

Grafici e tabelle: come usare i numeri nelle slide

di Emanuele Mascherpa

Se devi convincere un'audience della validità della tua idea, vendere un prodotto o persuadere delle persone a fare qualcosa, lo *storytelling* è lo strumento più efficace, ma a volte, oltre alla storia, serve una base numerica (quantitativa) per dare supporto alle tue idee. La maggior parte delle volte è sufficiente citare a voce il dato o il numero che ti serve. Altre volte serve un approccio più visivo, soprattutto se devi mostrare più di un singolo dato numerico. In questo caso le **tabelle** e i **grafici** possono essere dei potenti mezzi a supporto della tua presentazione. Devono però essere semplici da leggere e, soprattutto, devono raccontare una storia o portare a galla in modo visivo l'evidenza che vuoi mostrare.



Usare uno strumento per qualcosa per cui non è stato progettato è difficile: prova a mangiare una zuppa con la forchetta anziché col cucchiaio e te ne renderai conto. Lo stesso vale per i software per presentazioni (PowerPoint, Keynote ecc): per essere efficaci, quando usiamo tabelle e grafici, dobbiamo scendere a compromessi e trovare una forma adatta alla proiezione. Dimentica quindi tabelle chilometriche e grafici con 25 colonne e 30 righe. Per quelli ci sono i report o le brochure dettagliate che servono molto meglio allo scopo. Vediamo, allora, come usare al meglio le tabelle e i grafici.

Le tabelle

Partiamo da un esempio: il numero di pacchetti di caramelle venduti in 9 paesi europei.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Inseriamo la tabella all'interno di una slide con un titolo. Come vedi la leggibilità peggiora con il rischio che ti ascolta perda l'attenzione e l'interesse per quello che stai dicendo. Una slide del genere è difficilmente visibile, soprattutto dalle file in fondo alla sala.

Vendita pacchetti di caramelle 2012-2015

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Ci sono **3 regole** (consigliate da Edward Tufte) per rendere efficace e leggibile la visualizzazione dei dati:

- 1. Prima di tutto mostra i dati.** I numeri sono la parte interessante, quello che ti serve per avvalorare la tua storia. È questo che devono vedere le persone sedute di fronte a te.
- 2. Massimizza la quantità d'inchiostro che trasmette informazioni (*data-ink*).** La percentuale di inchiostro che veicola informazione deve essere massimizzata: i nomi, i numeri, i dati importanti.
- 3. Minimizza la quantità d'inchiostro che non trasmette informazioni (*non data-ink*).** Tutti gli elementi decorativi: le griglie, il grassetto, i colori devono essere eliminati, a favore della chiarezza e della supremazia del dato (inchiostro) che veicola informazioni.

Negli esempi qui sotto, nota come il *data-ink* rimane invariato (numeri, sedi, nomi), mentre il *non data-ink* viene man mano eliminato. Nota come la leggibilità della tabella aumenta gradualmente.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Togliamo i grassetto nei nomi dei paesi e snelliamo le linee orizzontali.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Snelliamo la griglia usando il grigio invece che il nero.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Eliminiamo cornice esterna e colonne.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Eliminiamo anche le righe.

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Aumentiamo lo spazio tra le righe per aumentare anche la leggibilità e rendere più facile l'individuazione specifica di una cifra (es. le vendite di caramelle della Germania nel 2014).

	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Ecco il risultato finale confrontato con l'originale.

Vendita pacchetti di caramelle 2012-2015					Vendita pacchetti di caramelle 2012-2015						
	2012	2013	2014	2015	Totale		2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	1.720.297	3.469.301	Svizzera	265.048	336.193	147.763	1.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208	Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267	Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291	Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699	Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667	Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726	Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204	Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620	Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983	Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Ora la tabella è molto più leggibile e facile da seguire per il pubblico.

Nota, però, che anche una tabella semplice come questa contiene 50 dati (10 righe x 5 colonne). Sono molte informazioni e il rischio è di dover investire 5/10 minuti (che sono tantissimi in una presentazione) per spiegare un'unica slide.

Se proietti tutti questi dati, rischi che le persone inizino a guardare e ad analizzare la tabella in dettaglio, con il risultato che non ascolteranno più ciò che stai dicendo. Ulteriore problema: una volta che te li sei persi per strada, difficilissimo recupererai: presentazione inutile. *Bye-bye and thank you.*

Non rischiare di perdere l'audience, **quando presenti guida subito il pubblico dove t'interessa.** Nel caso qui sotto le vendite di pacchetti di caramelle in Germania per far notare l'aumento di vendite nel 2013 e nel 2015 dovuto al lancio di 2 nuovi tipi di caramelle.

Paese	2012	2013	2014	2015	Totale
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Svizzera	265.048	336.193	147.763	1.720.297	3.469.301
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Ecco il risultato finale in slide. Aggiungiamo anche due cerchi rossi. L'attenzione è subito focalizzata proprio dove volevi che l'audience si concentrasse.

Vendite pacchetti caramelle 2012-2015

Paese	2012	2013	2014	2015	Totale
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Totale	7.785.822	9.062.654	5.352.483	26.305.024	48.505.983

Quando usi le tabelle nelle presentazioni, ricorda che i numeri devono fornire il sostegno numerico (quantitativo) alla tua storia, o illuminare l'*audience* dando un flash di informazioni quantitative su di un particolare argomento. Se ti serve entrare nel dettaglio dei numeri, conviene usare un report oppure un documento (Word, Pages ecc) e non una presentazione a slide.

Se invece vuoi dare una visione d'insieme a una situazione quantitativa, conviene usare i grafici.

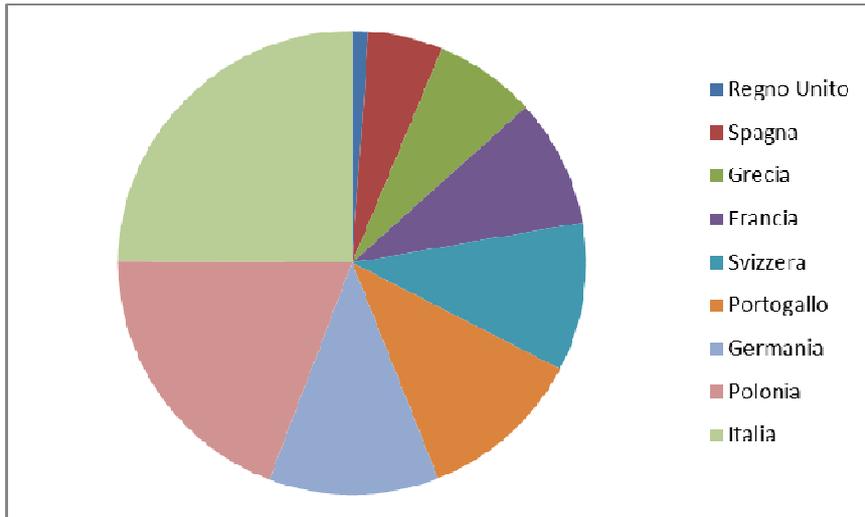
I grafici

Partiamo con i medesimi dati di vendita dei pacchetti di caramelle. Ora, però, vuoi analizzare con l'*audience* i dati di vendita del 2015. Sono 9 paesi: non consideriamo il totale delle vendite dell'anno.

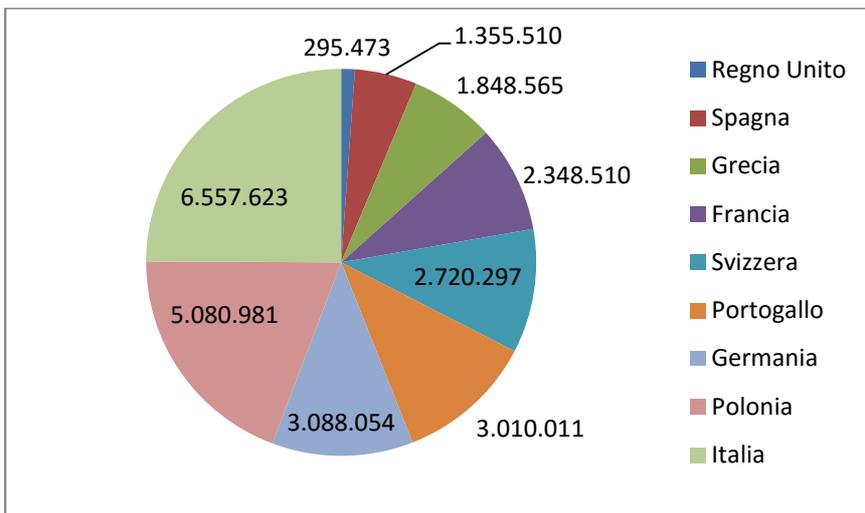
	2012	2013	2014	2015	Totale
Svizzera	265.048	336.193	147.763	2.720.297	3.469.301
Spagna	215.918	519.645	415.135	1.355.510	2.506.208
Francia	330.744	1.188.975	712.038	2.348.510	4.580.267
Italia	2.260.573	2.951.819	1.665.276	6.557.623	13.435.291
Regno Unito	842.666	189.473	300.087	295.473	1.627.699
Germania	944.765	2.259.105	946.743	3.088.054	7.238.667
Grecia	615.411	551.663	391.087	1.848.565	3.406.726
Polonia	1.311.355	741.125	428.743	5.080.981	7.562.204
Portogallo	999.342	324.656	345.611	3.010.011	4.679.620

Quando i dati da analizzare sono più di 5/6, ti consiglio di usare un grafico. Ma quale tipo di grafico usare?

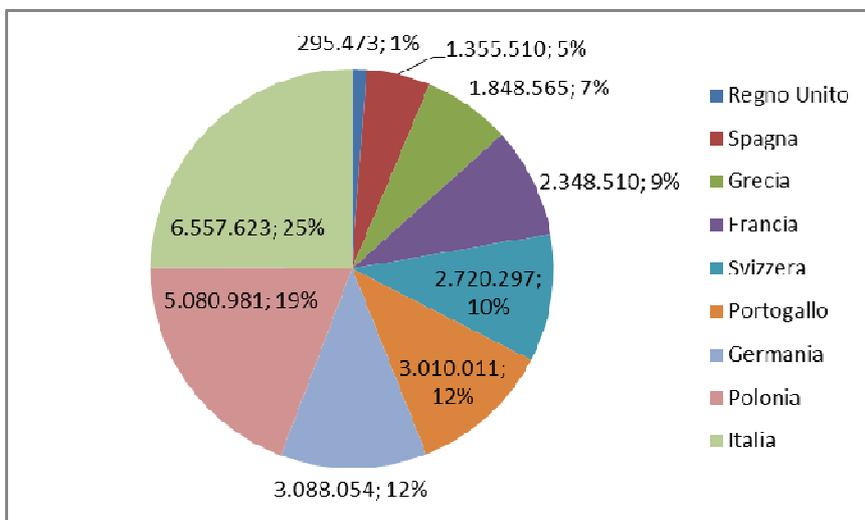
La prima tentazione sarebbe di usare un bel grafico a torta. Di solito fa molto professionale, e poi la torta piace a tutti. Ecco il risultato.



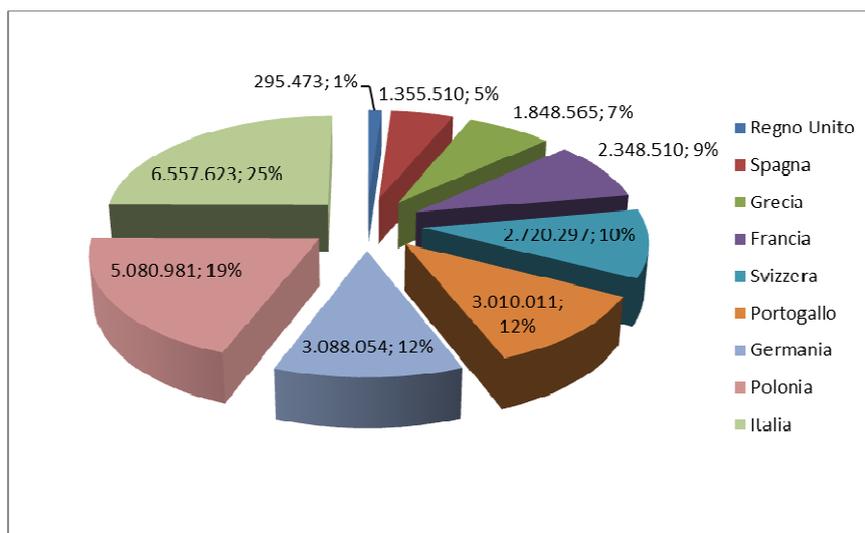
Un attimo, così non si capisce molto: aggiungiamo i dati di vendita.



Aggiungiamo anche le percentuali, così chiariamo meglio il grafico all'audience.



Ecco. Adesso ci manca solo di farlo in 3D, e siamo a posto.



Ecco, fatto.

Ora, immagina di proiettare questo grafico. Ecco il dialogo tra i tuoi spettatori Carlo e Andrea:

Carlo: «Aspetta, aspetta!!! Il Portogallo che colore è? Non capisco. È quello al 19%?».

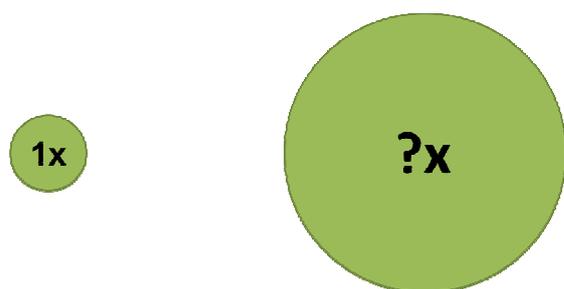
Andrea: «No quello lì è rosa, è la Polonia. Il Portogallo è quello al 12%.».

Carlo: «Scusa, sono daltonico. Che cos'ha appena detto quello che presenta?».

Andrea: «Boh. Non ho neppure capito perché ci sta facendo vedere questo grafico?».

Troppo tardi. Oramai hai perso la loro attenzione. -2. Se ti è andata bene, sennò -3,-4. E magari altri che non ti seguono più. Hai appena perso la tua possibilità e mi sa che non tornerà più.

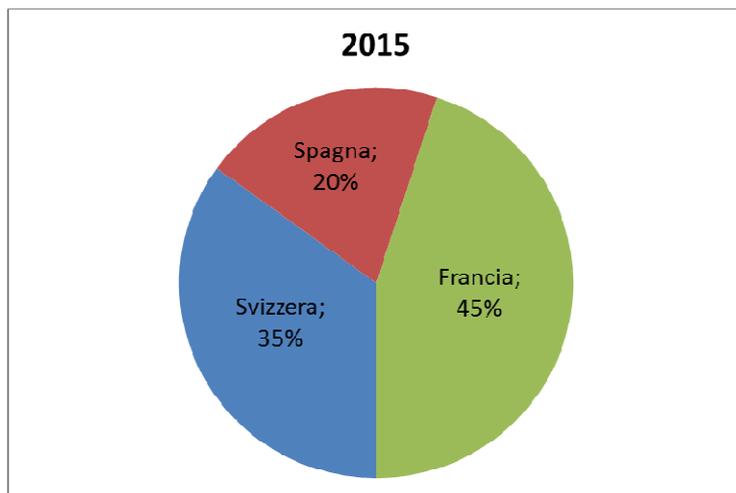
Oltre ai colori, ai numeri e alla quantità dei dati (troppi), c'è un ulteriore problema quando utilizzi il grafico a torta: il cervello è uno strumento stupendo, ma non è fatto per distinguere le differenze tra aree o volumi. Per esempio: a prima vista è difficile capire quanto il cerchio più grosso sia maggiore del piccolo. Prova a indovinare.



La risposta è: 14 volte.

Hai indovinato? Se sì: grande!!! Ma più probabilmente avrai detto 10 volte, o 5 volte, oppure 20.

Ripeto: il cervello non è fatto per distinguere le differenze tra aree o volumi, perciò è meglio lasciar stare i grafici a torte. Vanno banditi, a meno che non abbiano **massimo 3 informazioni e ben distinte** tra loro.

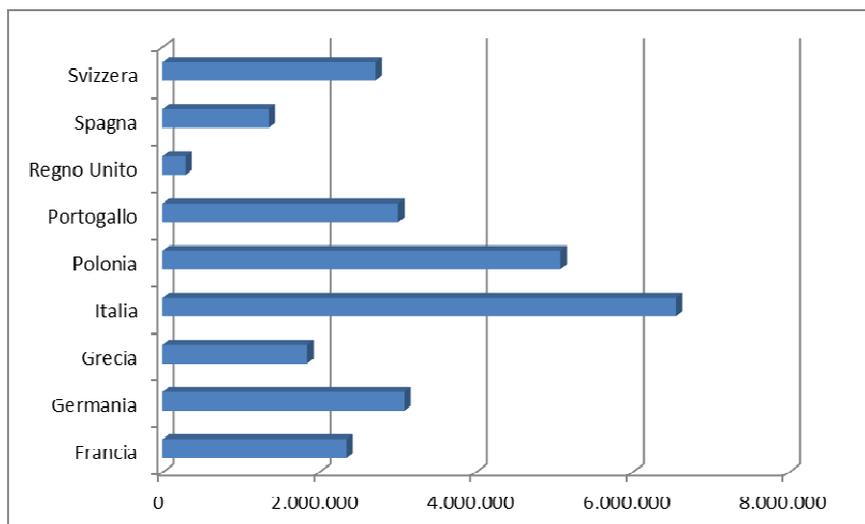


Abbandonato il grafico a torta, puoi fare due scelte:

1. devi mostrare delle quantità (vendite di pacchetti di caramelle): usa i **grafici a barre**.
2. devi mostrare dei dati che hanno a che fare con l'ordine cronologico o lo scorrere del tempo (vendita dei pacchetti di caramelle dal 2012 al 2015): usa gli **istogrammi**.

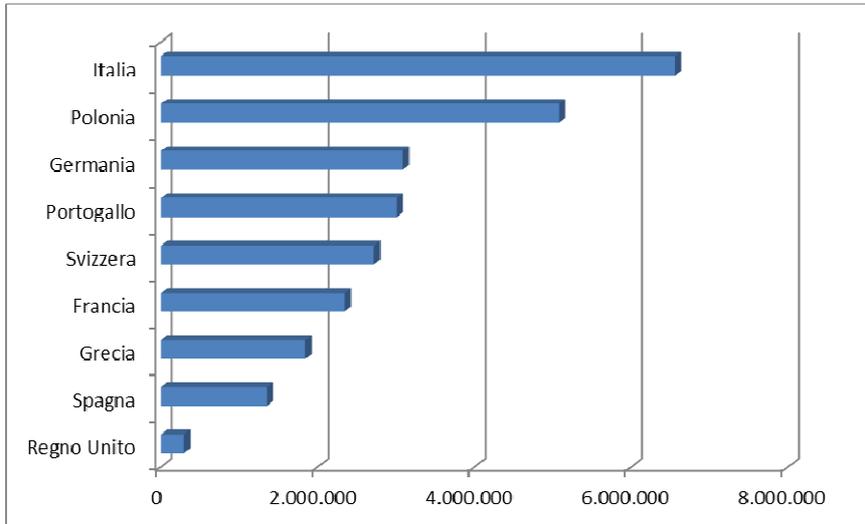
Grafici a barre

Sono adatti a mostrare quantità, graduatorie, percentuali.



Siamo portati, per cultura, a voler capire chi è il primo, chi è l'ultimo e dove noi ci posizioniamo rispetto agli altri. La prima cosa che l'audience fa guardando un grafico come questo (l'ho fatto anch'io, forse l'hai fatto anche tu) è capire chi è il primo e chi è l'ultimo.

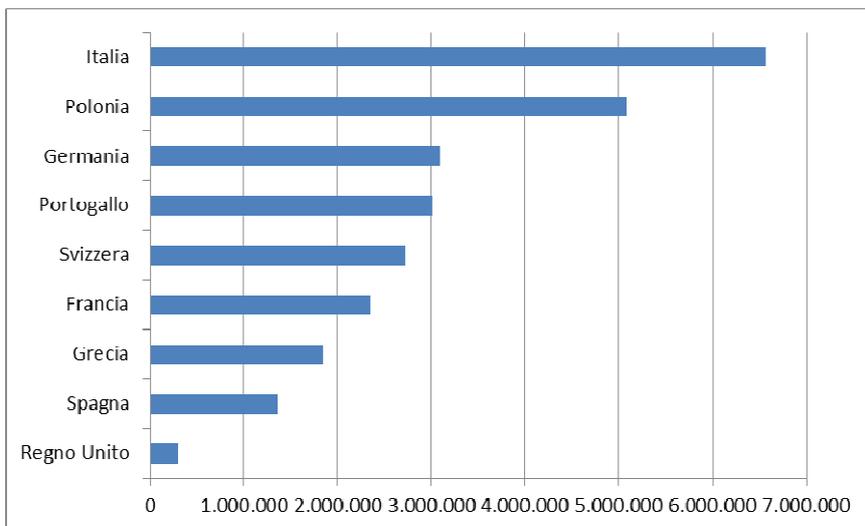
Inoltre, il primo sta normalmente in alto. L'ideale, quindi, è mettere i dati in ordine decrescente e semplificare la vita a chi sta guardando.



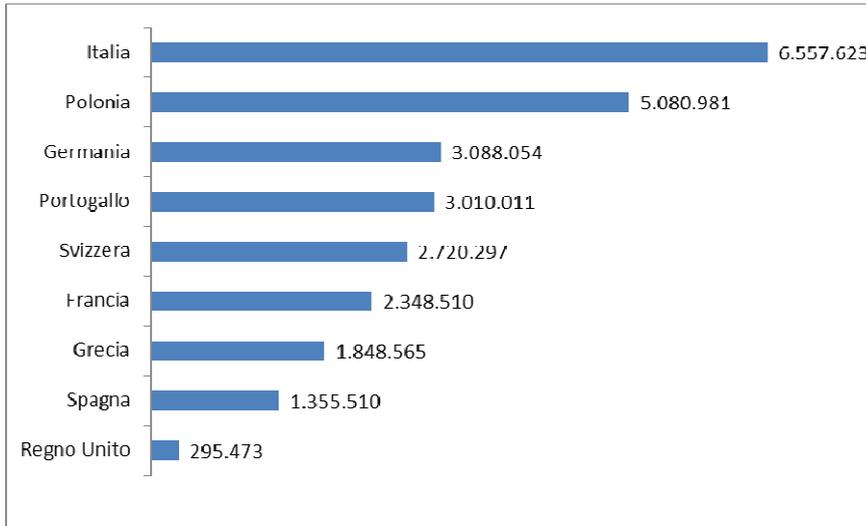
In questo modo si vede subito che l'Italia è il paese che vende più caramelle, mentre il Regno Unito è il paese che ne vende di meno.

Ora, proviamo a semplificare il grafico togliendo un po' di *non-data ink*.

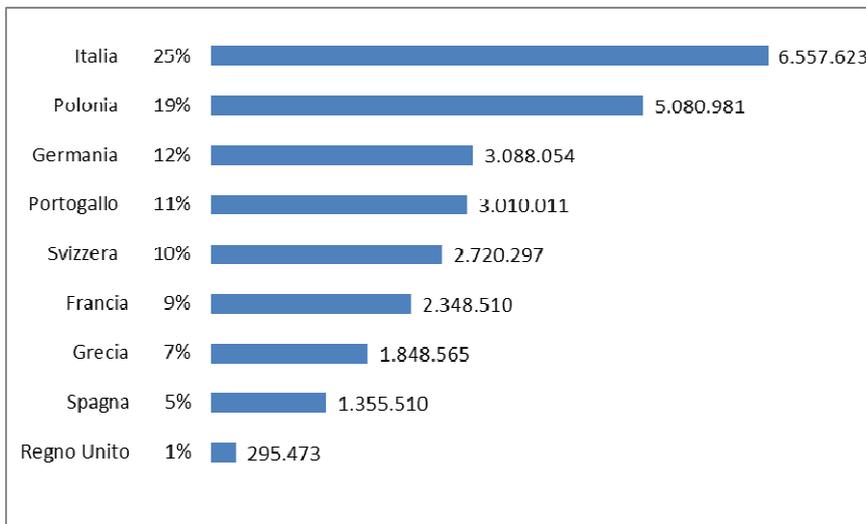
Da 3 a 2 dimensioni.



Togliamo i valori di pacchetti di caramelle venduti dall'asse orizzontale, e inseriamo i valori in prossimità di ciascuna barra, così sarà più semplice associare il volume delle vendite al paese.

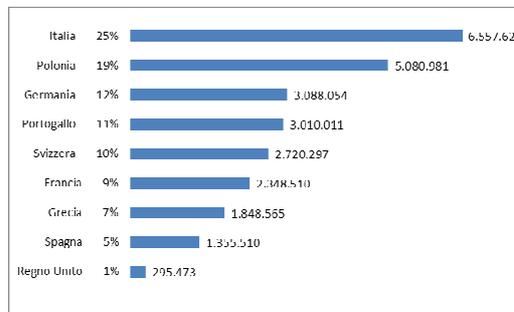
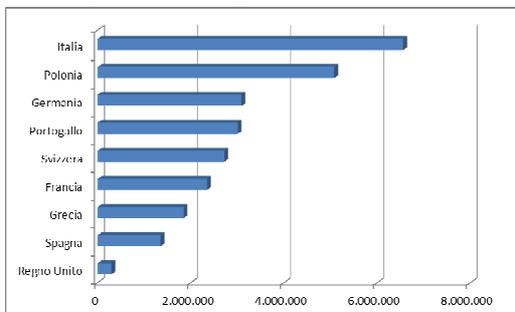


Togliamo la linea dell'asse verticale e aggiungiamo le percentuali di ciascun paese.



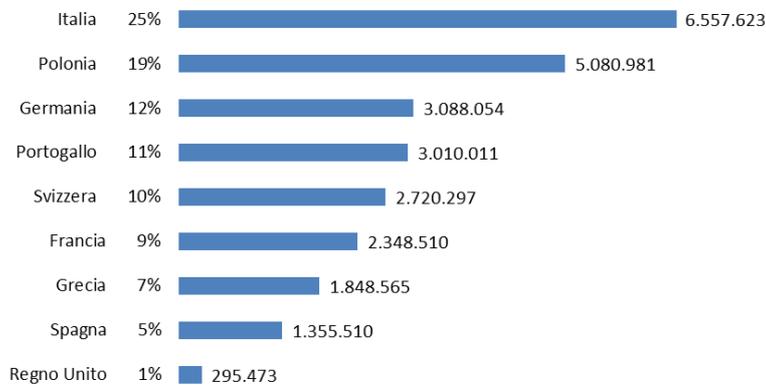
In questo modo, a colpo d'occhio, abbiamo tutti i dati a disposizione: graduatoria dei paesi dal primo all'ultimo, percentuali di vendita, volumi di vendita.

Ecco il prima e il dopo.



Vediamo il risultato finale in slide.

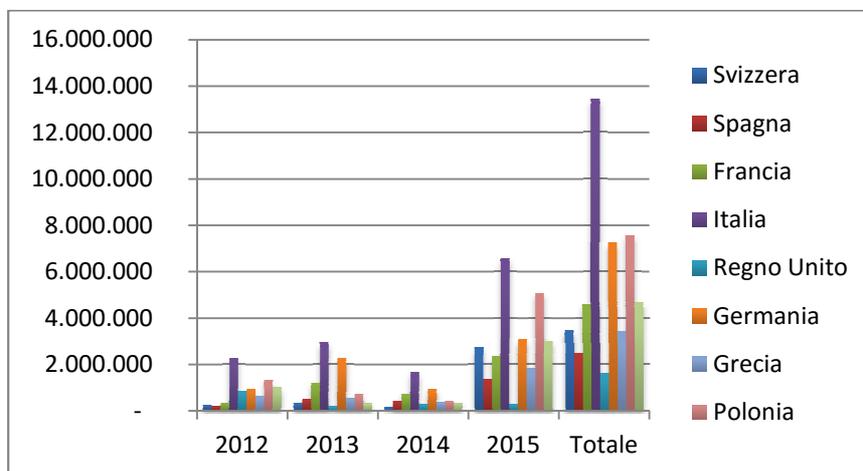
Vendite 2015



Istogrammi

Per l'ordine cronologico, gli istogrammi sono la scelta migliore. Siamo abituati a pensare allo scorrere del tempo da sinistra a destra. Usando questo tipo di grafico aiuterai l'audience a seguire il tuo ragionamento.

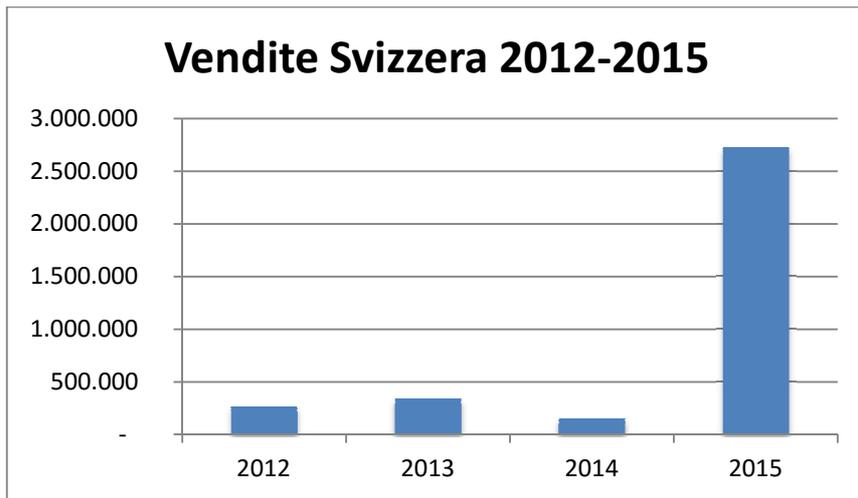
Inutile dire che mostrare l'andamento delle vendite di tutti i paesi (9) dal 2012 al 2015 risulterebbe alquanto problematico.



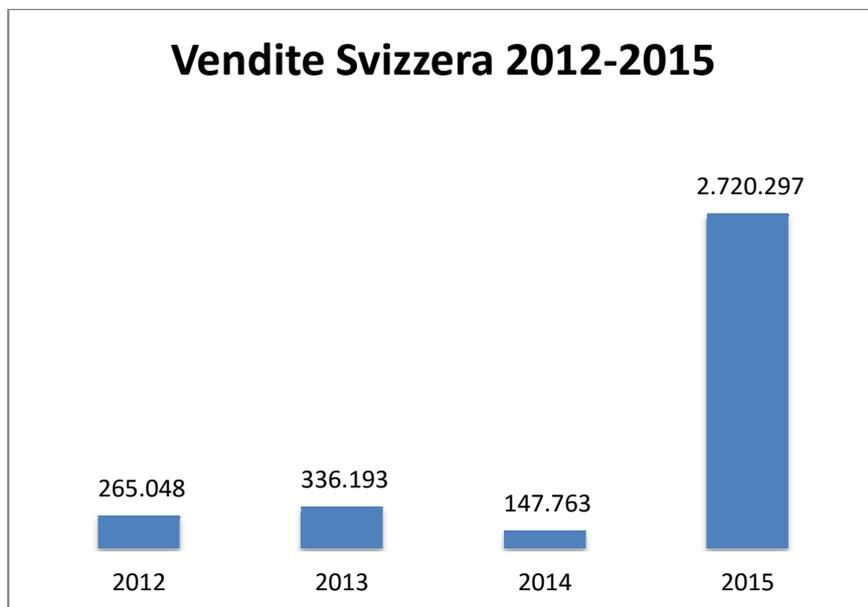
Se devi entrare in questo dettaglio, la slide non è lo strumento adatto.

Bisogna fare delle scelte, concentrare l'attenzione dell'audience e, soprattutto, ricordare che i dati quantitativi servono per avvalorare la tua teoria, raccontare la tua storia, far vedere al pubblico quello che per te è importante.

Esempio: decidiamo di far vedere le vendite di pacchetti di caramelle della Svizzera dal 2012 al 2015.



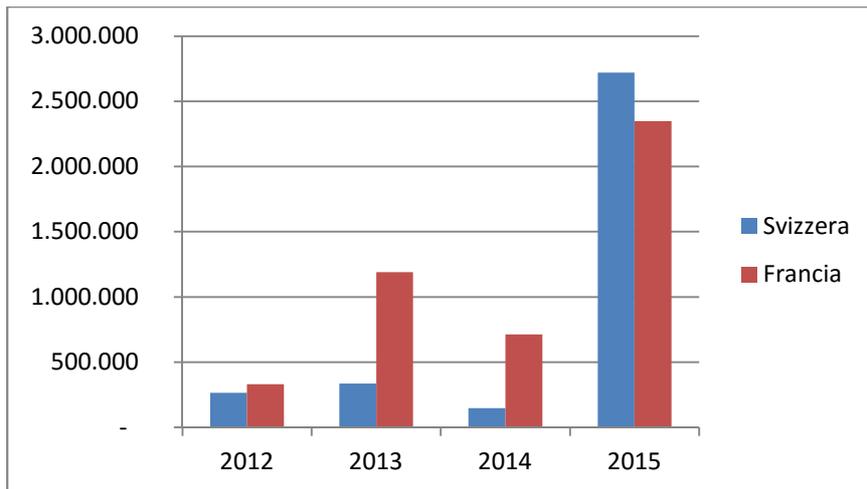
Ricordiamoci di togliere la maggior parte di *non-data ink*.



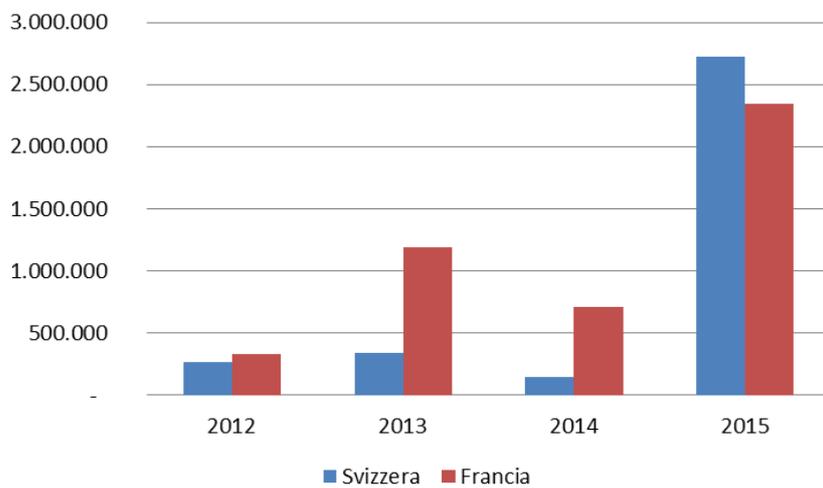
Bello! Esteticamente corretto. Ma in questo caso la storia che i dati raccontano può sembrare un po' secca e noiosa: «ecco i dati!». Punto.

È come se in un film ci fosse solo l'eroe. Nessuna sfida, nessun antagonista.

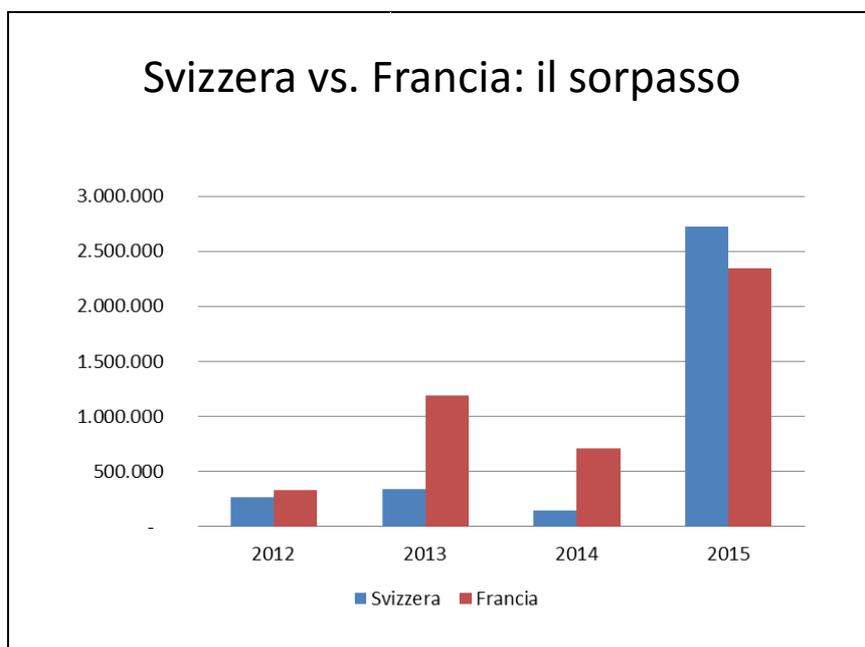
Inseriamo allora un altro personaggio importante nella storia, creiamo una relazione, diamo un po' di *suspance*: mettiamo a confronto due paesi, la Svizzera e la Francia. Ecco il grafico.



Togliamo ancora il *non data-ink*.



Mettiamo il grafico in una slide con un titolo che agganci il pensiero.



Ora il pubblico, vedendo questa slide, si chiede che cosa ha portato la Svizzera a superare le vendite della Francia nel 2015. Magari vuole sapere come incrementare le proprie vendite. Che cosa avrà aiutato la Svizzera a vendere così tanto? Il lancio di una nuova caramella? La formazione fatta alla forza vendita? Il lancio di un nuovo sito internet? Una promozione innovativa? Di sicuro avrai catturato l'attenzione. E avrai una storia da raccontare. L'avrai preparata molto bene prima di andare a presentarla. Ti sarai documentato. Saprai benissimo chi sono le persone in aula (per esempio venditori di caramelle), quali i loro bisogni e le loro curiosità. Avrai scelto delle immagini da inserire nelle slide che suscitino le loro emozioni. E saprai presentare con successo.

Ma questa è un'altra storia. Ne parleremo nel libro che sta per uscire, ***Slide design***.

A presto :-)