩11,624	1220%	
3 fastcampust_mo_traffic	4.76%	₩11,584	1210%	
4 fastcampust_mo_conversion_s	4.77%	₩11,580	1198%	

CTR

4.62%

Clicks / Impressions

2.80% ▼

vs Last Week



Install CVR

1.53%

Installs / Clicks

2.62% ▼

vs Last Week



Signup CVR

1.08%

Signup / Installs

2.48% ▲

vs Last Week



Purchase CVR

3.49%

Purchase / Clicks

4.21% ▲

vs Last Week



ROAS

1217.85%

Sales / Spends

0.40% ▲

vs Last Week



Funnel View

Channel

youtube ▼

Campaign

fastcampust_... ▼

CPC

₩358

Click

19,149

CTR

4.78%



CPI

₩24,760

Install

277

Install CVR

1.45%



CPA

₩33,293

Signup

206

Signup CVR

1.08%



CPS

₩12,470

Purchases

550

Purchases CVR

2.87%

Channels

Click to change the time-tracked metric :

Channels (Click to filter)	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 naver_search	4.76%	₩9,039	1965%	
2 naver	4.81%	₩8,985	1963%	
3 meta	4.76%	₩11,136	1252%	
4 kakao	4.82%	₩13,408	874%	
5 google	4.77%	₩11,136	962%	
6 youtube	4.77%	₩13,491	862%	

비용 | 이벤트 | 전환율

클릭 > 설치 > 회원가입 > 구매 흐름

Campaigns

Click to change the time-tracked metric :

Campaigns	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 fastcampust_mo_conversion_i	4.82%	₩11,591	1222%	
2 fastcampust_mo_conversion_	4.77%	₩11,624	1220%	
3 fastcampust_mo_traffic	4.76%	₩11,584	1210%	
4 fastcampust_mo_conversion_s	4.77%	₩11,580	1198%	

CTR

4.62%

Clicks / Impressions

2.80% ▼

vs Last Week



Install CVR

1.53%

Installs / Clicks

2.62% ▼

vs Last Week



Signup CVR

1.08%

Signup / Installs

2.48% ▲

vs Last Week



Purchase CVR

3.49%

Purchase / Clicks

4.21% ▲

vs Last Week



ROAS

1217.85%

Sales / Spends

0.40% ▲

vs Last Week



Funnel View

Channel

youtube

Campaign

fastcampust_...

CPC

₩358

Click

19,149

CTR

4.78%



CPI

₩24,760

Install

277

Install CVR

1.45%



Signup

206

Signup CVR

1.08%



CPS

₩12,470

Purchases

550

Purchases CVR

2.87%

채널 및 캠페인 별

ROAS 와 소재 매력도 체크

Channels

Click to change the time-tracked metric :



Channels (Click to filter)	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 naver_search	4.76%	₩9,039	1965%	
2 naver	4.81%	₩8,985	1963%	
3 meta	4.76%	₩11,136	1252%	
4 kakao	4.80%	₩13,408	874%	
5 google	4.77%	₩13,450	872%	
6 youtube	4.77%	₩13,491	862%	

Campaigns

Click to change the time-tracked metric :



Campaigns	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 fastcampust_mo_conversion_i.	4.82%	₩11,591	1222%	
2 fastcampust_mo_conversion_..	4.77%	₩11,624	1220%	
3 fastcampust_mo_traffic	4.76%	₩11,584	1210%	
4 fastcampust_mo_conversion_s	4.77%	₩11,580	1198%	

03 Good Charts

명확한 정보를 전달하는 데이터 시각화의 법칙

한 햄버거 브랜드의 거래 내역 데이터

이 데이터를 어떻게 시각화 할 수 있을까?



The image shows a computer monitor displaying a spreadsheet with the following data:

	A	B	C	D
1	날짜	판매량	매출	
2	2023.11.1	340	3400000	
3	2023.11.2	600	6000000	
4	2023.11.3	400	4000000	
5	2023.11.4	240	2400000	
6	2023.11.5	350	3500000	
7	2023.11.6	400	4000000	

차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

어떻게 차트를 써야 하는가

차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

어떻게 차트를 써야 하는가

차트 디자인 시스템

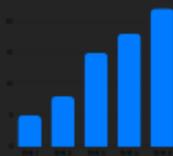
차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

어떻게 차트를 써야 하는가

차트 디자인 시스템

1 어떤 차트를 써야 하는가



목적에 맞는 차트 유형 선택

1 어떤 차트를 써야 하는가



변화

1 어떤 차트를 써야 하는가



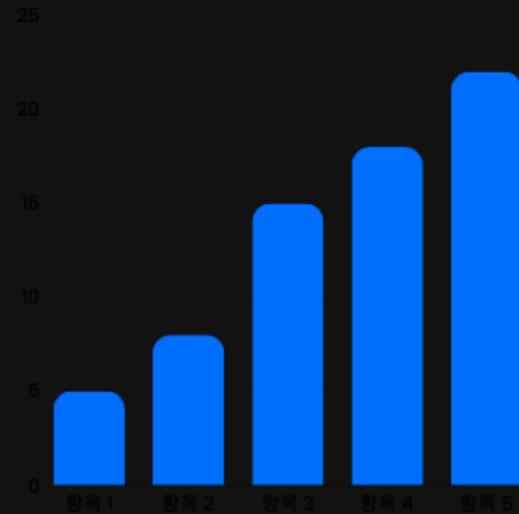
라인 차트 (Line Chart)

연속형 데이터의 트렌드 표현에 주로 사용
전반적인 트렌드, 증가 / 감소 변화 확인

* 축이 0에서 시작할 필요는 없음

* 라인이 많은 스파게티형 차트는 혼란 유발

1 어떤 차트를 써야 하는가



컬럼 차트 (Column Chart)

시간에 따른 변동을 보여주거나
서로 다른 카테고리의 값을 비교할 때 사용

* 축은 0 부터 시작해야 함

* 시간에 따른 변화를 보여줄 때는 바 x 컬럼 o

1 어떤 차트를 써야 하는가

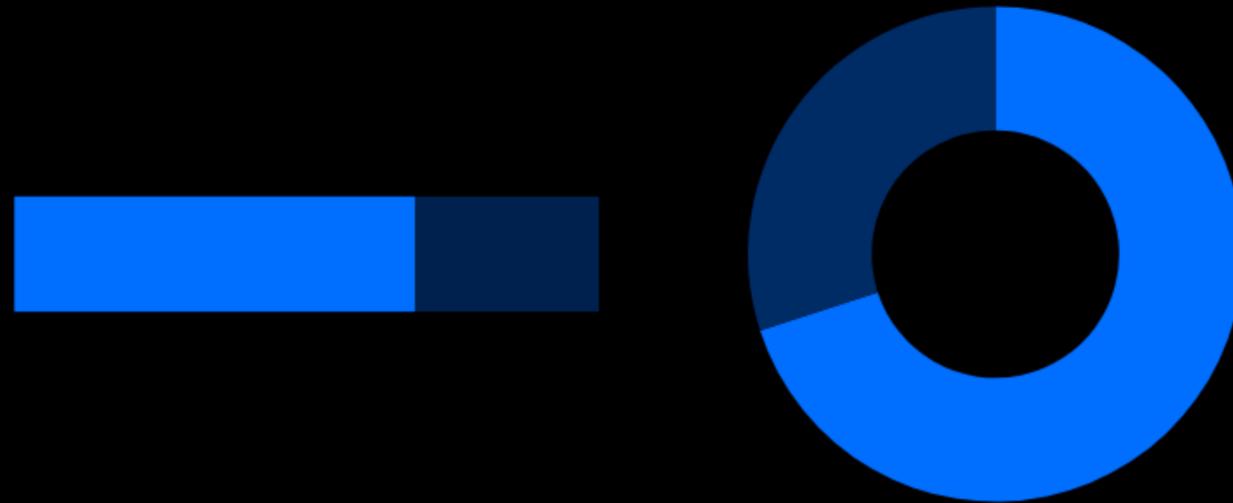


영역 차트 (Area Chart)

시간의 흐름에 따른 변화를 보여주지만,
라인 차트와 달리 Volume 을 함께 표현 가능

* 영역 차트의 카테고리가 두 개 이상일 경우
다른 영역 위에 표시되어 정확한 비교 어려움

1 어떤 차트를 써야 하는가



비율

1 어떤 차트를 써야 하는가

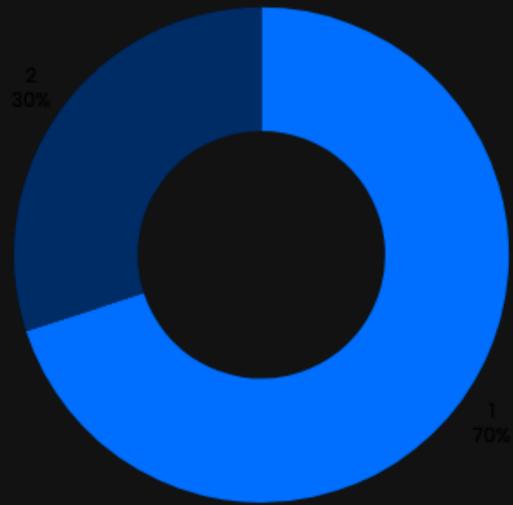


비율 바 차트 (% Bar Chart)

전체에서의 구성 비율을 간단하게 표현

* 도넛 차트에 비해 작은 공간 활용

1 어떤 차트를 써야 하는가

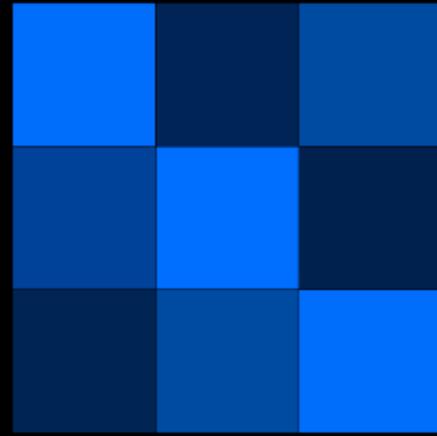
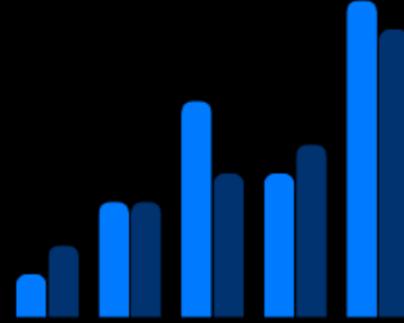
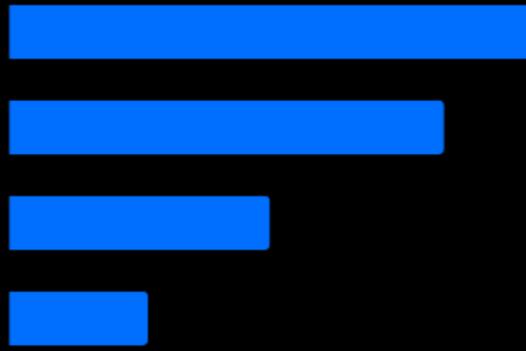


도넛 차트 (Donut Chart)

전체에서의 구성 비중을 비교
가운데 빈 공간 활용 가능

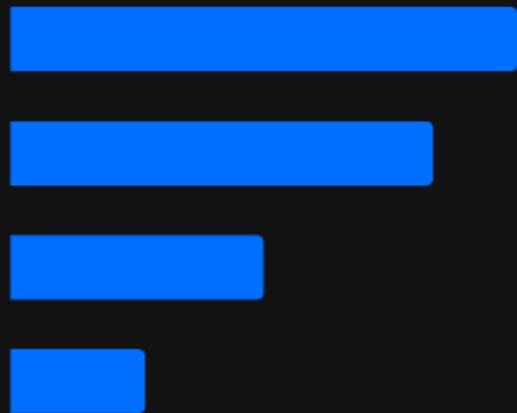
- * 비교하는 갯수가 5-6개 이하일 경우 추천
- * 파이 차트와 달리 길이 속성 활용 가능

1 어떤 차트를 써야 하는가



비교

1 어떤 차트를 써야 하는가

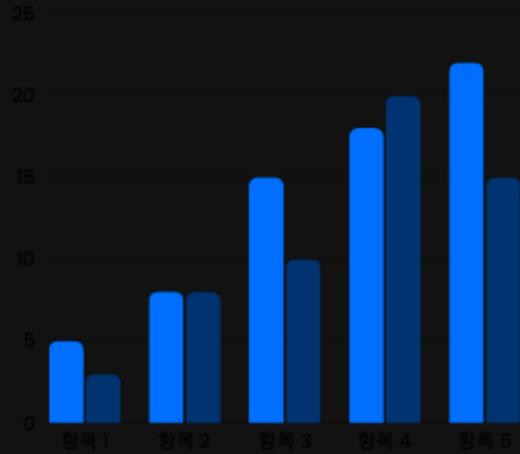


바 차트 (Bar Chart)

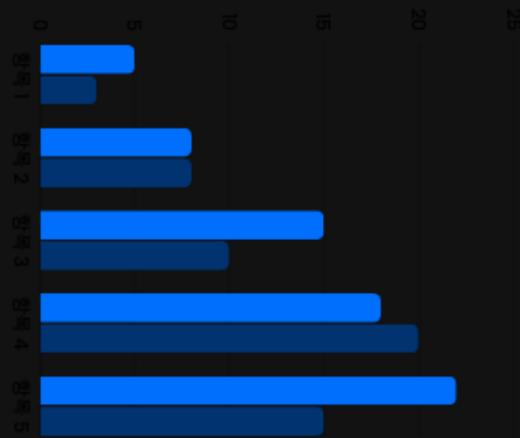
서로 다른 카테고리의 값 비교에 주로 활용

- * 축은 0부터 시작해야 함
- * 데이터 레이블이 길 경우 효과적
- * 갯수가 많은 경우 컬럼 차트 보다 효과적

1 어떤 차트를 써야 하는가



Column



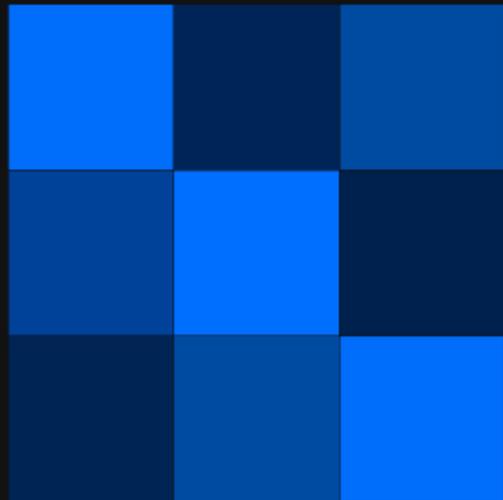
Bar

그룹 차트 (Grouped Chart)

서로 다른 카테고리의 값을 여러개 비교할 때 주로 활용

* 축은 0 부터 시작해야 함

1 어떤 차트를 써야 하는가



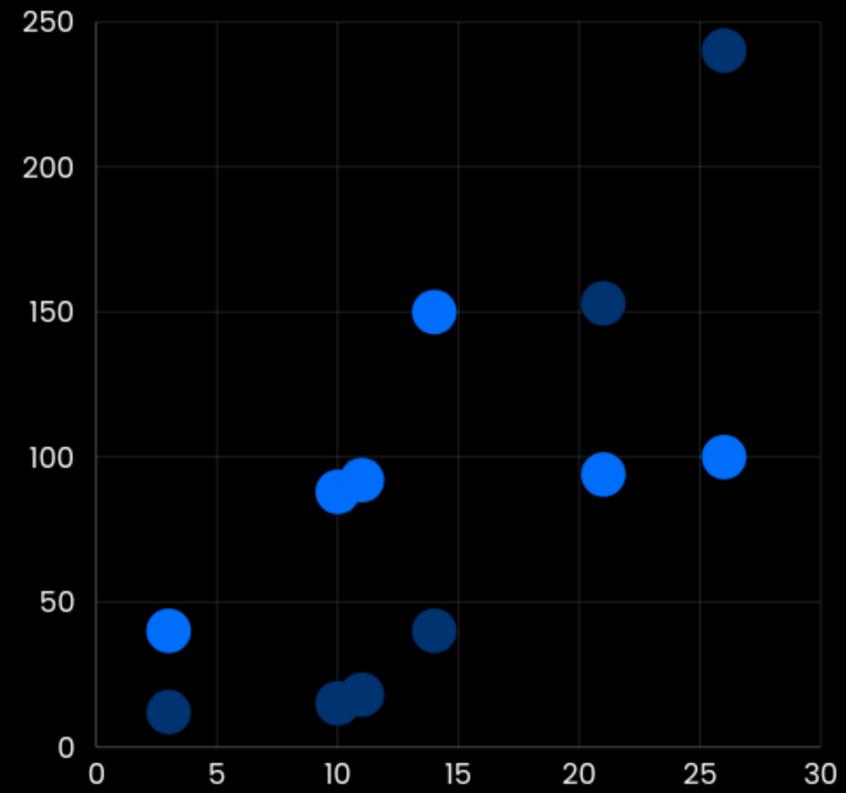
히트맵 (Heat Map)

데이터 값을 컬러로 변환시켜

많은 데이터의 패턴을 한번에 볼 때 주로 활용

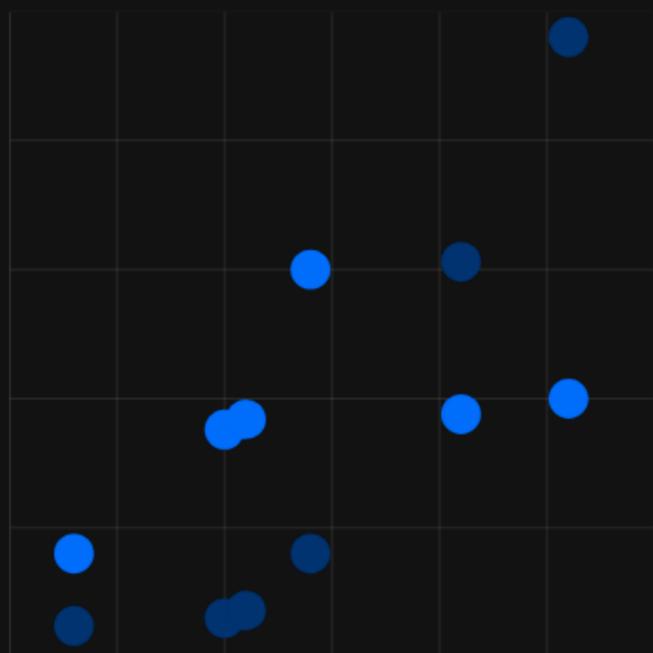
* 색상 팔레트 범례가 있어야 함

1 어떤 차트를 써야 하는가



상관관계

1 어떤 차트를 써야 하는가



산점도 (Scatter Plot)

두 변수의 관계를 보여주기 위해서 주로 사용
상관관계 시각화에 자주 쓰임

- * 데이터 포인트가 너무 많으면 Overflowing 문제 발생
- * X 축에 선행지표, Y 축에 후행지표

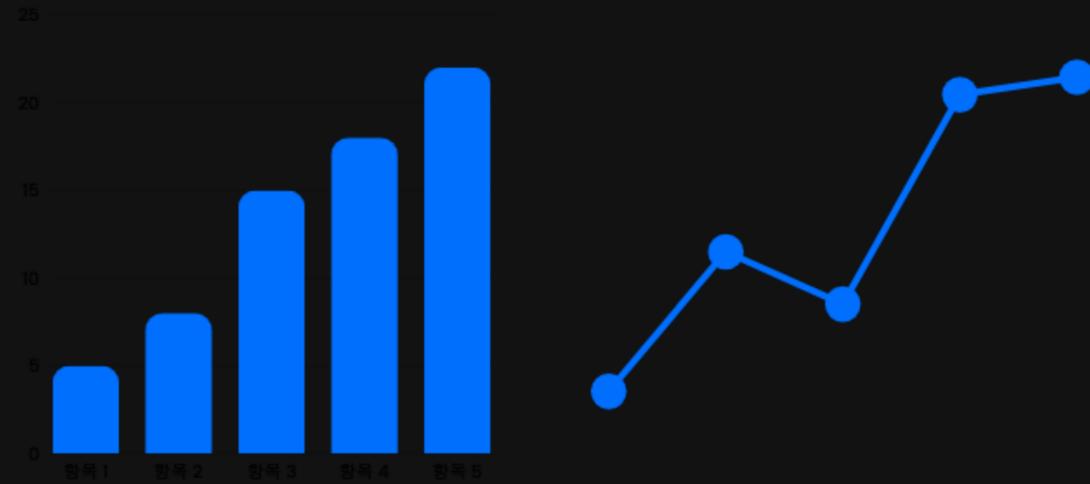
차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

어떻게 차트를 써야 하는가

차트 디자인 시스템

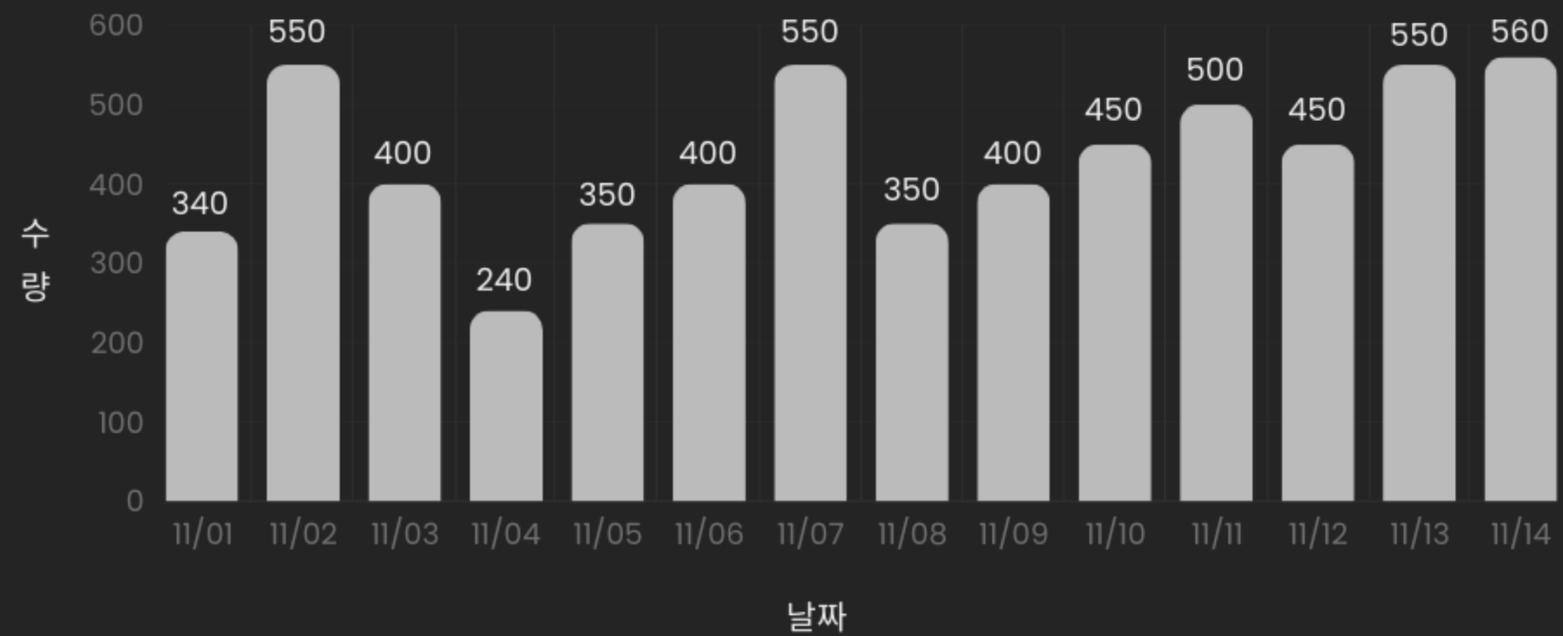
2 어떻게 차트를 써야 하는가



변화

2 어떻게 차트를 써야 하는가

지난 14일의 햄버거 판매량



2 어떻게 차트를 써야 하는가



중요한 정보만

데이터 잉크의 비율 높이기

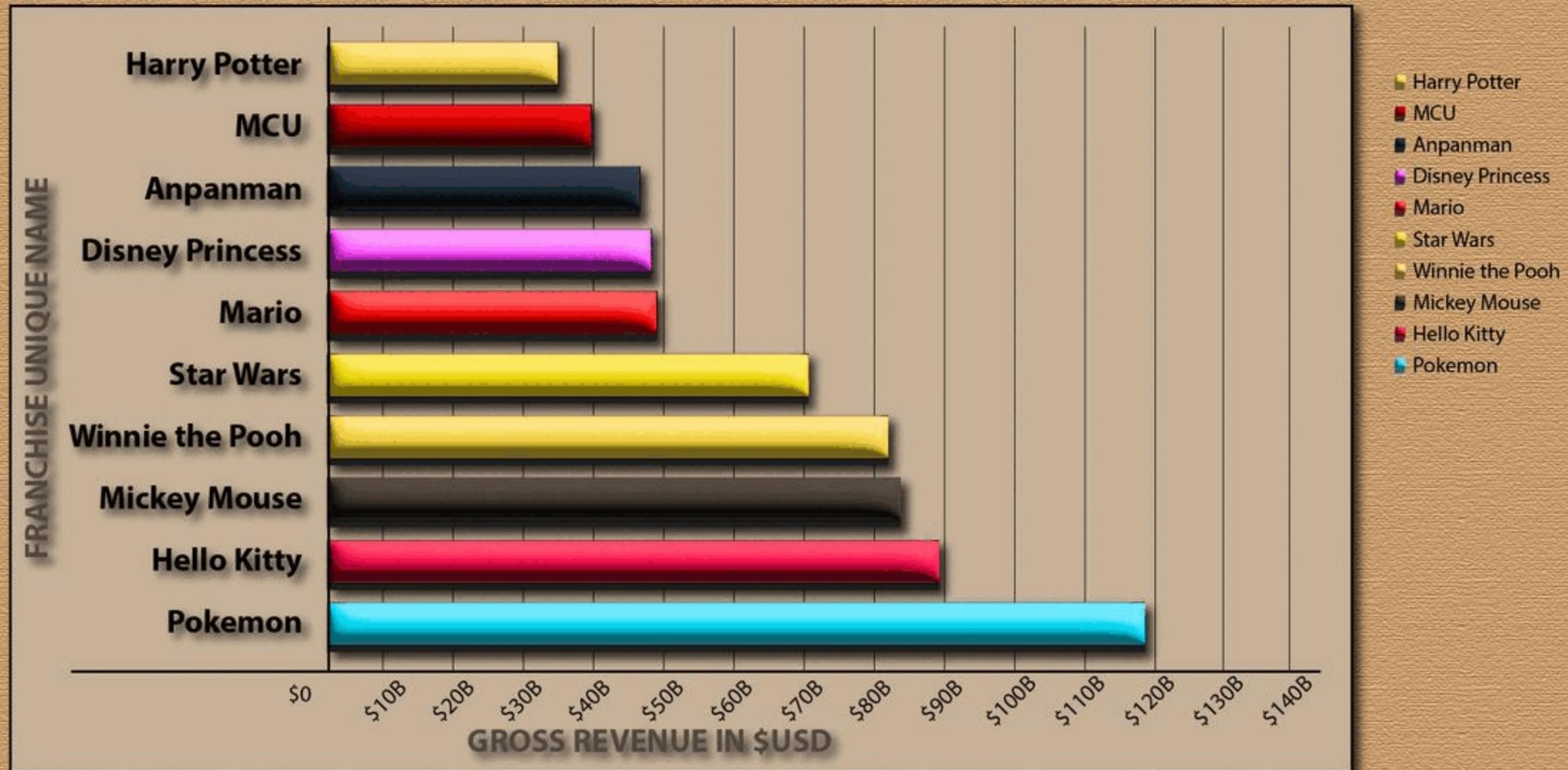
2 어떻게 차트를 써야 하는가

$$\text{Data-ink Ratio} = \frac{\text{데이터를 표현하는 잉크}}{\text{전체 잉크}}$$

2 어떻게 차트를 써야 하는가

Japanese Franchises Top the highest grossing media franchises of all time

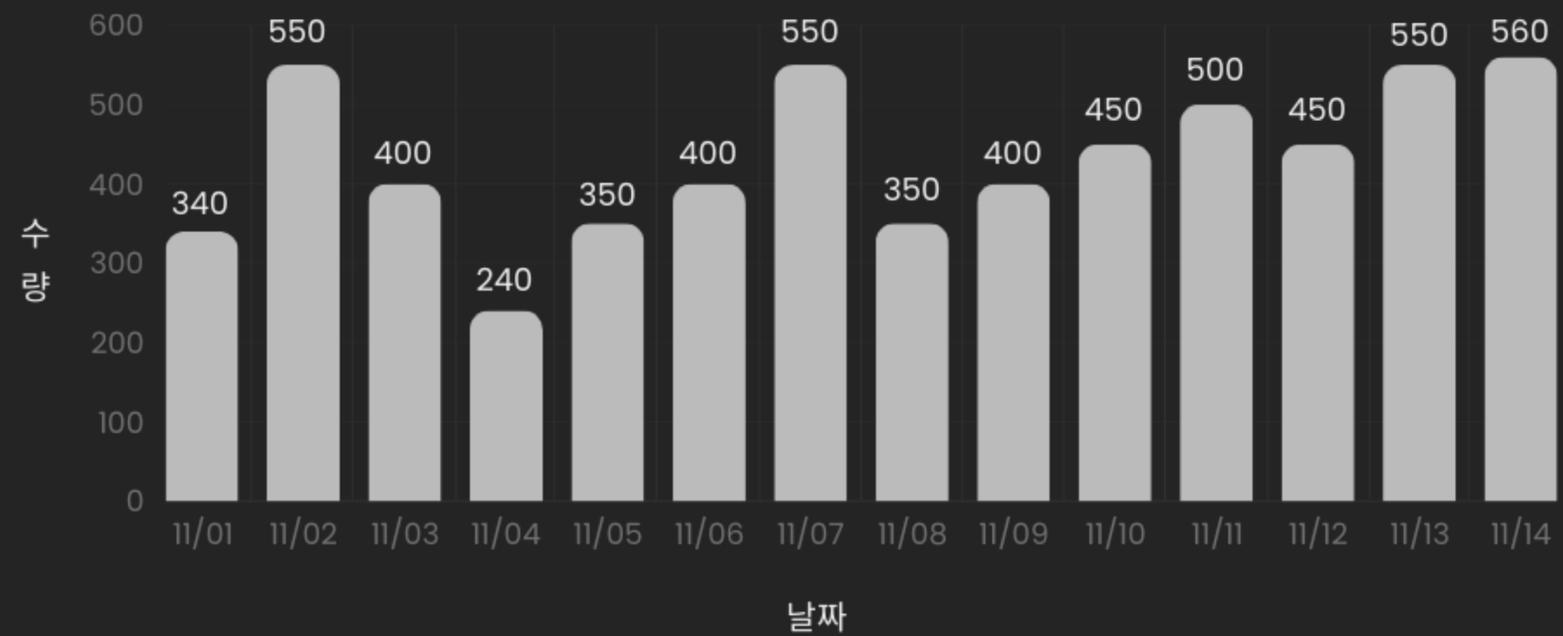
REMOVE BACKGROUND



From the course PRACTICAL DATA VISUALIZATION at [DeliveringDataAnalytics.com](https://www.deliveringdataanalytics.com)

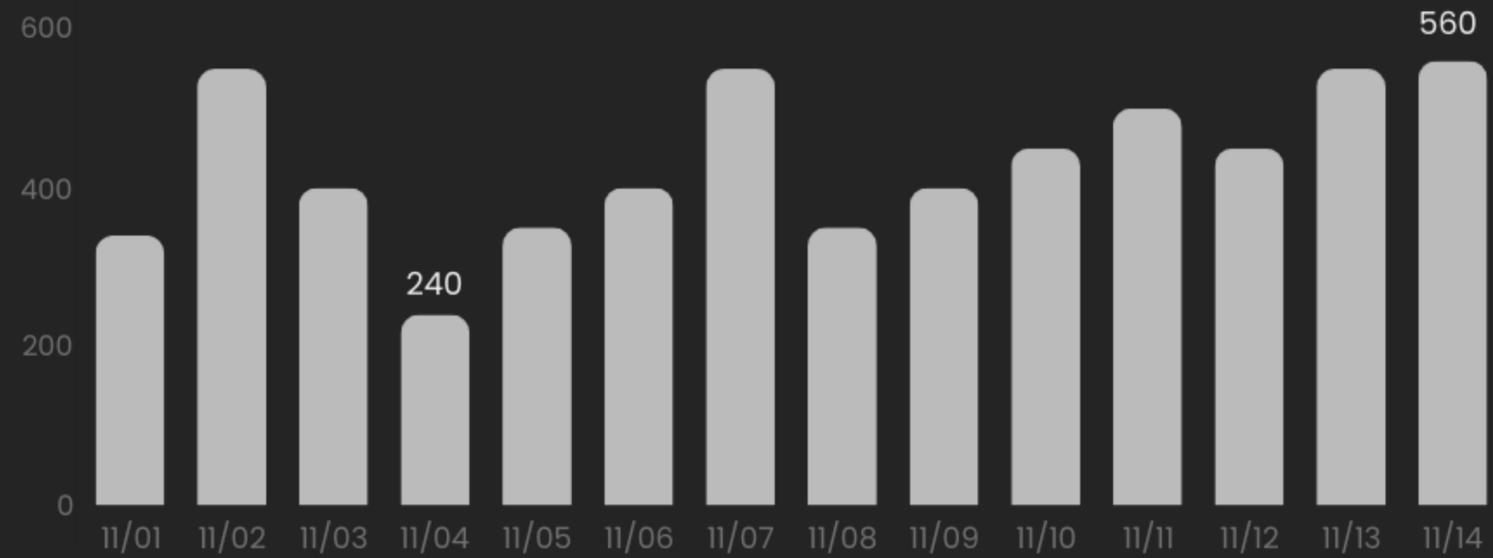
2 어떻게 차트를 써야 하는가

지난 14일의 햄버거 판매량



2 어떻게 차트를 써야 하는가

지난 14일의 햄버거 판매량



2 어떻게 차트를 써야 하는가



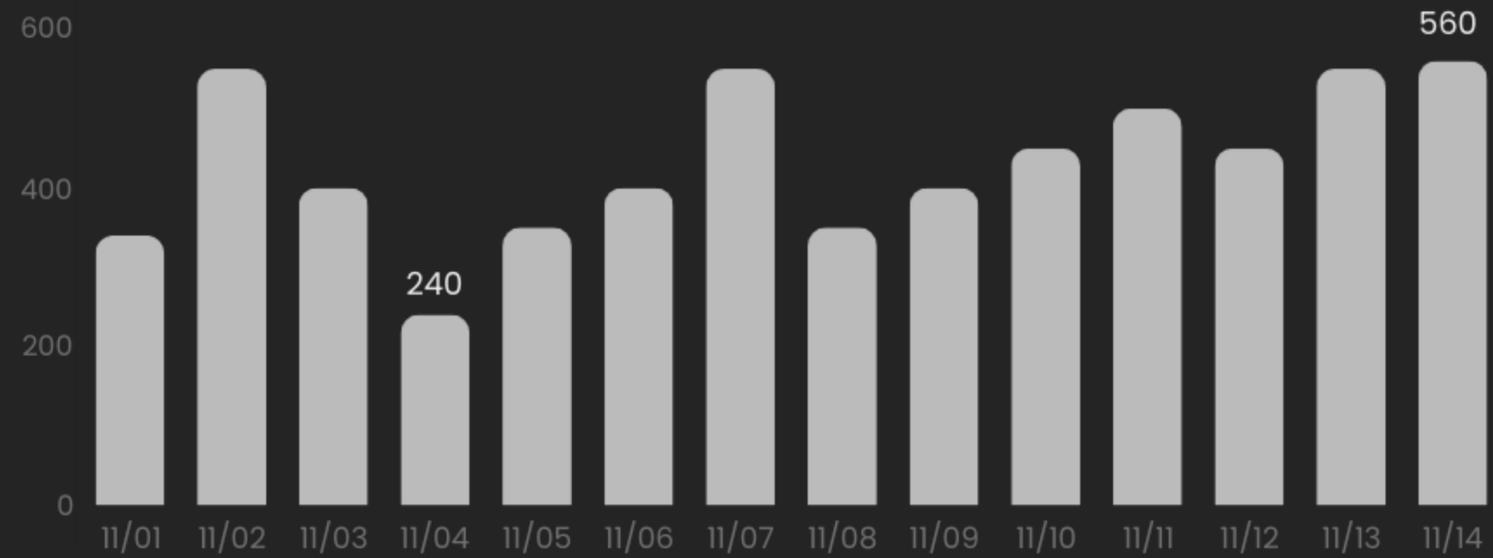
차트를 설명하기

굳이 자세히 보지 않아도 그 의미를 알 수 있도록

2 어떻게 차트를 써야 하는가

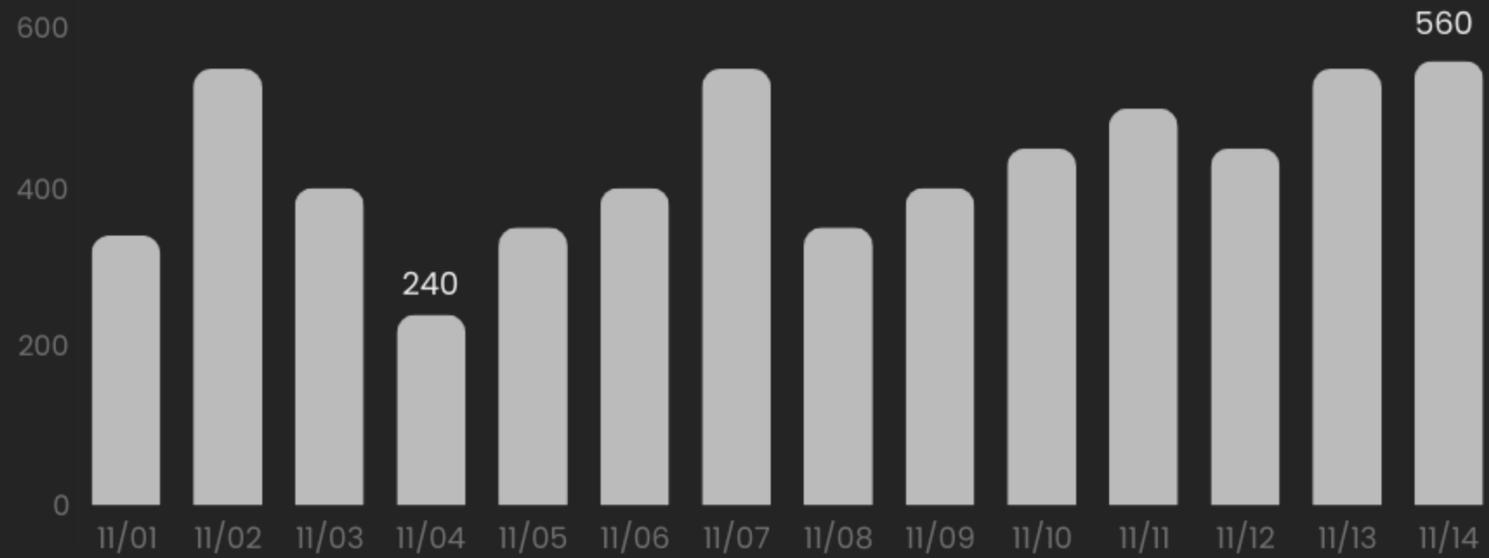
지난 14일의 햄버거 판매량

총 6380 개 판매



2 어떻게 차트를 써야 하는가

↑ 지난 14일의 햄버거 판매량
총 6380 개 판매, 전주 대비 12% 증가

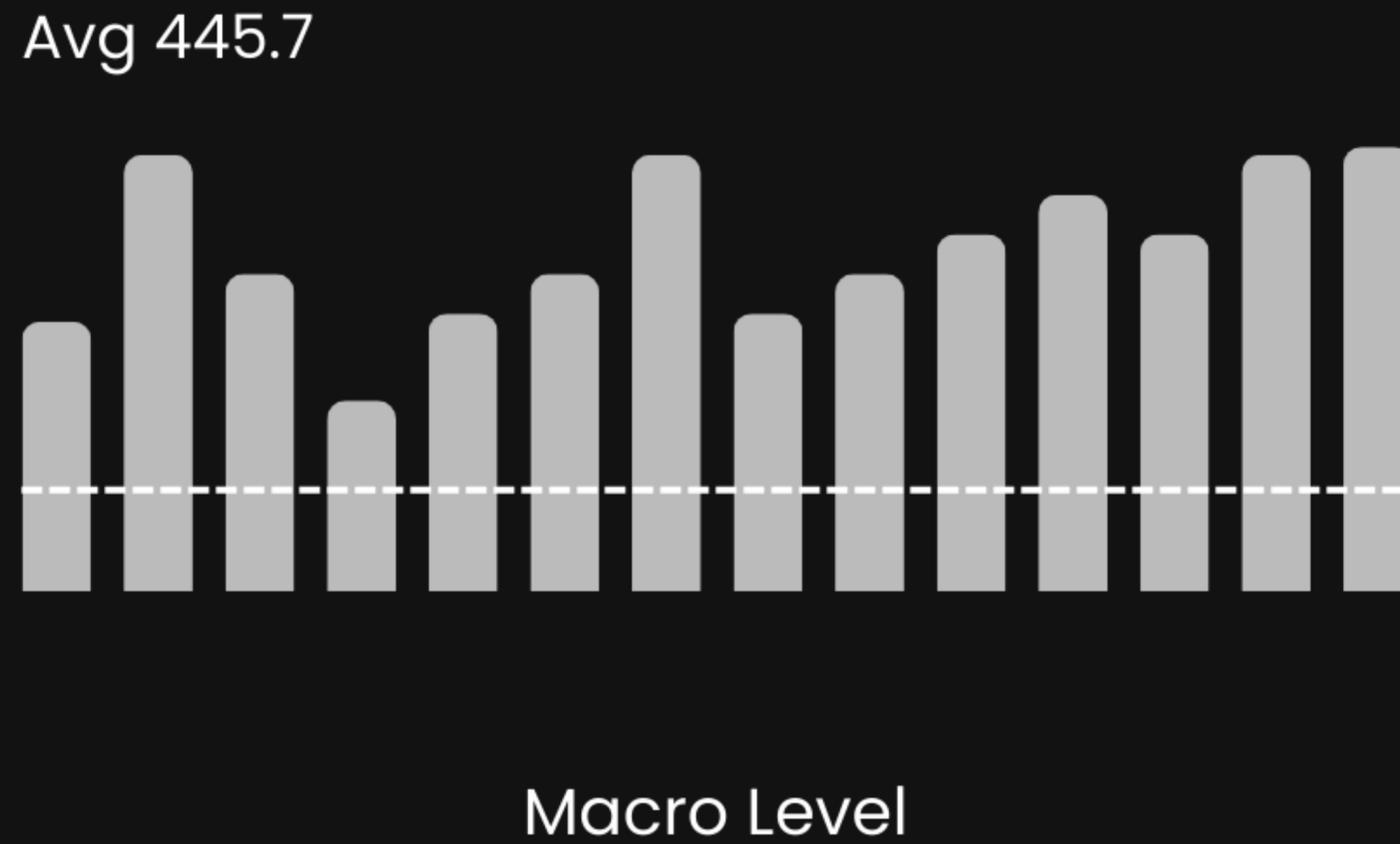


2 어떻게 차트를 써야 하는가

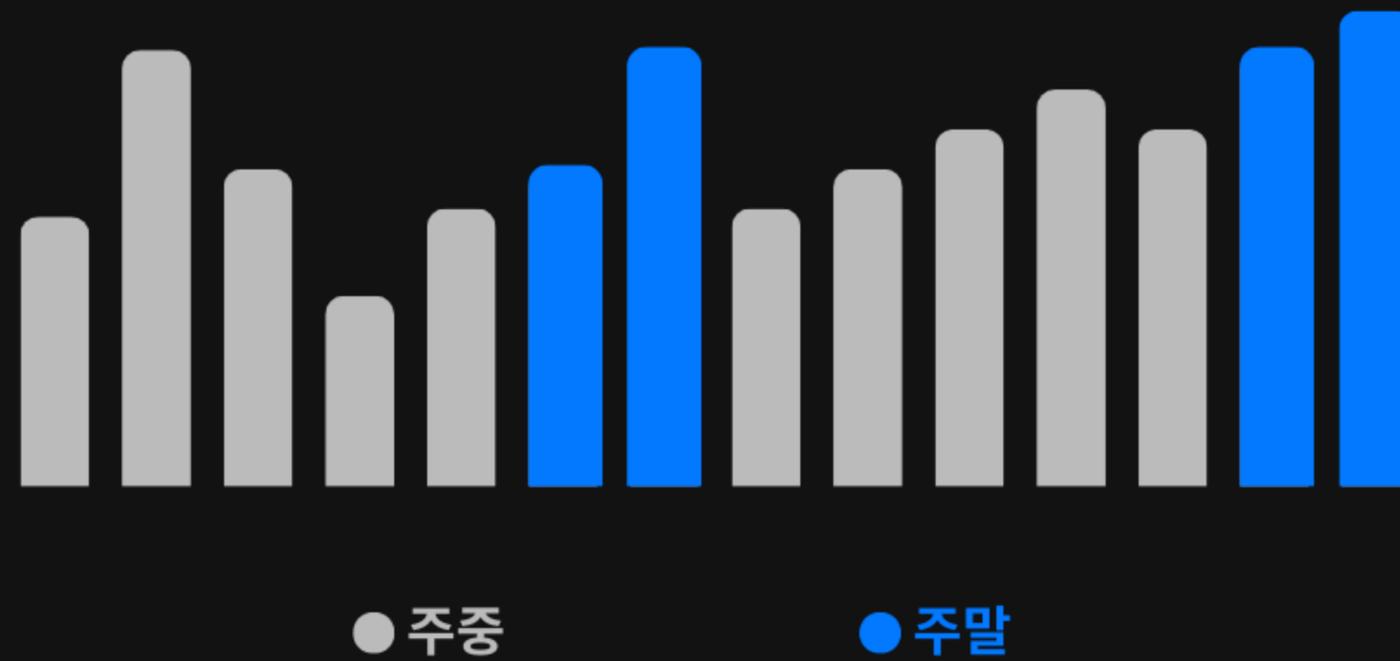


다양한 관점에서 보기

2 어떻게 차트를 써야 하는가

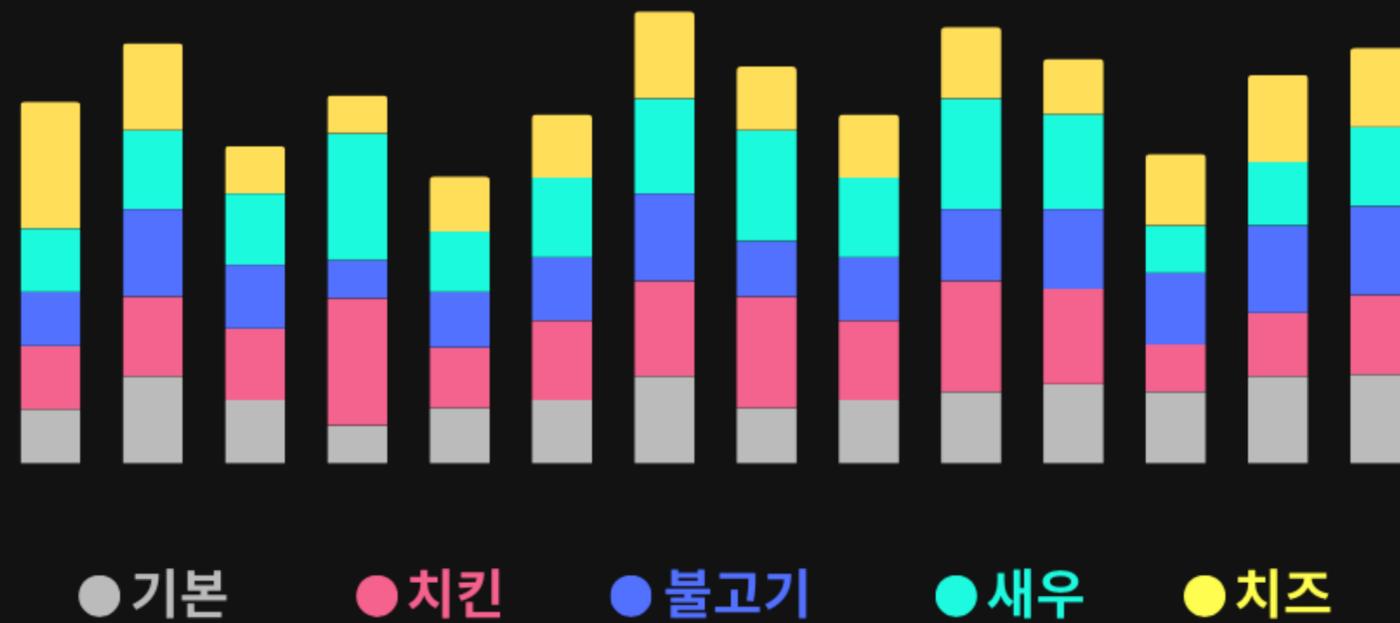


2 어떻게 차트를 써야 하는가



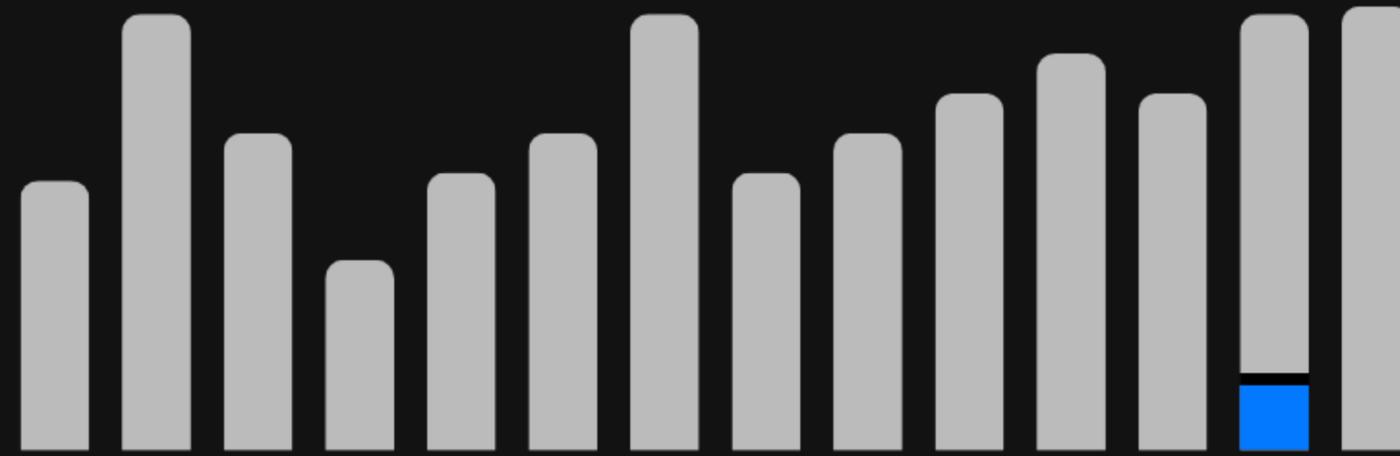
Medium Level

2 어떻게 차트를 써야 하는가



Medium Level

2 어떻게 차트를 써야 하는가



최대 판매량 ↑
총 20개 버거

Micro Level

차트 디자인

어떤 차트를 써야 하는가

어떻게 차트를 써야 하는가

차트 디자인 시스템

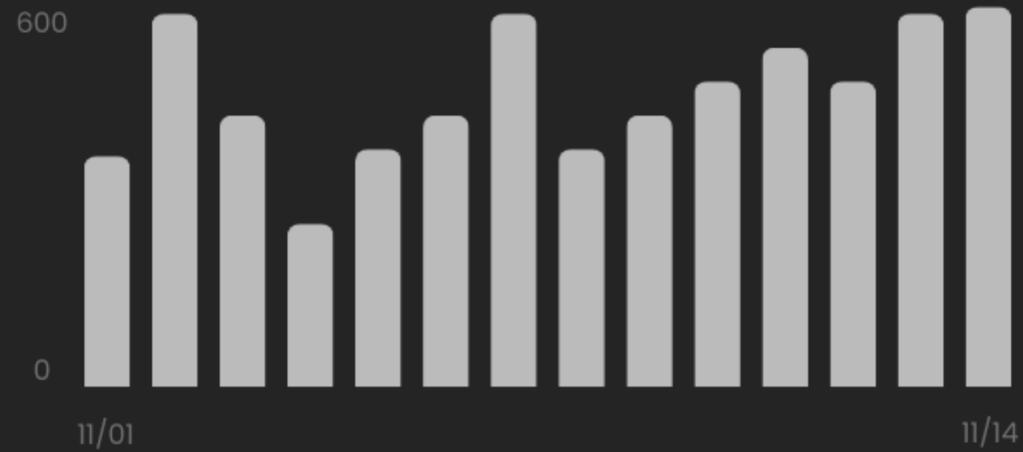
3 차트 디자인 시스템



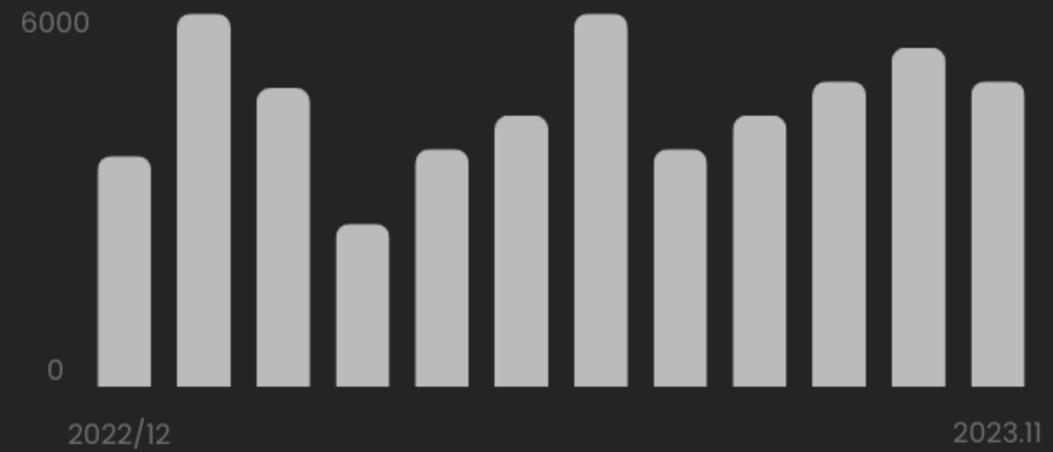
차이를 강조하기

3 차트 디자인 시스템

지난 14일의 햄버거 판매량
총 6380 개 판매

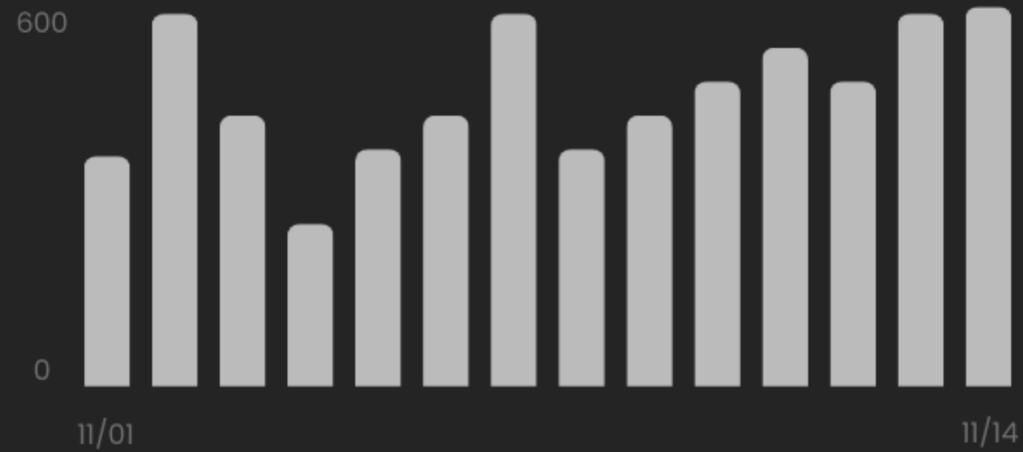


지난 12개월의 햄버거 판매량
총 165,380 개 판매

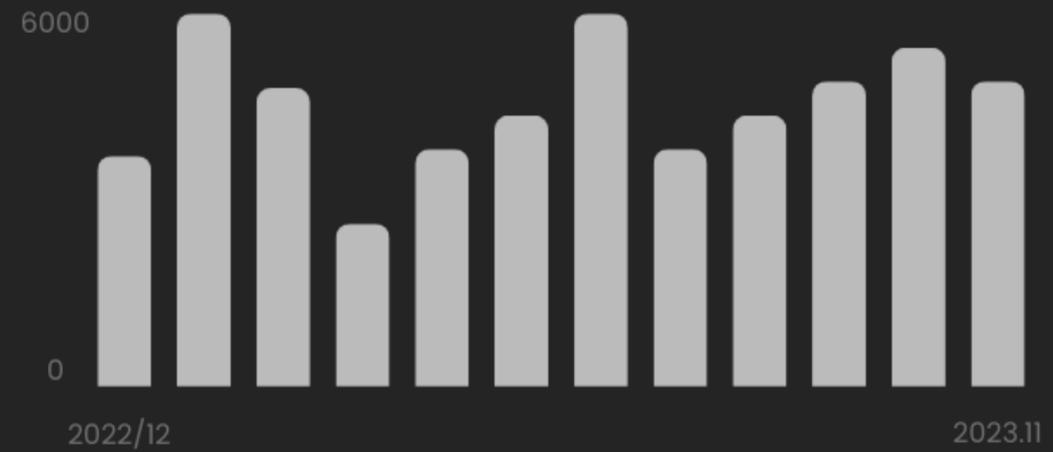


3 차트 디자인 시스템

지난 14일의 햄버거 판매량
총 6380 개 판매

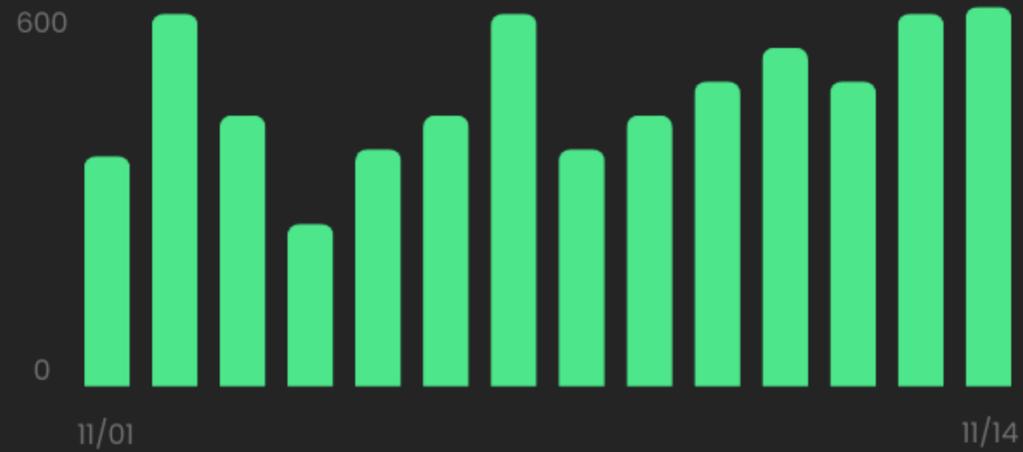


지난 12개월의 사이드메뉴 판매량
총 165,380 개 판매

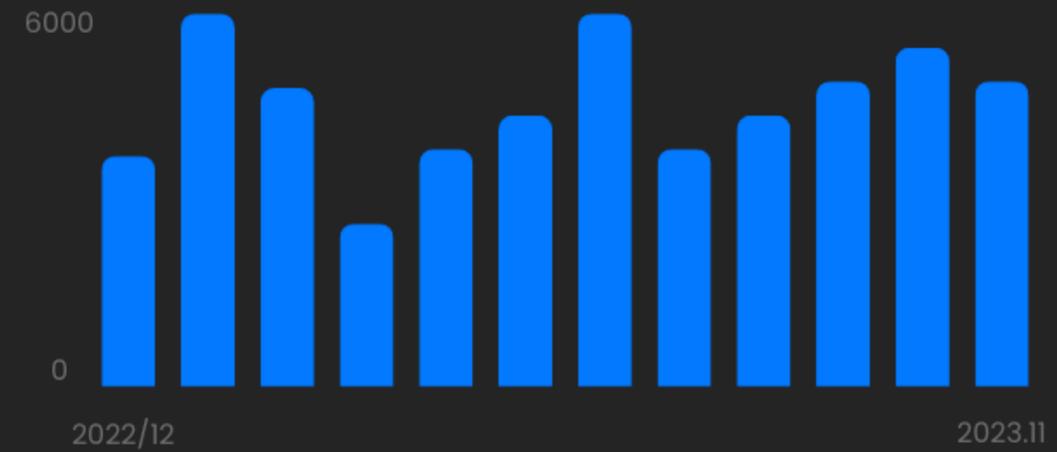


3 차트 디자인 시스템

지난 14일의 햄버거 판매량
총 6380 개 판매



지난 12개월의 사이드메뉴 판매량
총 165,380 개 판매



좋은 데이터 시각화

좋은 시각화의 대전제

시그널은 최대화 노이즈는 최소화

사람이 한 번에 처리할 수 있는 정보량에는 한계가 있기 때문에 “정보 전달의 효율성” 을 생각해야 함



Photo 1



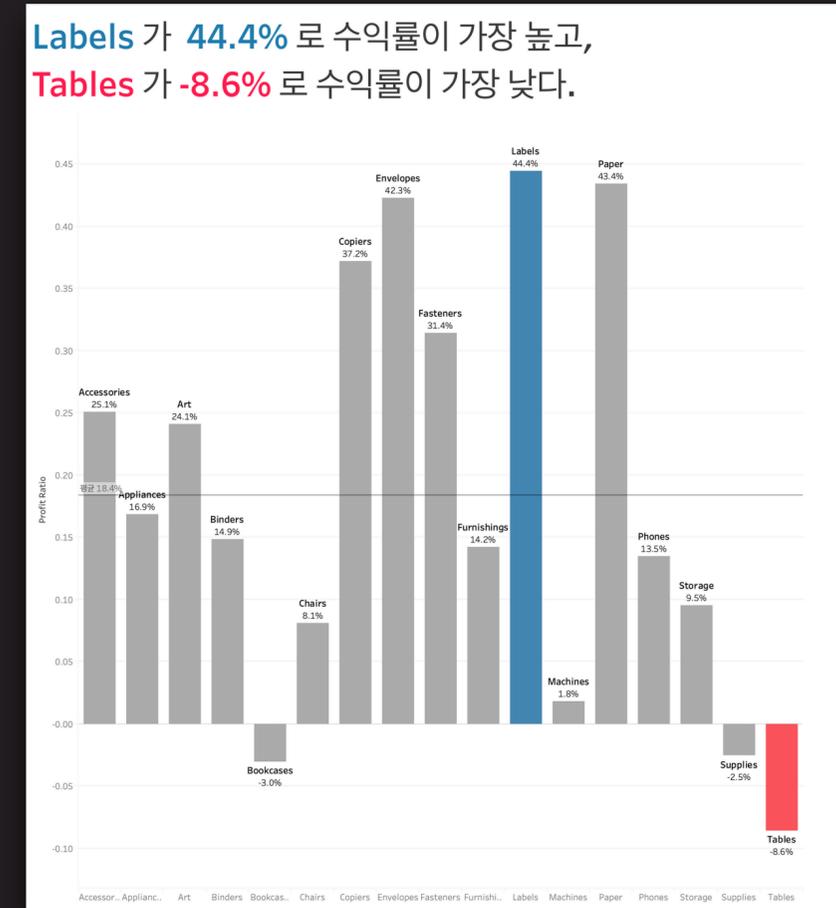
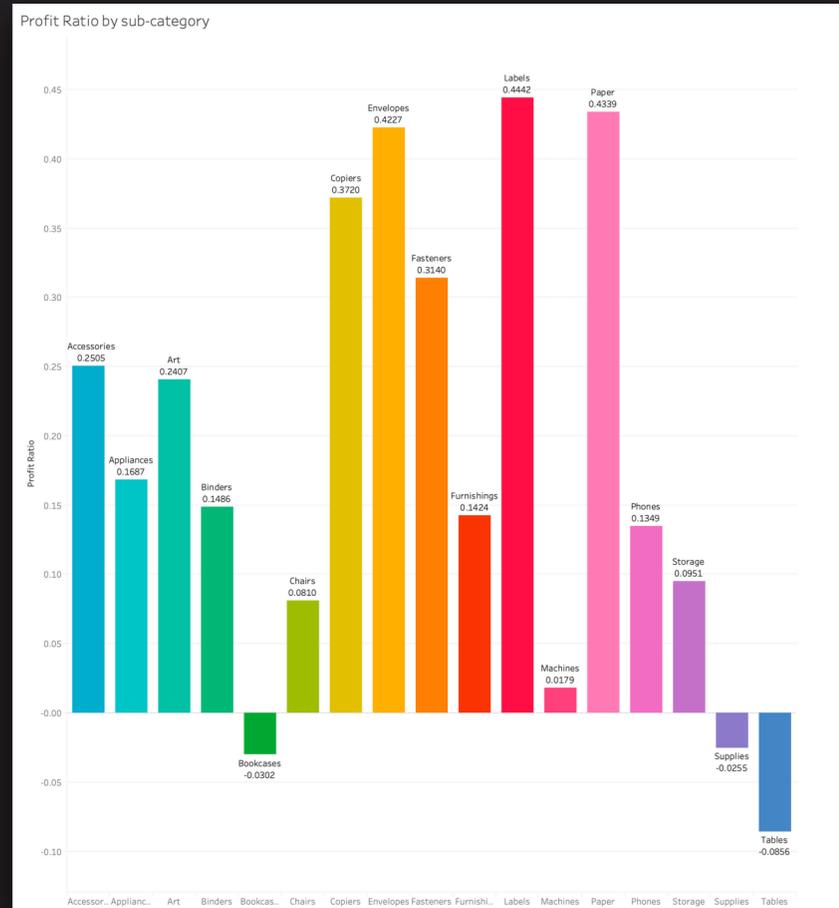
Photo 2

꽃 하나에 포커스한
2번 사진에 더 눈이 감

좋은 데이터 시각화

데이터 잉크 비율 높이기

표현하고자하는 데이터 외에는 불필요한 장식을 없애 심플하게 만들자 🙌 커뮤니케이션을 위해



좋은 데이터 시각화

설득력 있는 차트를 위한 조건

얼마나 정확하고 자세한지가 아니라

중요한 것을 얼마나 쉽게 확인할 수 있는지가 중요

좋은 데이터 시각화

미묘한 차이에도 정확하게 비교할 수 있는 순서

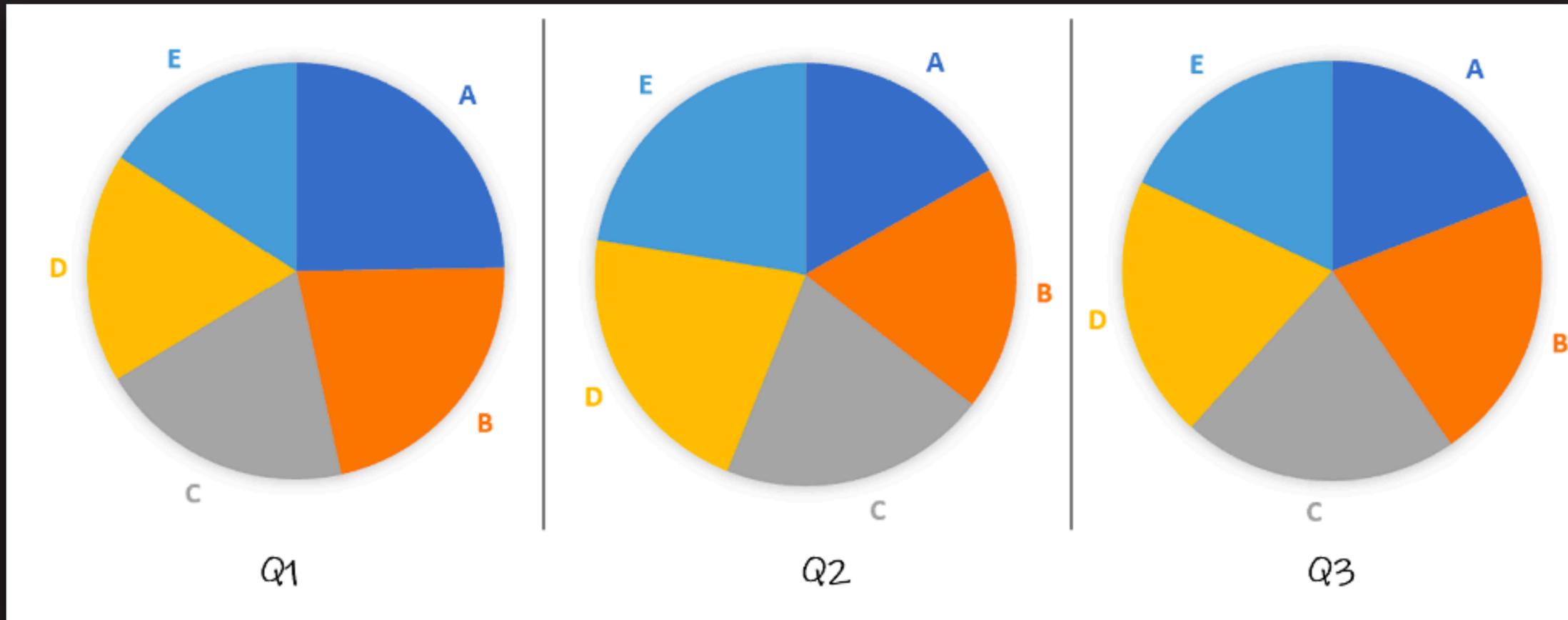
위치 > 길이 > 방향 > 각도 > 면적 > 부피 > 채도

👍 막대 차트 (길이) 는 미묘한 길이도 판별할 수 있어 가장 일반적으로 사용

👎 파이 차트(각도) 와 영역 차트(면적) 는 인간의 눈에 정확하게 인식되기 어려움

좋은 데이터 시각화

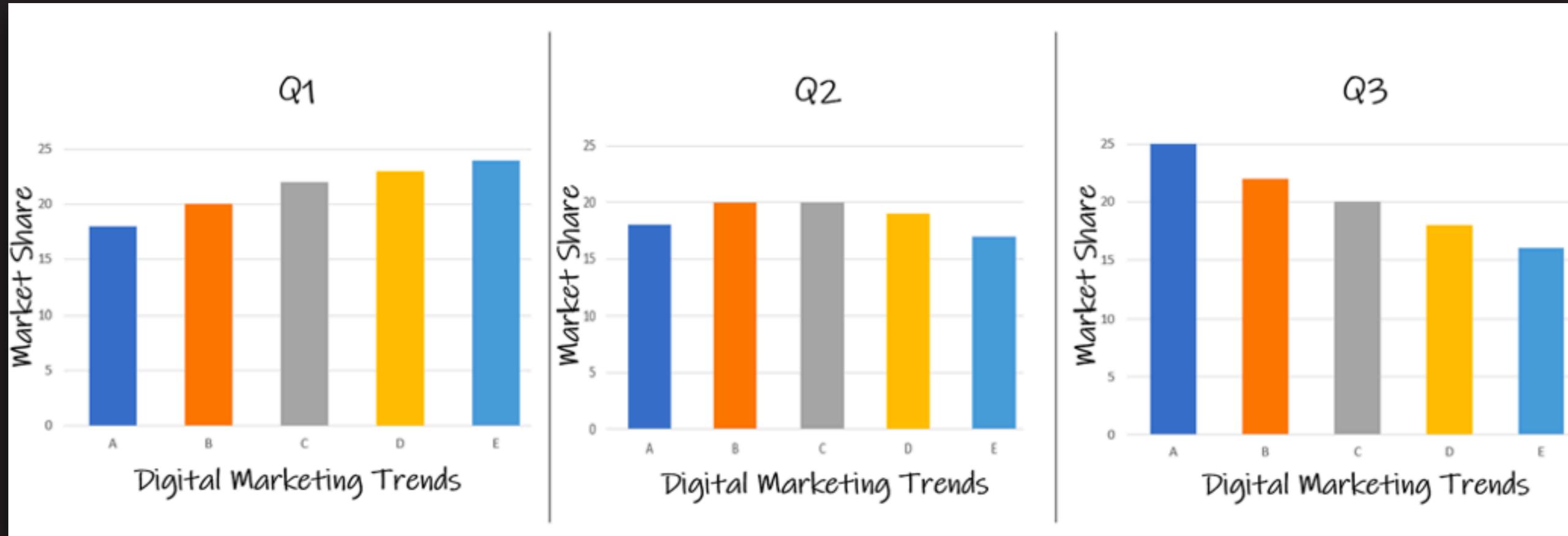
각도 비교하기 어려움



Source : <https://onlinedegrees.sandiego.edu/>

좋은 데이터 시각화

길이 가장 긴 막대부터 비교 가능

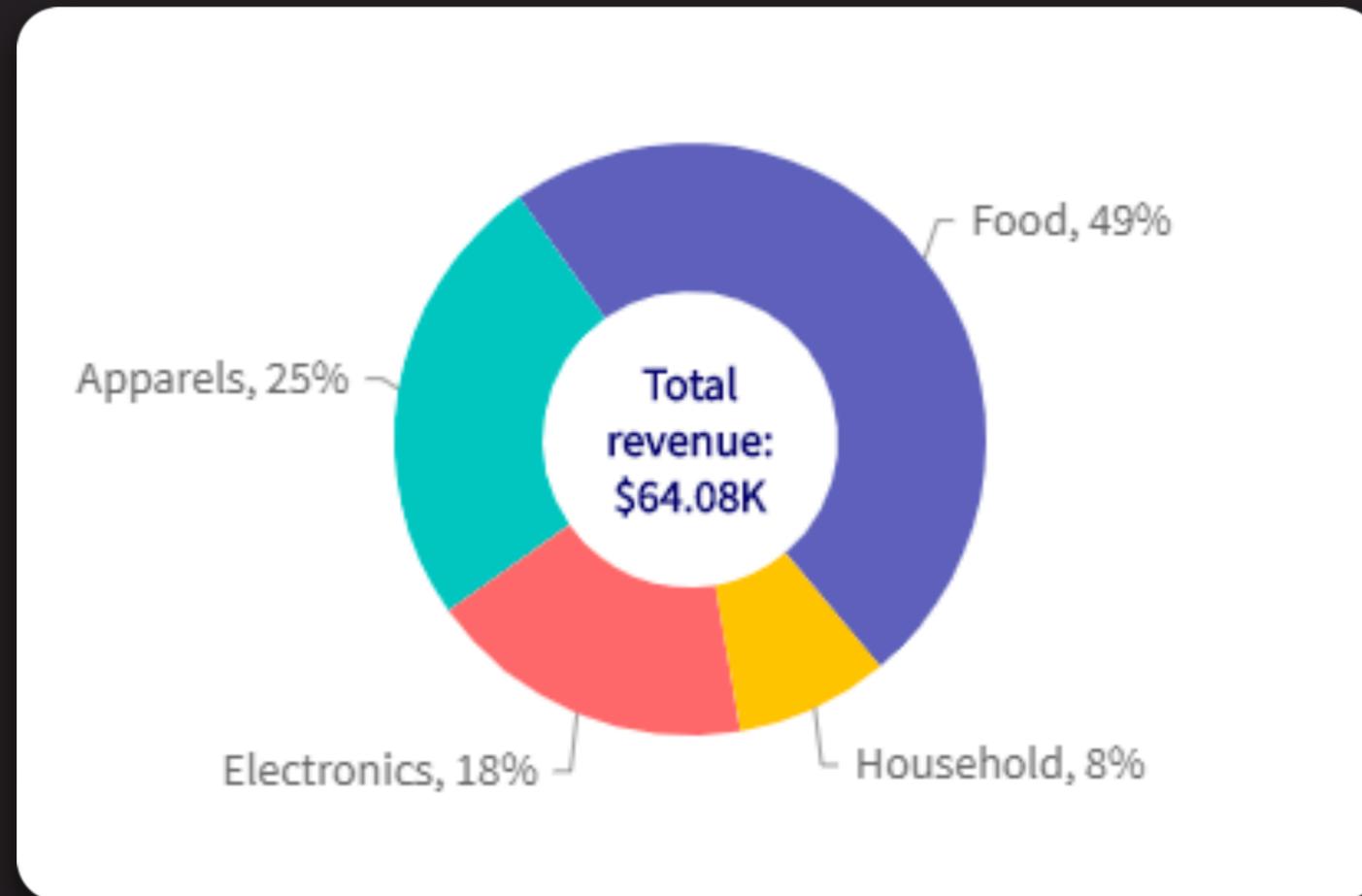


Source : <https://onlinedegrees.sandiego.edu/>

좋은 데이터 시각화

만약 그래도 비율을 나타내고 싶다면 파이 차트보다

정확한 길이 속성과 텍스트 정보까지 함께 쓸 수 있는 **도넛 차트**를 쓸 것!



데이터 시각화의 목적

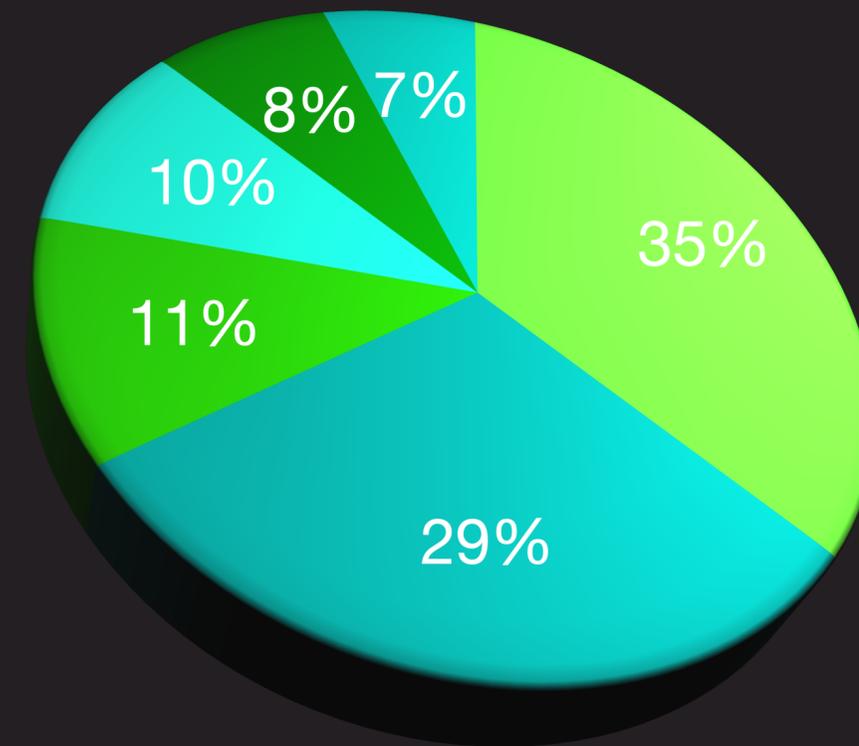
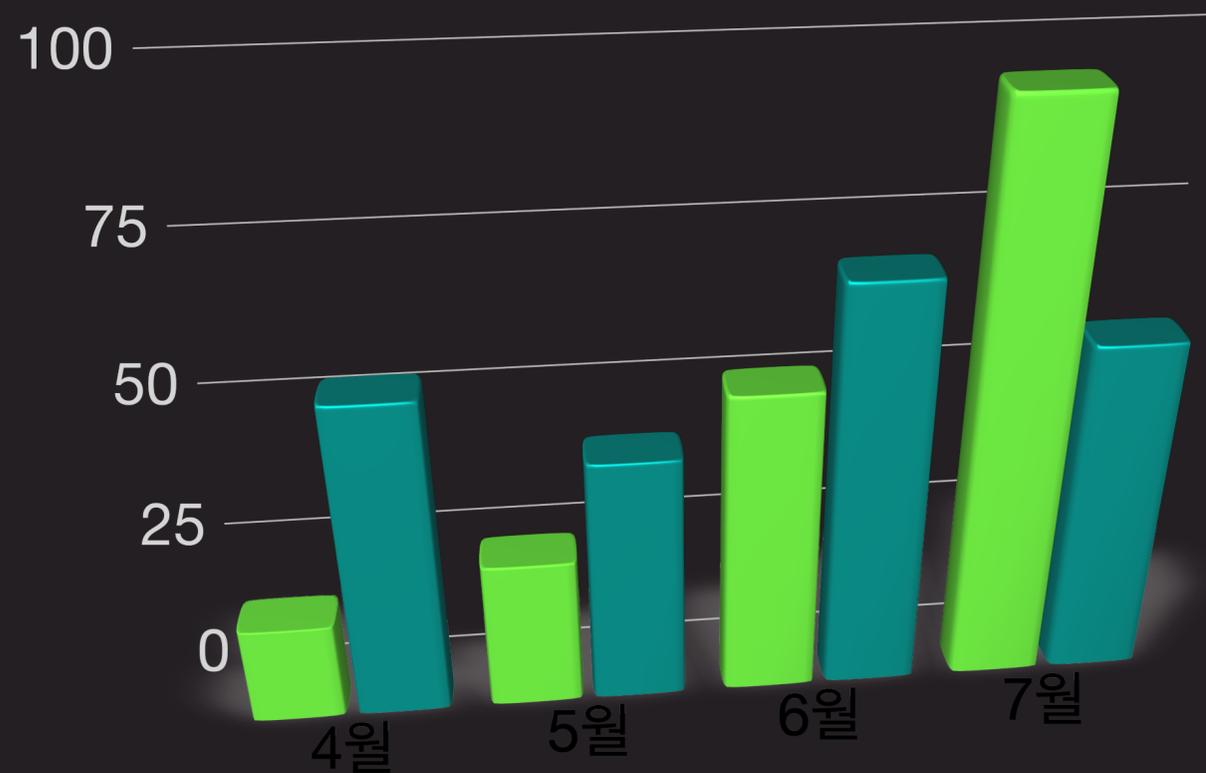
목적은 커뮤니케이션

여기서는 **Explanatory Analysis** (설명형 분석) 대상으로 설명합니다!

- ✓ 질문에 대한 **핵심 메시지**가 명확한가?
- ✓ **Action Item** (행동을 촉진하는 내용) 이 있는가?
- ✓ 상대방과 나 사이에 공유된 **컨텍스트**를 고려했는가?
- ✓ **인사이트**를 얼마나 **이해하기 쉬운 형태로 전달**하는가?

3D 차트는 쓰지 않는다 !

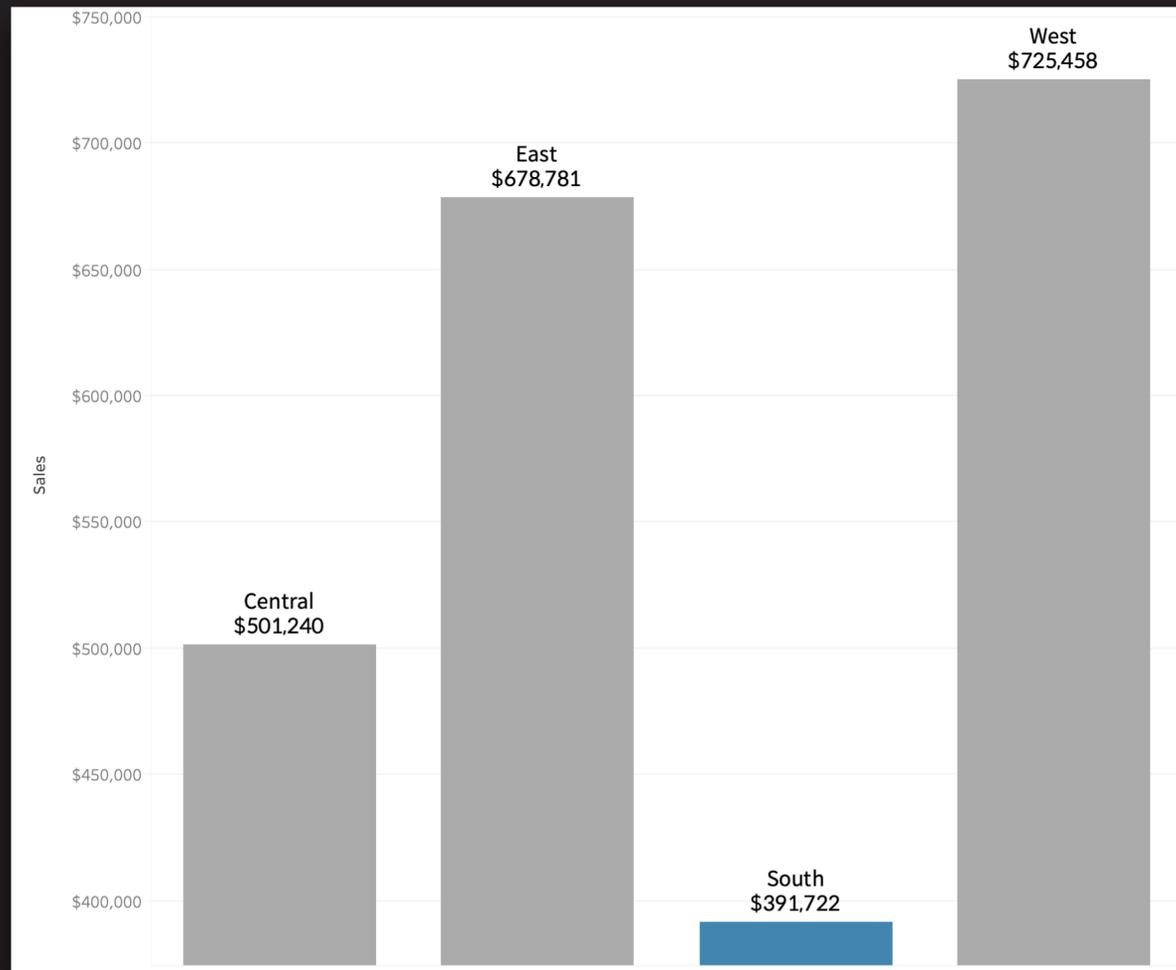
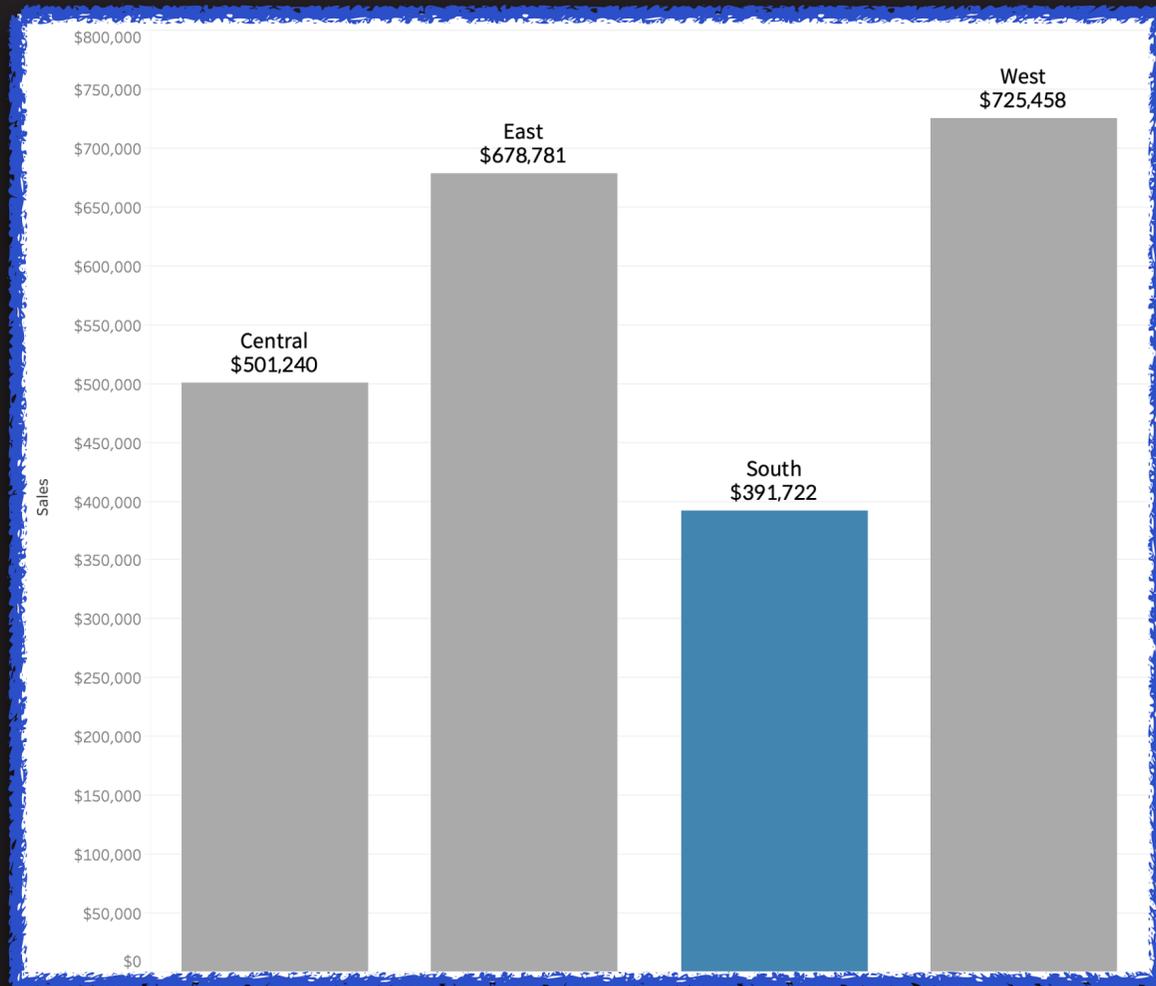
정확한 사실이 전달되지 않을 뿐더러 왜곡된 정보전달



데이터 시각화 테크닉

막대그래프의 축은 반드시 0부터 시작한다!

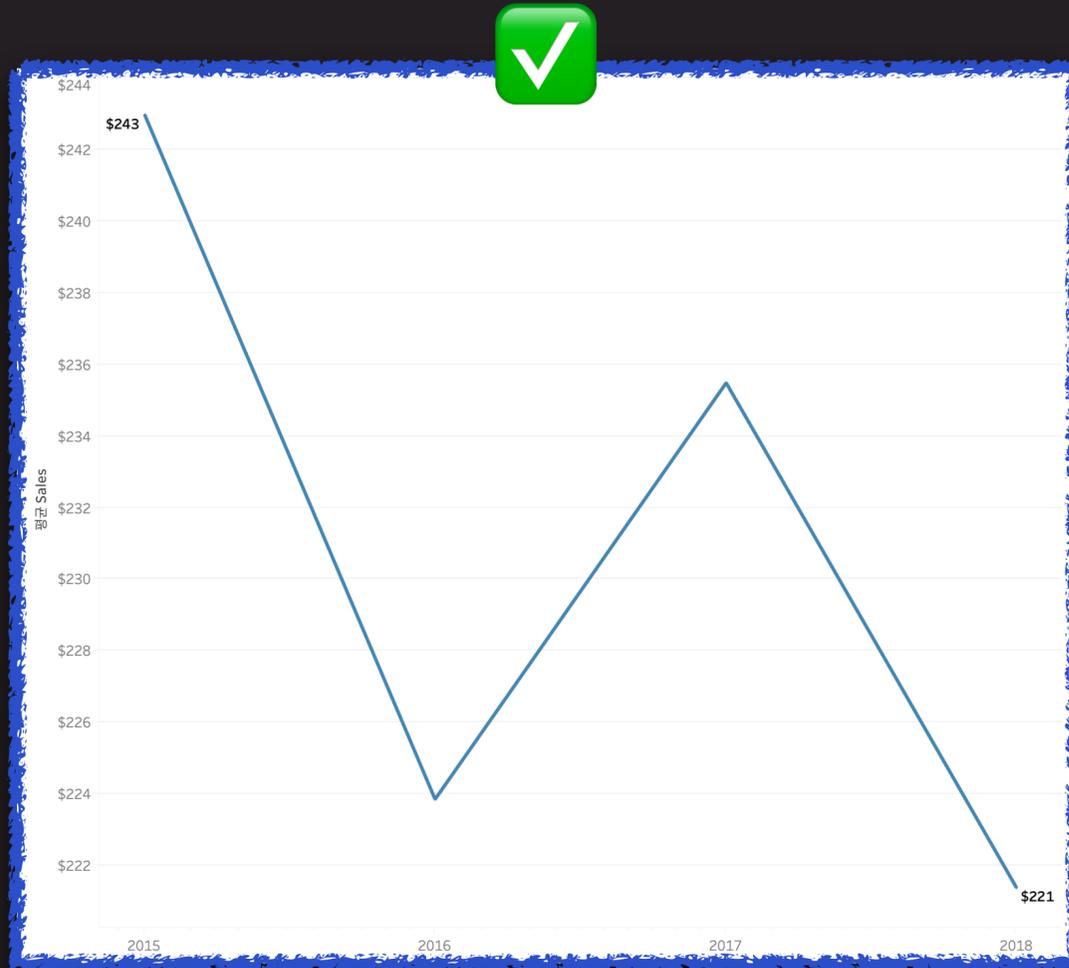
차이가 과도하게 강조되어 사실을 왜곡하게 됨



데이터 시각화 테크닉

꺾은선 그래프의 축은 잘라내도 괜찮음

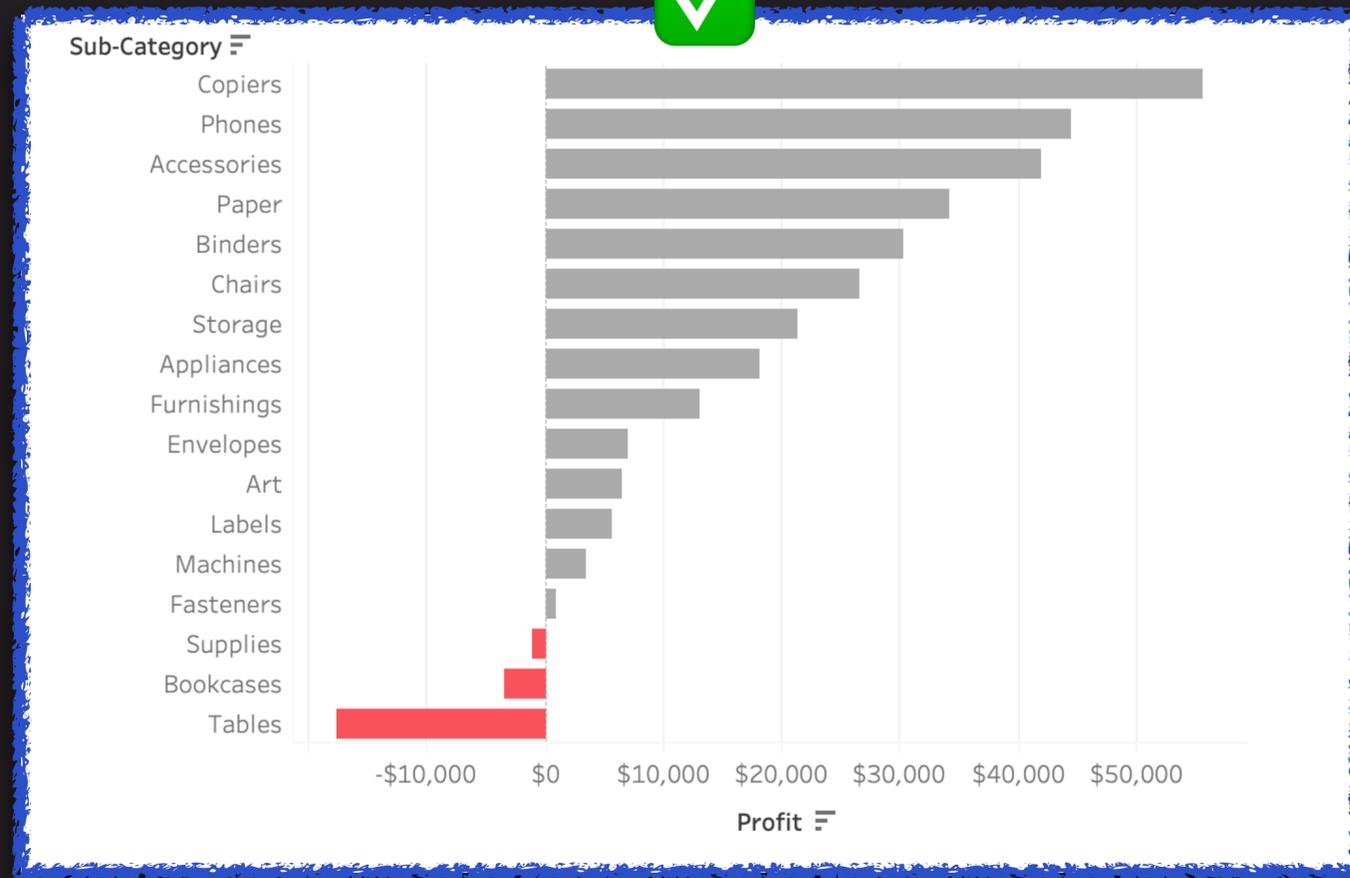
트렌드를 나타내는 꺾은선 그래프의 가장 중요한 역할은 선의 기울기로 경향을 파악하는 것



데이터 시각화 테크닉

색은 강조하고 싶은 요소에만 사용하자

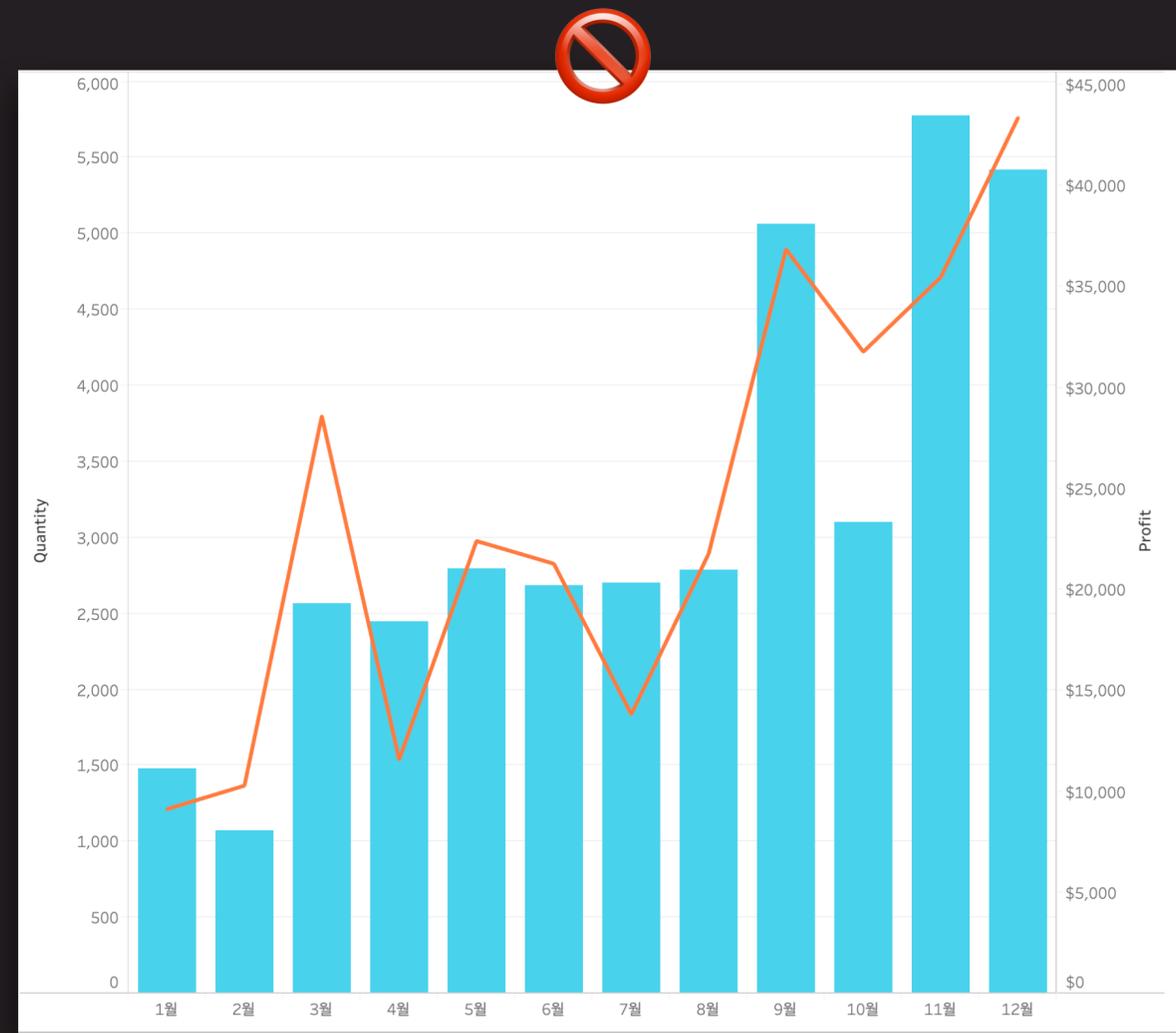
색상에 시각화의 목적을 반영해서 보는 사람에게 명확하게 메시지를 전달할 수 있도록



데이터 시각화 테크닉

이중축은 혼란의 여지가 있다

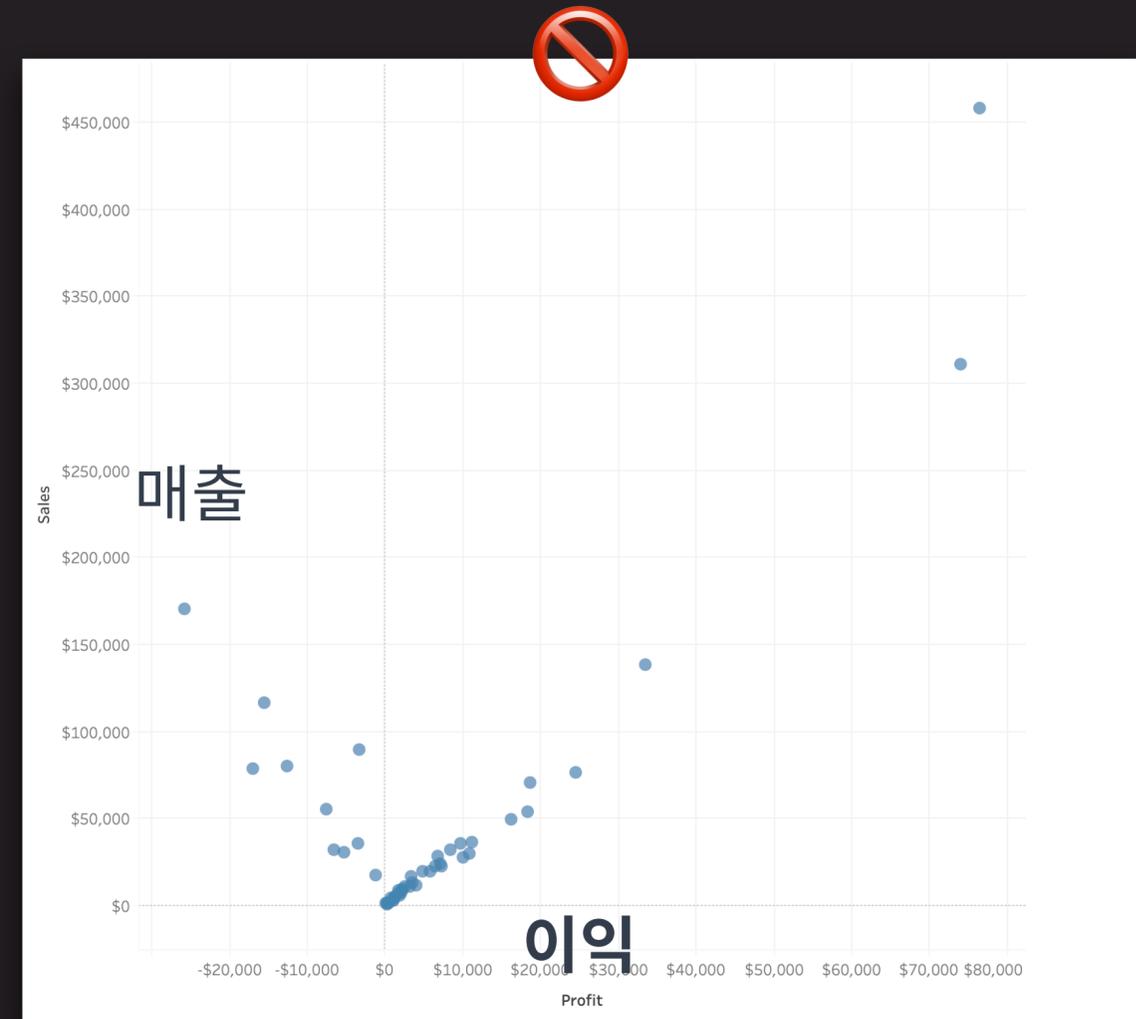
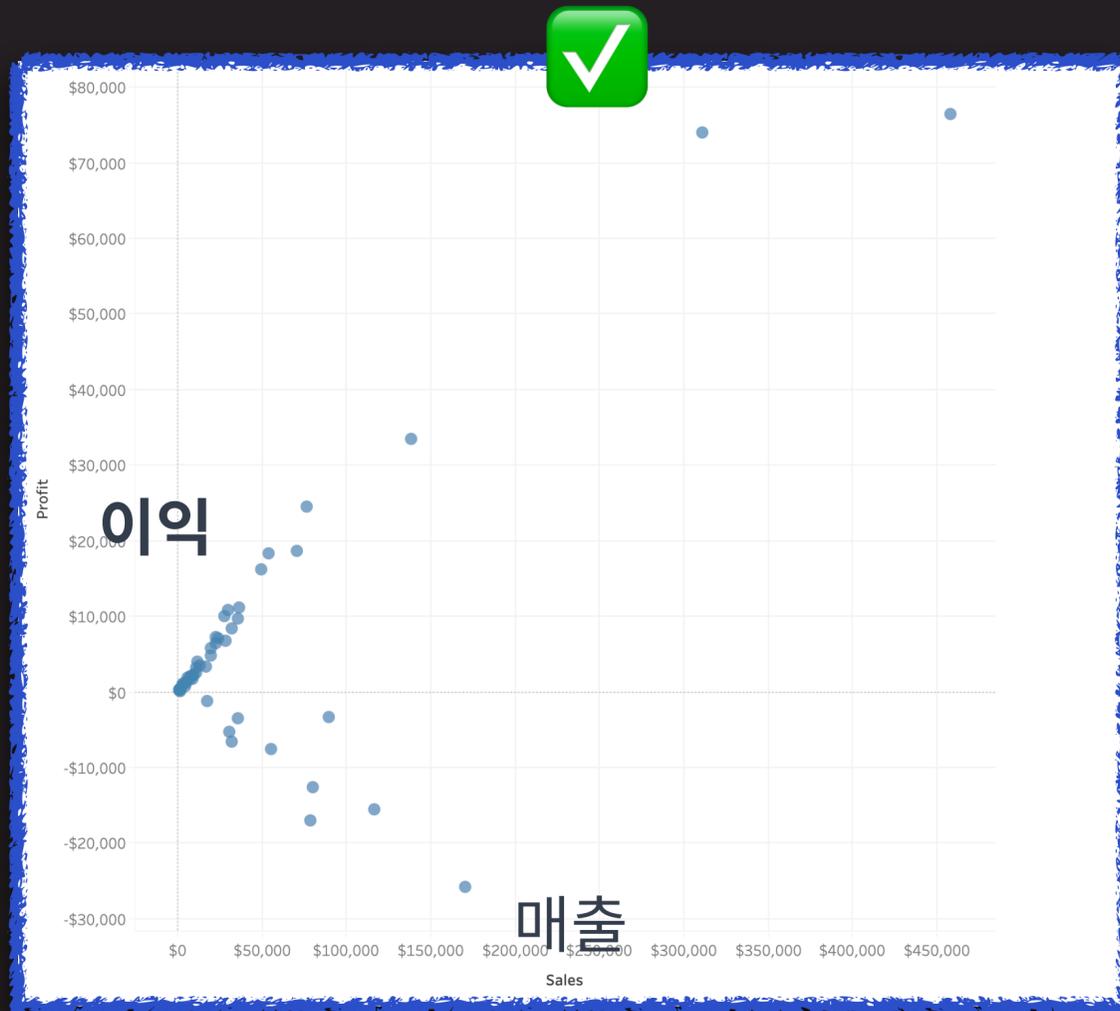
어느 쪽 축이 막대이고 어느 쪽 축이 선인지 불분명해 이해하기 어려움



데이터 시각화 테크닉

산포도는 가로축에 선행지표, 세로축에 후행지표를 표시

산포도의 상관관계는 인과관계를 나타내지는 않지만, 일반론으로 성립된다고 생각하는 경우 해석하기 쉽게 하기 위해



시간 축은 가로축이 기본

시간을 가로로 배치하는 편이 경향을 인식하기 훨씬 편리함

