

# À faire et ne pas faire dans vos tableaux de bord

Vous avez les données et des informations exploitables, maintenant communiquez vos découvertes

---

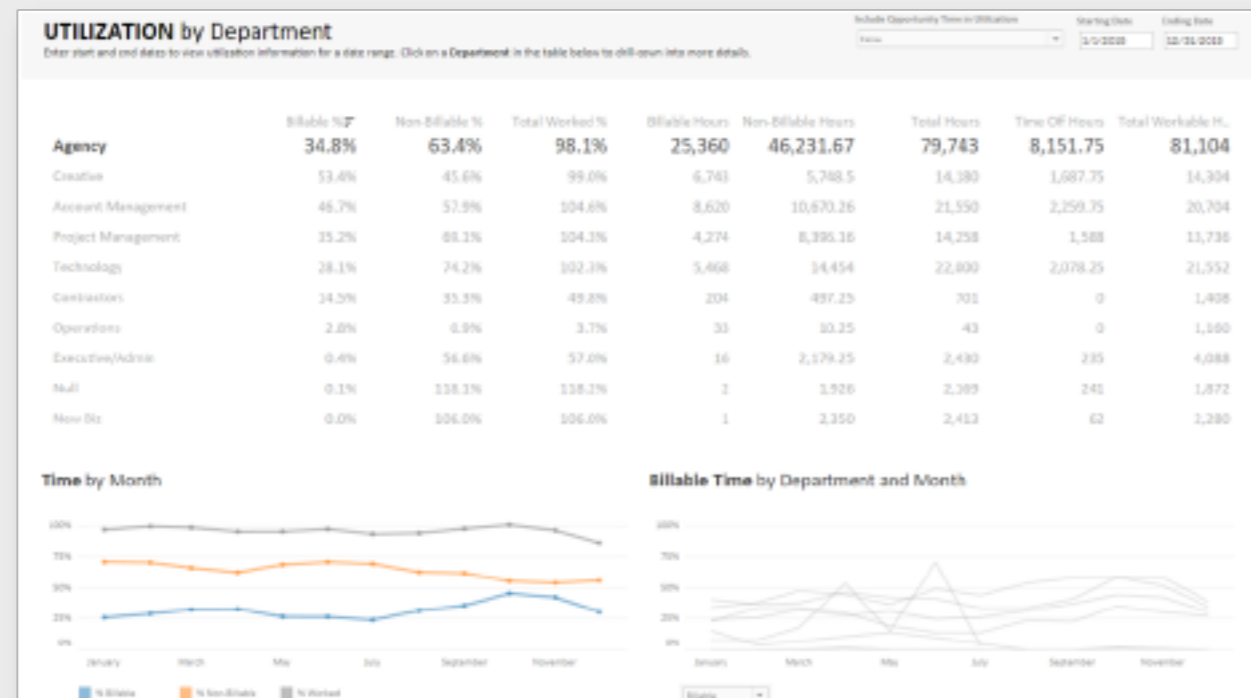
## Vous êtes prêt à créer un tableau de bord.

Le tableau de bord est votre outil de prédilection pour communiquer des informations exploitables concernant un ensemble de données en particulier. Cependant, pour qu'il soit instructif et utile, il ne suffit pas de mettre toutes vos découvertes dans une vue. La préparation et le design sont très importants.

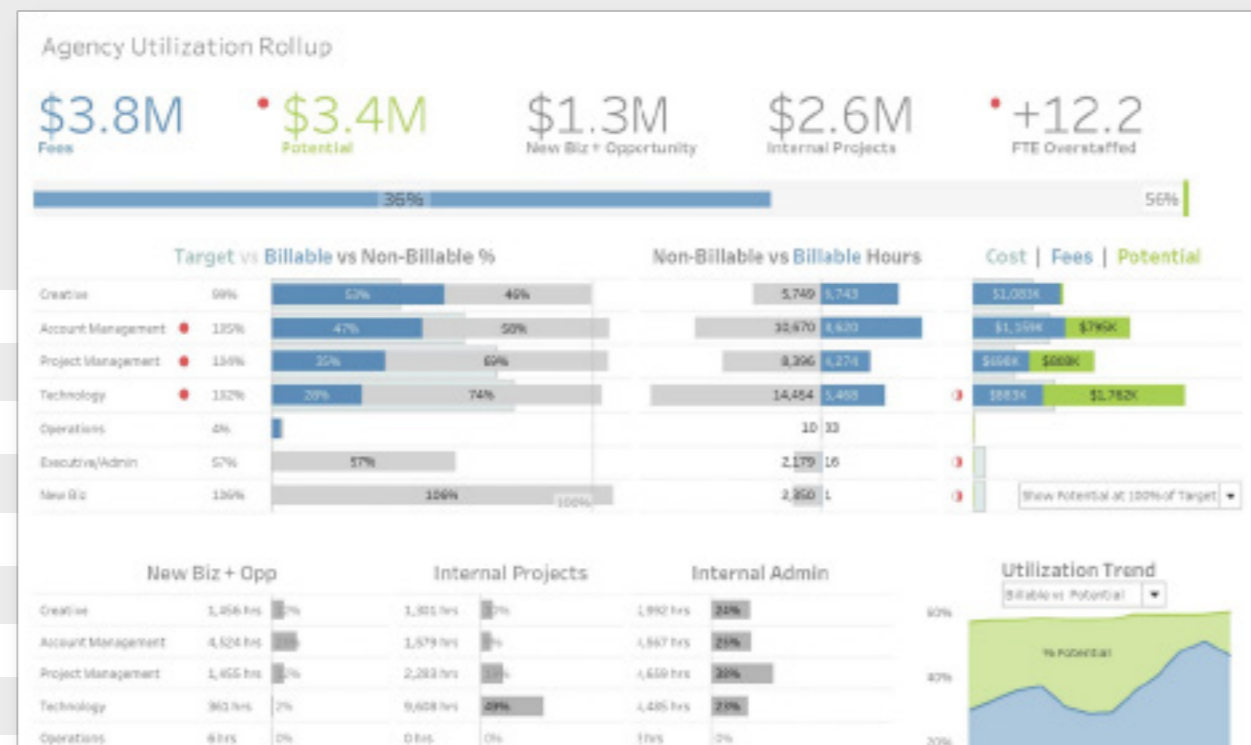
Tableaux de bord extraits de « *The Big Book of Dashboards* »  
de Steve Wexler, Jeffrey Shaffer et Andy Cotgreave

# Découvrez nos conseils pour débiter, savoir quoi utiliser et connaître les erreurs à éviter dans vos tableaux de bord.

Avant :



Après :



## 1 À faire

### Expérimentez, procédez par itération et demandez l'avis des utilisateurs

Vous est-il déjà arrivé de passer de nombreuses heures sur un tableau de bord, pour qu'au final les utilisateurs vous demandent d'expliquer les données qu'il présente ou n'interagissent pas avec comme vous le souhaitiez ?

Pour celui ou celle qui crée le tableau de bord, la manière de l'utiliser et les informations à en retirer paraissent évidentes, mais les autres personnes ne sont pas dans le même contexte.

Créer un tableau de bord efficace nécessite souvent plusieurs tentatives. En plus de procéder par itération pour adapter le tableau de bord à vos besoins, par exemple en modifiant une couleur pour mettre quelque chose en évidence, vous devez vous assurer qu'il sera utile à d'autres utilisateurs. Il est donc très important de recueillir plusieurs avis. Chaque personne a une perspective différente, ce qui peut vous aider à optimiser votre tableau de bord.

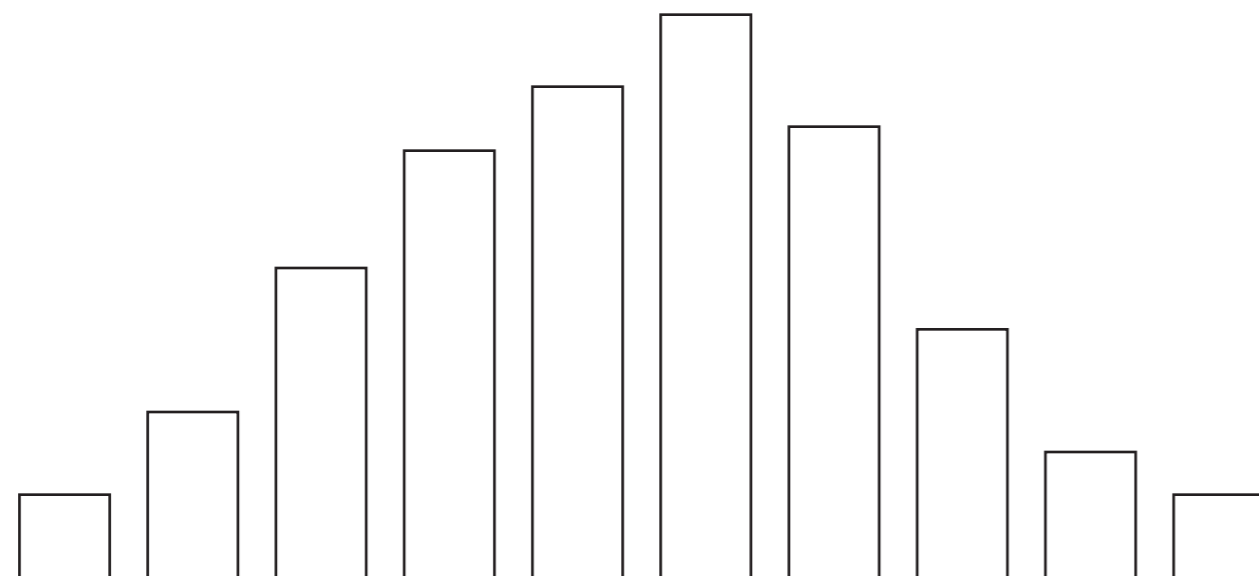
Après plusieurs itérations, le tableau de bord d'origine a été transformé et met maintenant les KPI en évidence dans une interface visuelle qui vient remplacer le tableau.

# 2 À ne pas faire

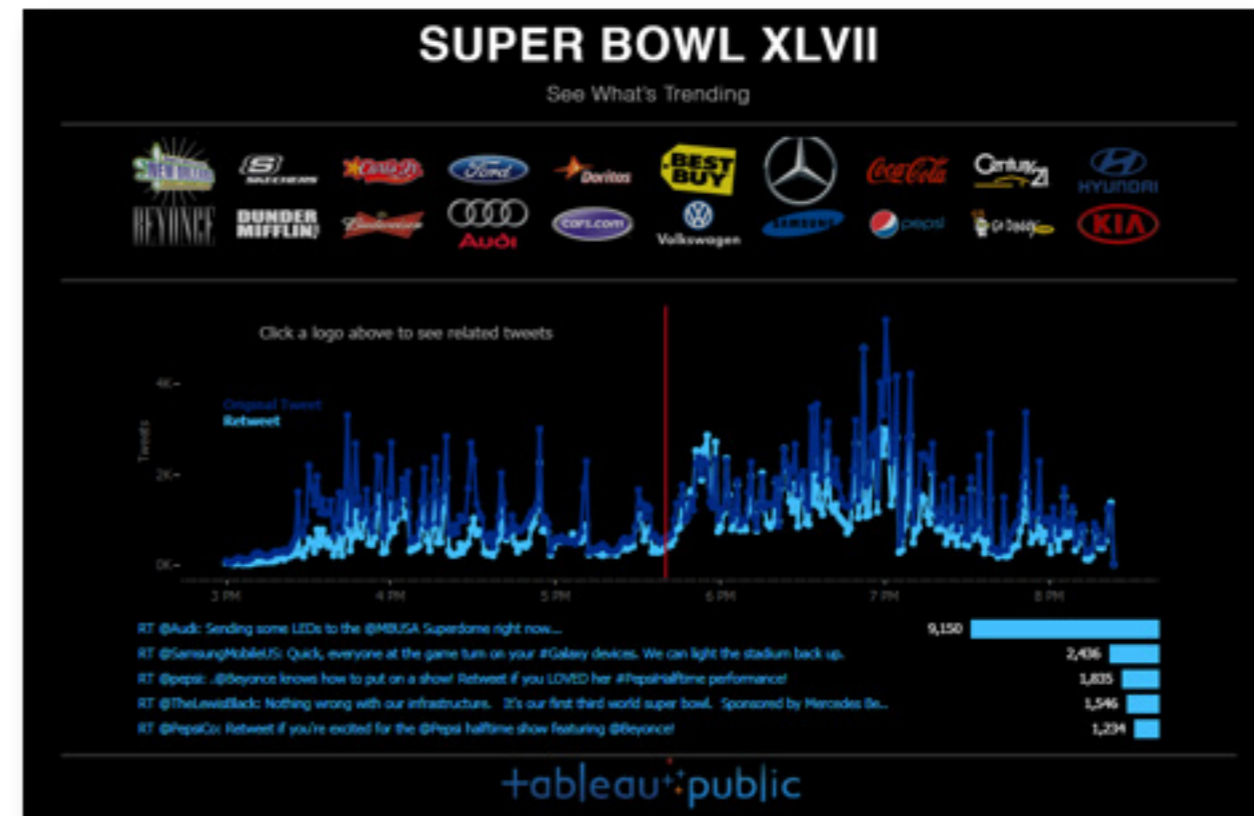
## N'abusez pas des effets de design.

Il est tentant de reproduire une infographie que vous avez trouvée dans un magazine ou sur un site, mais vous devez garder en tête l'objectif de votre tableau de bord. Cherchez-vous à attirer un public aussi large que possible ou à transmettre efficacement vos découvertes à votre PDG, votre responsable ou vos collègues ?

Dans le cadre professionnel, vous devez privilégier la fonctionnalité et la simplicité à l'esthétique. Les graphiques faciles à comprendre et des couleurs de base suffisent à raconter une histoire éloquent. Un tableau de bord facile à comprendre permet de faire passer un message et de montrer votre expertise plus efficacement. Pour avoir l'assurance que le public ciblé pourra comprendre les données, concevez vos tableaux de bord en appliquant les meilleures pratiques visuelles.

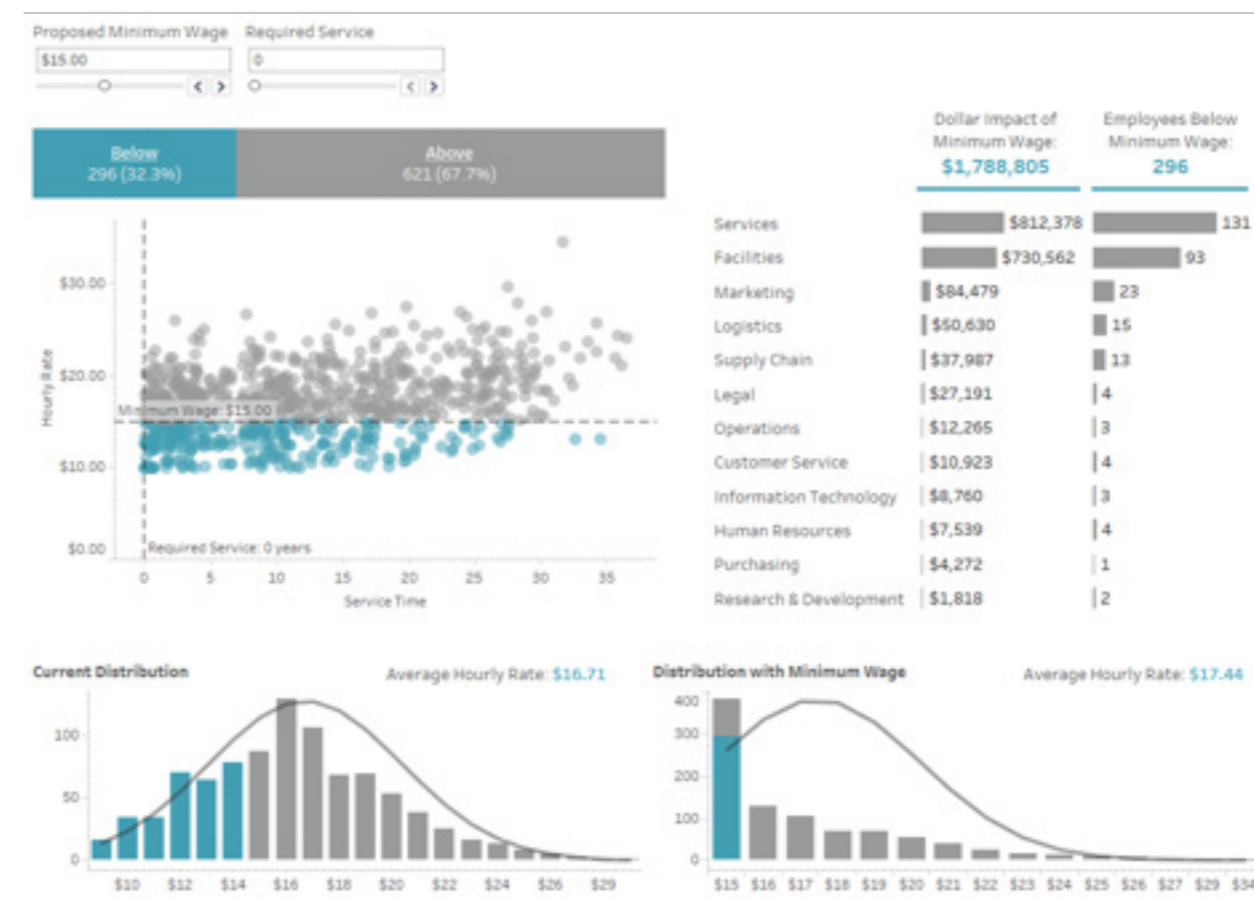


Avant :



Bien que ce tableau de bord soit parfait pour les fans de football américain, il n'est pas vraiment adapté à des scénarios professionnels.

Après :



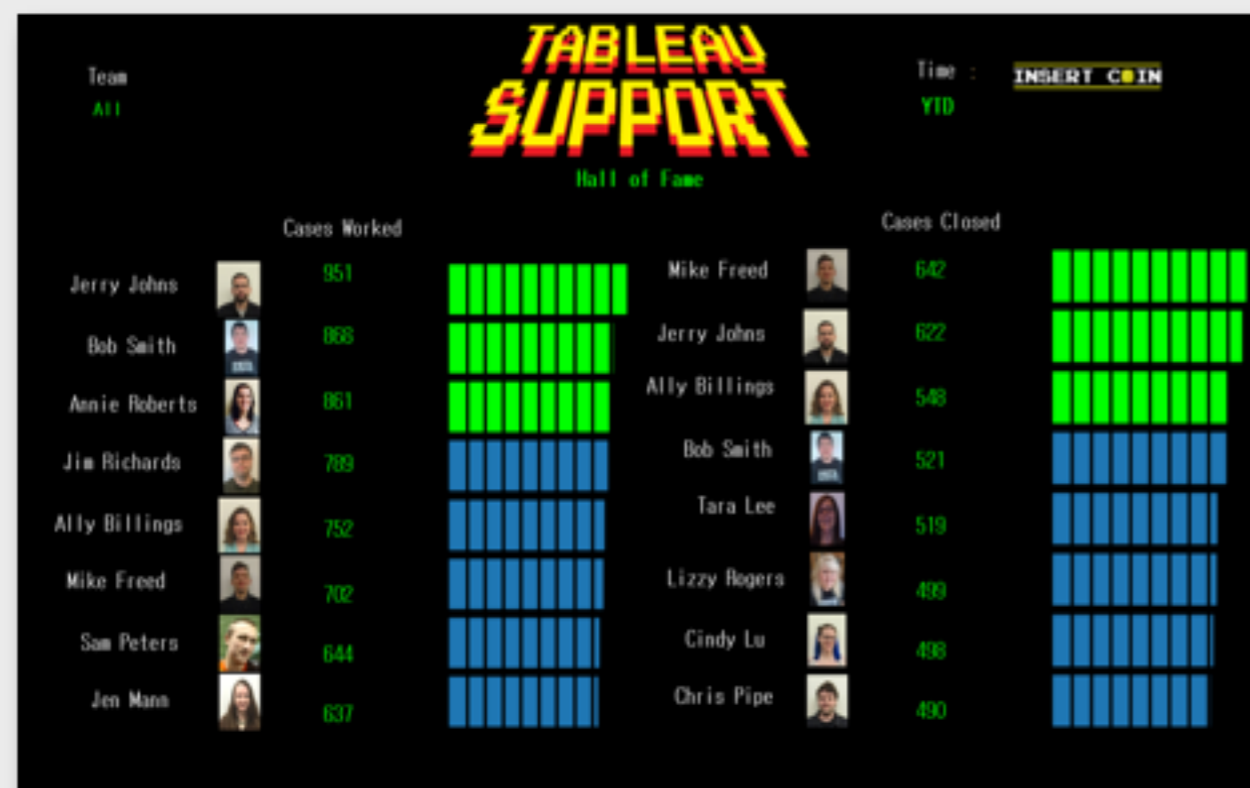
Un tableau de bord inspiré d'une infographie est attrayant, mais une palette de couleurs épurée et une présentation en grille sont plus à même de transmettre des données métier.

# 3 À faire

Avant :



Après :



Avec ses couleurs vives et des polices typiques du rétro-gaming, ce tableau de bord réussit à éveiller l'intérêt du public et pousse les membres de l'équipe à traiter davantage de demandes d'assistance.

## Tenez compte du public ciblé et personnalisez le tableau de bord en conséquence.

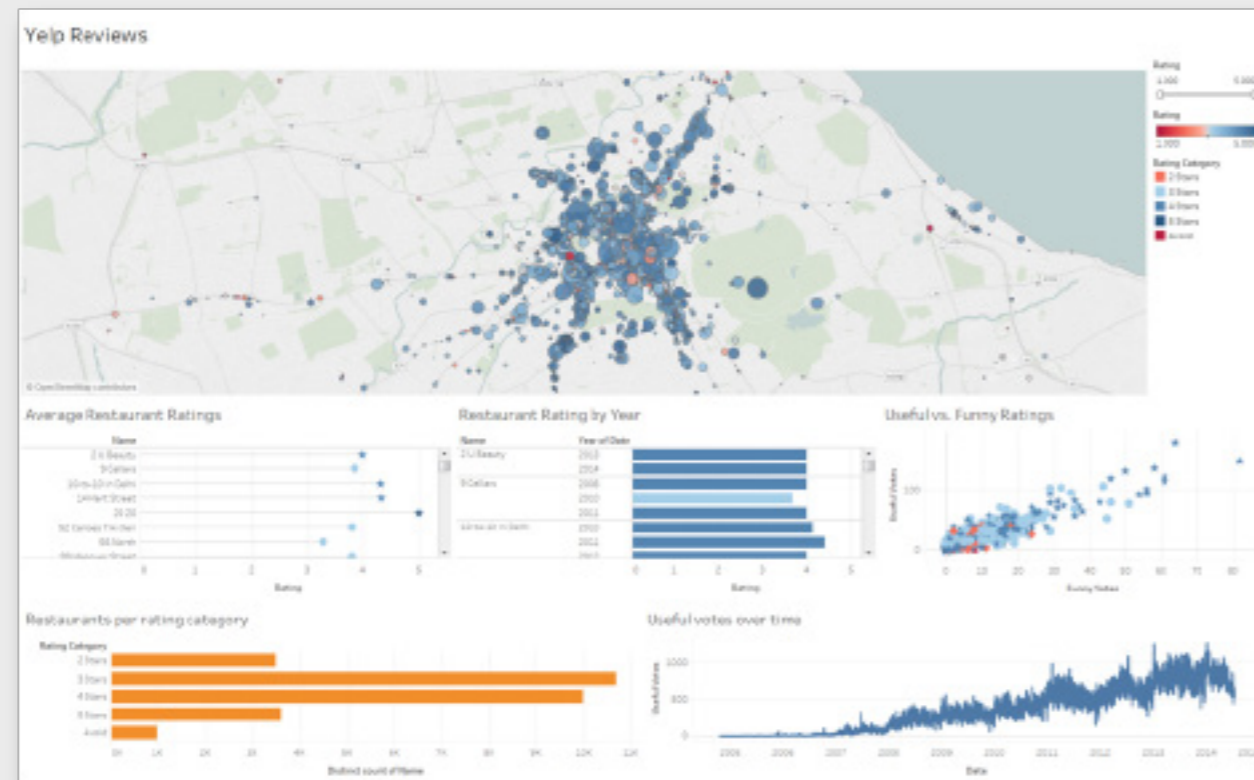
Vous souhaitez créer des tableaux de bord qui aient du sens pour vos utilisateurs, pour qu'ils puissent mieux comprendre et assimiler les informations essentielles. Plusieurs options s'offrent à vous.

L'une des meilleures manières d'offrir une expérience personnalisée est d'inclure l'utilisateur dans la visualisation. Créez des tableaux de bord qui permettent aux utilisateurs de facilement comparer leurs propres services, régions ou produits au reste de l'entreprise ou du secteur. S'ils occupent une place centrale dans les visualisations, les utilisateurs sont plus à même de comprendre comment s'articulent les données, ce qui les incite à les explorer davantage.

Dans cet exemple, l'assistance technique Tableau cherchait à présenter un classement des membres de son équipe en fonction du nombre de demandes traitées, pour resserrer les liens et booster leur motivation. Ce tableau de bord n'offre pas seulement une expérience personnalisée en incluant nominativement les membres de l'équipe : il intègre des éléments de rétro-gaming pour mieux parler au public et le toucher. Encore une fois, il s'agit de bien connaître son public et de choisir le design en conséquence.

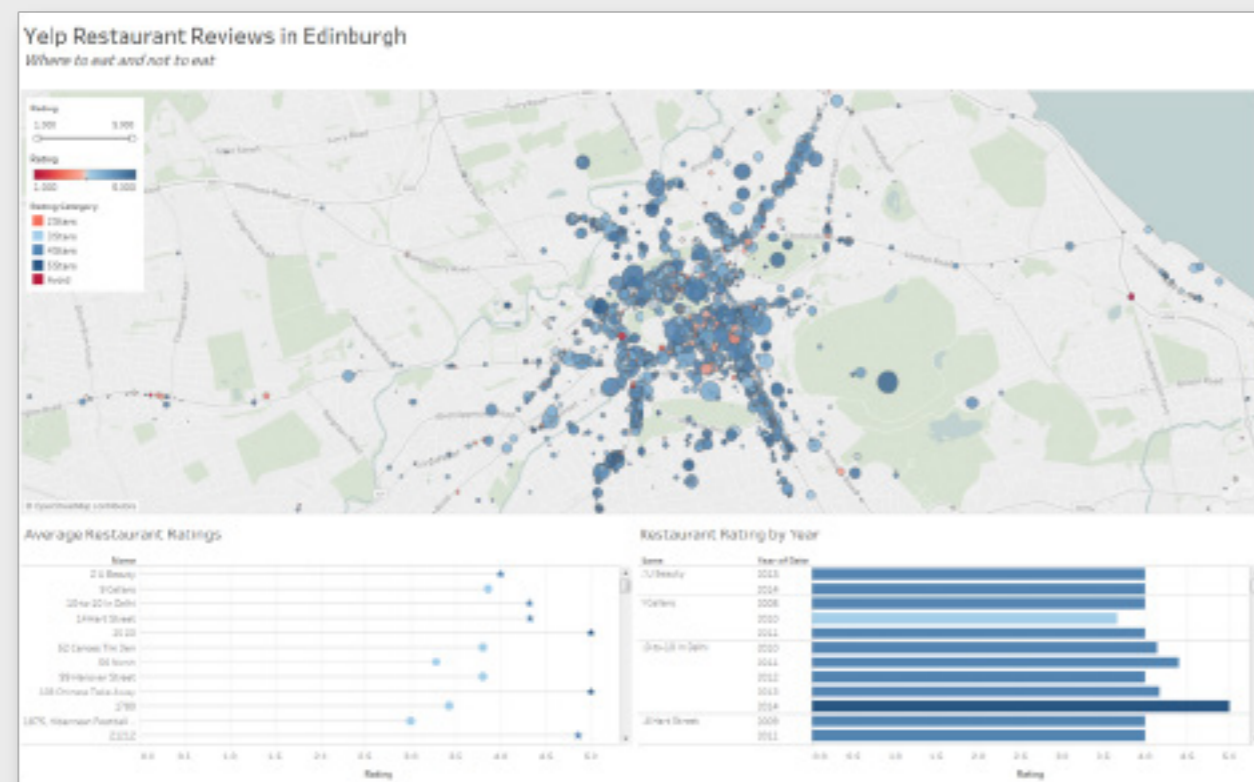


Avant :



Ce tableau de bord présente de nombreuses informations pour répondre à trop de questions en même temps.

Après :



Maintenant que le tableau de bord a été limité à trois vues, les utilisateurs peuvent choisir un restaurant en fonction de questions plus pertinentes.

# 5 À ne pas faire

## Ne cherchez pas à répondre à toutes les questions à la fois.

Un tableau de bord a pour but de véhiculer quelques messages importants, mais pas forcément de transmettre toutes vos découvertes à la fois. L'excès de contenu peut se traduire par une surabondance d'informations pour l'utilisateur, qui ne saura pas forcément quelles conclusions tirer ou finira peut-être par poser des questions n'ayant aucun rapport avec le sujet traité.

Réduisez le nombre d'informations présentées pour permettre aux utilisateurs de trouver des réponses à quelques questions clés. Cela les encourage à explorer davantage les données, à découvrir de nouvelles informations ou à enregistrer leurs propres versions modifiées de votre tableau de bord.

Établissez une hiérarchie pour vos informations, en déterminant les questions auxquelles ils chercheront à répondre en premier, et en faisant en sorte qu'ils puissent facilement découvrir les informations pour y parvenir. De manière générale, faites en sorte que chaque graphique de votre tableau de bord donne une réponse à une seule question à la fois.

## 6 À faire

### Tenez compte des appareils mobiles dans vos choix de design.

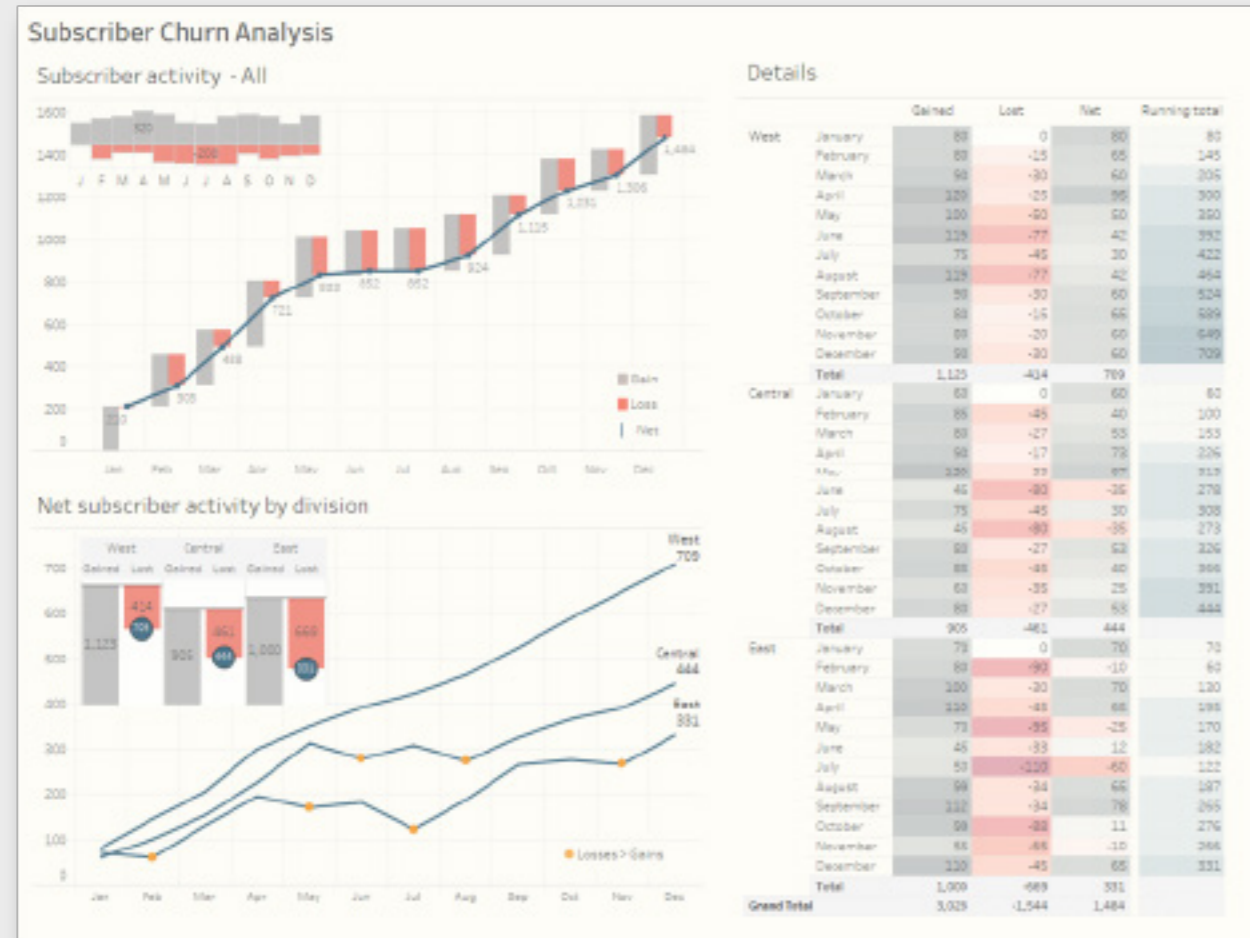
Vous souhaitez que les utilisateurs puissent facilement explorer les informations dont ils ont besoin, lorsqu'ils en ont besoin. Autrement dit, vous devez concevoir des tableaux de bord adaptés aux appareils mobiles.

Imaginez un cadre commercial en déplacement. À quelles informations essentielles doit-il pouvoir accéder sur son smartphone ? S'il n'est pas en mesure d'accéder à son tableau de bord des ventes, il ne fera pas bonne impression. Mais s'il peut accéder aux chiffres et les explorer, il gagnera en crédibilité, et vous aussi.

Prévoyez les deux dispositions, en mode portrait et en mode paysage, pour que les utilisateurs puissent tirer le meilleur parti de votre tableau de bord sur leur appareil mobile.



Avant :

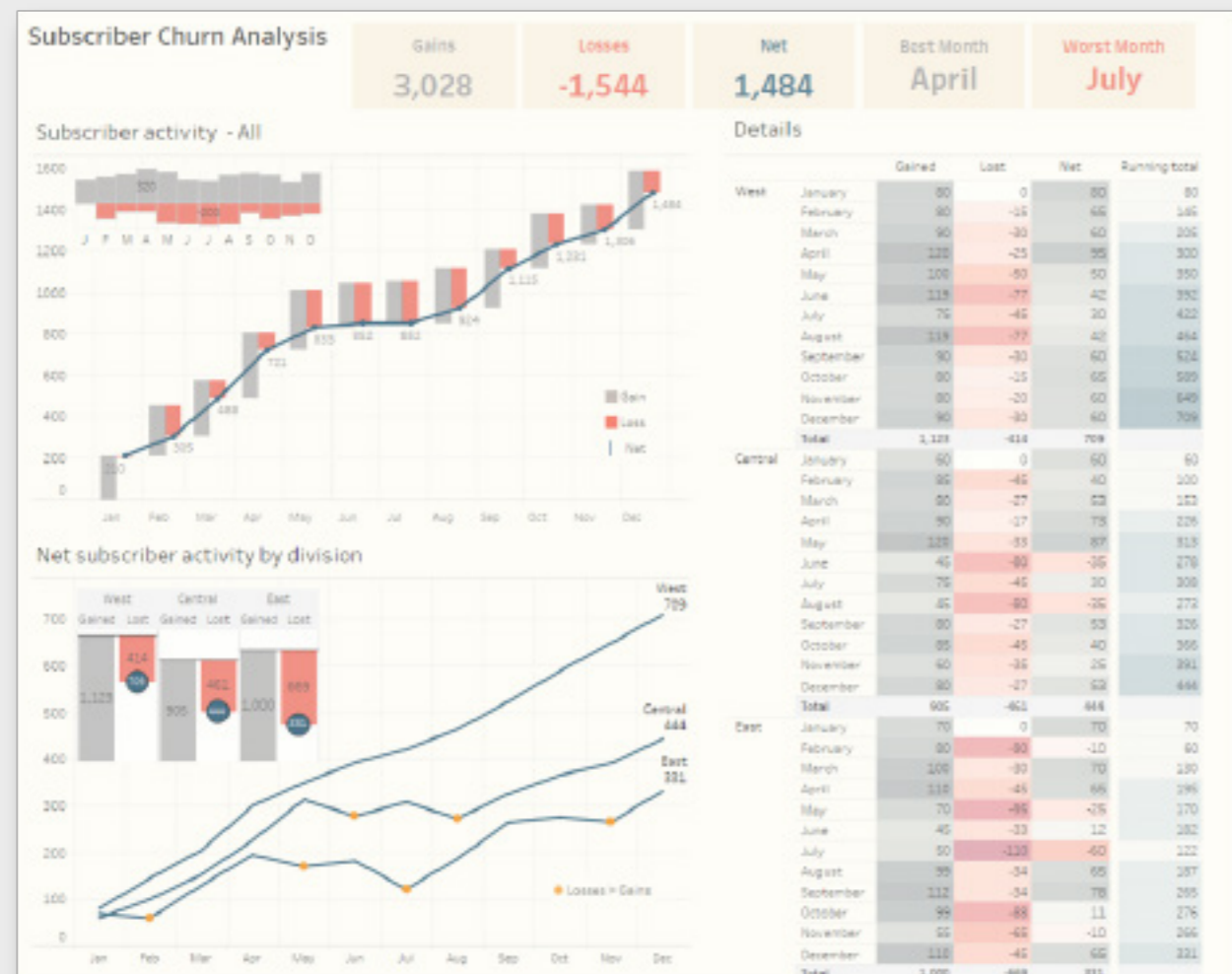


# 7 À faire

## Mettez les chiffres importants bien en évidence.

Les KPI sont des points de repère qui guident les utilisateurs dans votre tableau de bord. Ils attirent l'attention sur ce qu'il faut regarder en premier. Ils permettent d'engager ou de conclure une conversation, donnent du contexte aux graphiques présentés et peuvent même faire office de légende universelle.

Après :



Plusieurs études montrent d'ailleurs que notre regard est plus attiré par les chiffres affichés en gros. Gardez cependant à l'esprit que cela n'est qu'une première étape et que vous devez ensuite aider l'utilisateur à traiter les informations plus facilement.

Le regard est immédiatement attiré par le montant des bénéfices et des pertes, ou par les mois avec les meilleures ou pires performances, ce qui renseigne immédiatement l'utilisateur sur l'essentiel.



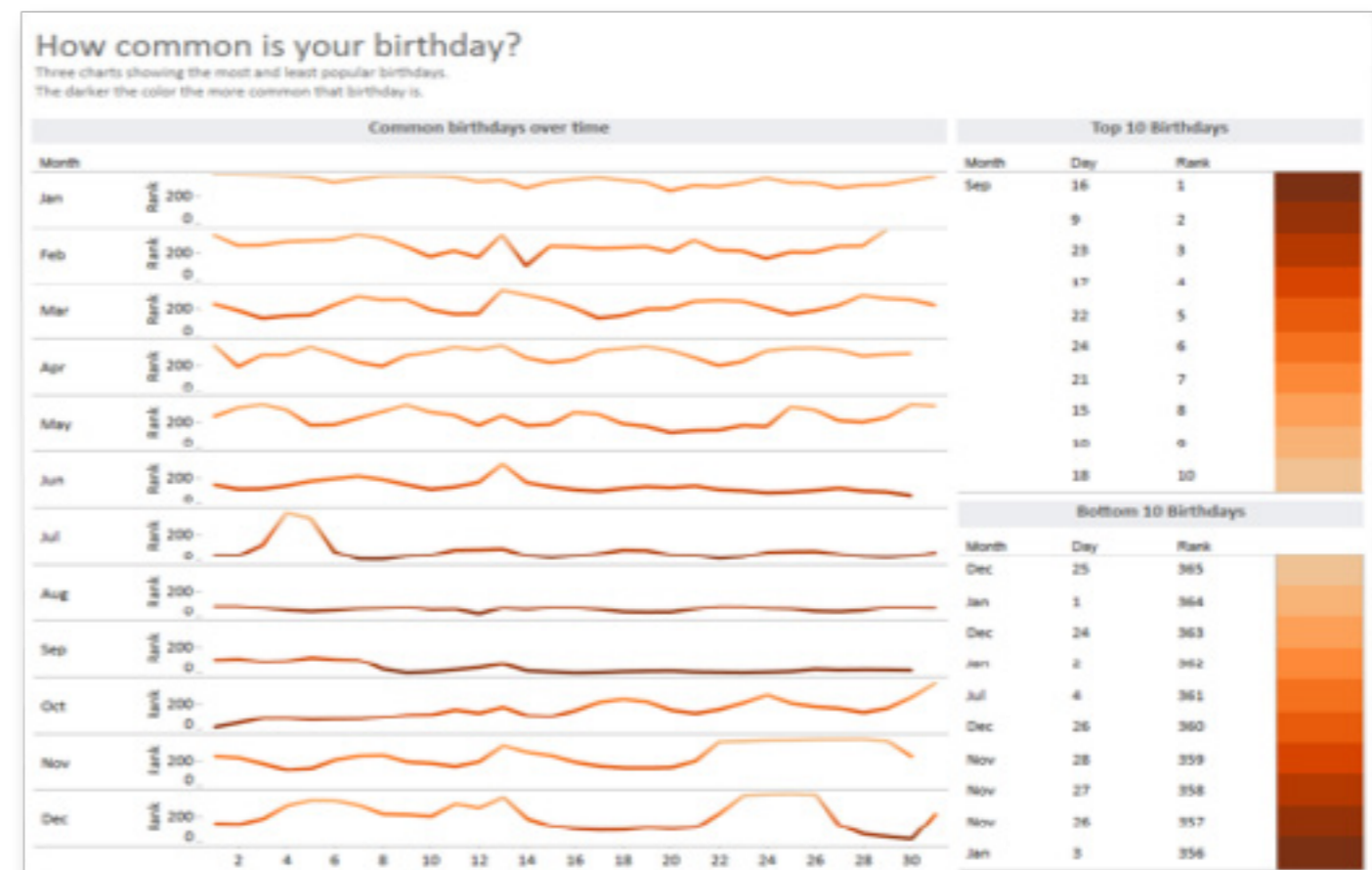
# 8 À ne pas faire

## Ne réutilisez pas systématiquement le même type de graphique.

Pour communiquer les bonnes informations, explorez les différents types de graphiques au lieu de vous contenter du premier qui vous vient à l'esprit. Pour certaines données, comme les dates ou les heures, c'est le graphique en courbes qui est généralement le plus efficace, mais il ne le sera pas systématiquement.

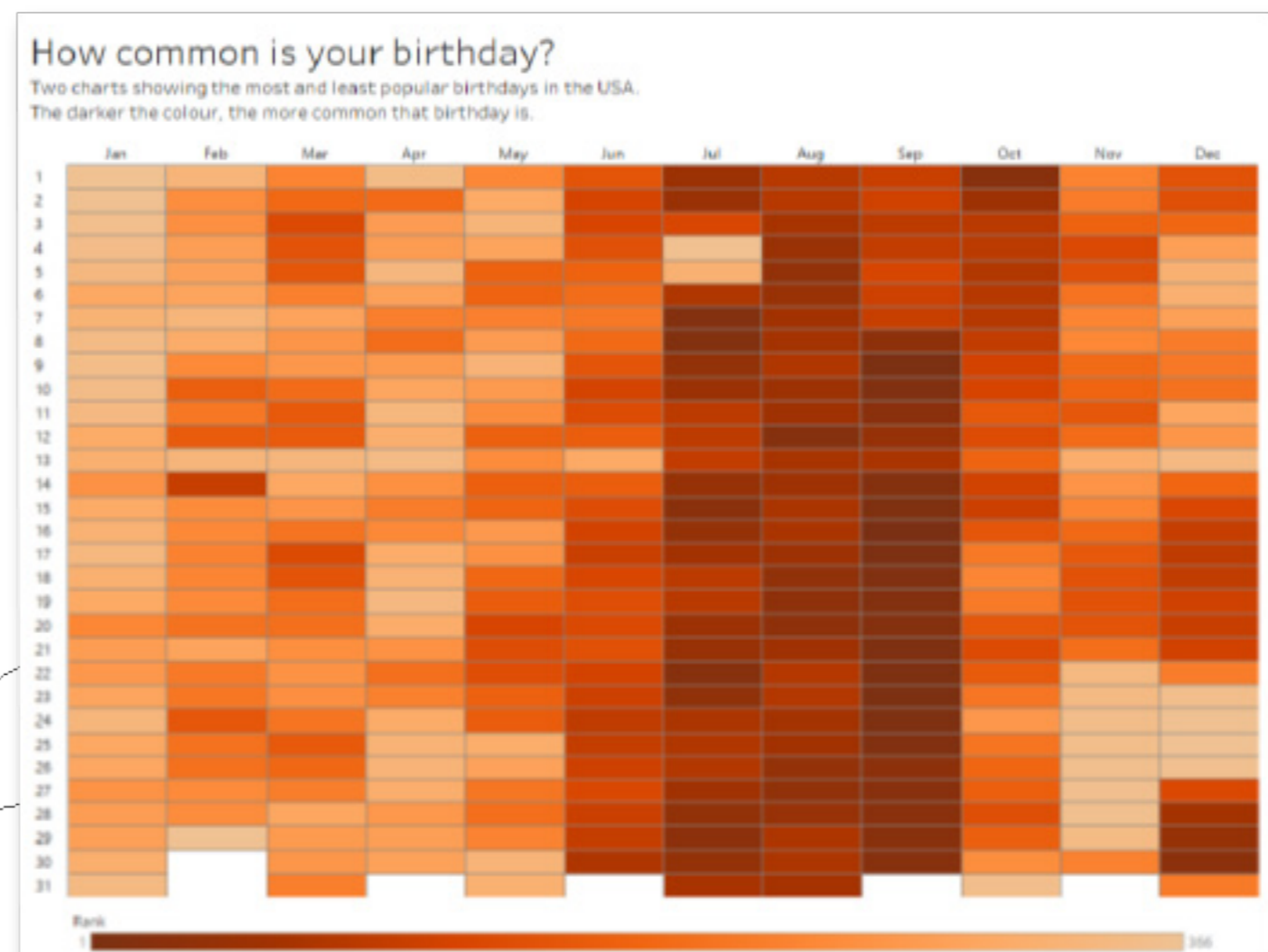
Il existe de nombreuses manières de visualiser des données temporelles, et certains graphiques sont plus adaptés qu'une chronologie standard pour découvrir certaines informations. Si vous souhaitez analyser la saisonnalité ou l'évolution d'un classement, ou encore l'évolution d'une partie par rapport à un tout sur une période donnée, ce type de graphique est parfois la solution la moins judicieuse. Gardez à l'esprit le type de questions à poser avec vos données, puis testez les différents types de graphiques pour trouver la bonne visualisation.

Avant :



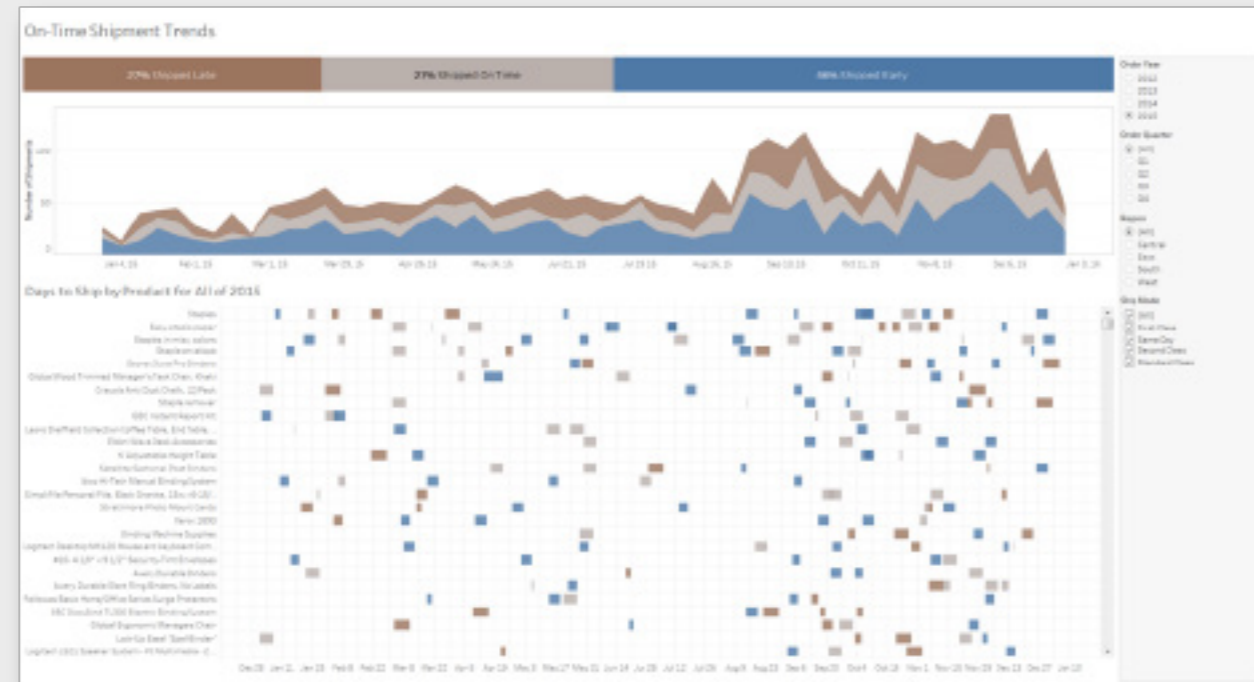
Avec ce graphique en courbes, il est difficile de déterminer les mois avec le plus d'anniversaires.

Après :

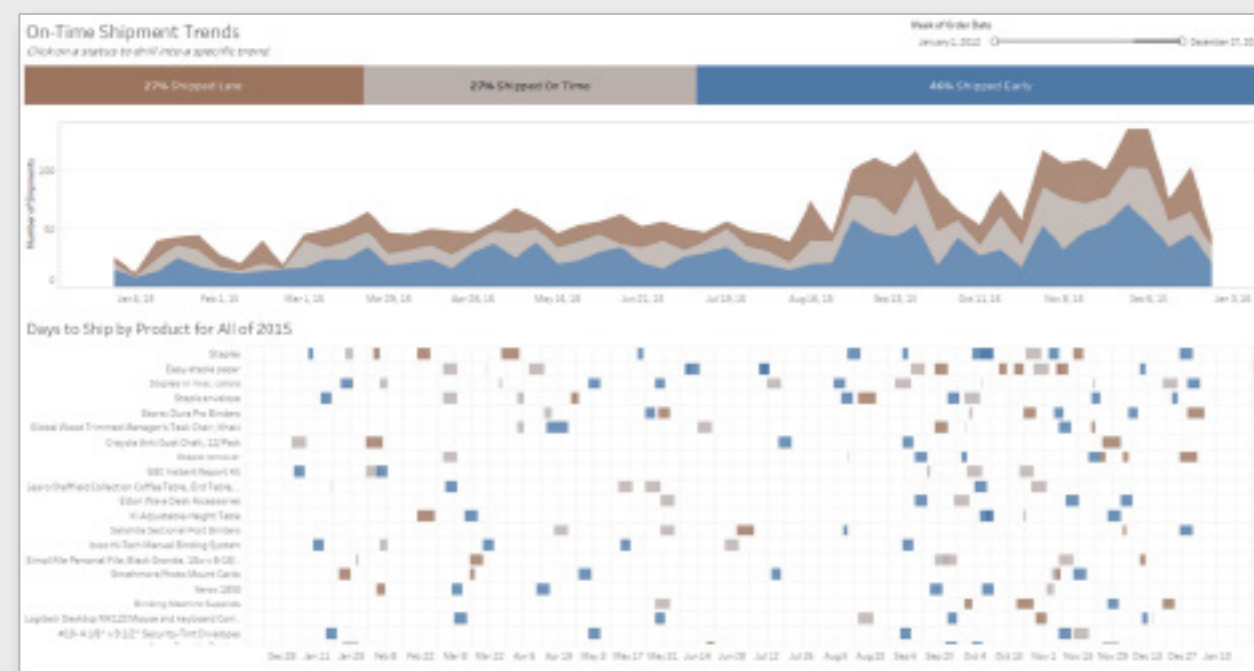


Avec une carte de chaleur, vous pouvez facilement voir que c'est en septembre qu'il y a le plus d'anniversaires.

Avant :



Après :



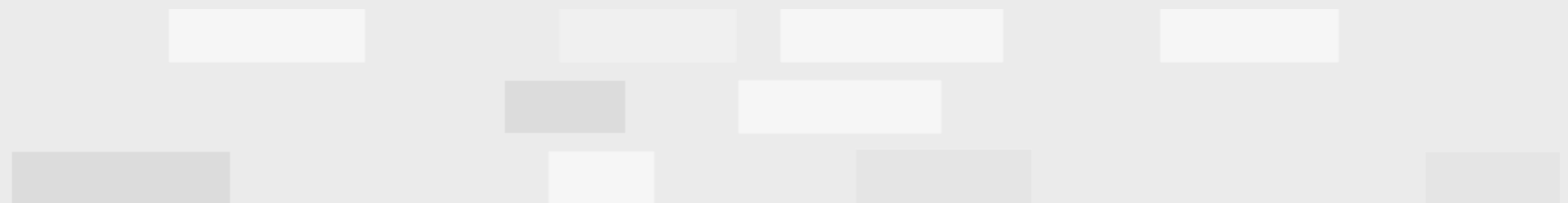
Les barres empilées donnent des informations holistiques pour chaque segment de données, tout en faisant office de légende des couleurs pour le reste du tableau de bord. En donnant à vos KPI un double emploi, vous gagnez de la place pour mieux présenter les détails des autres graphiques.

# 9 À ne pas faire

## Ne sous-estimez pas l'utilité de l'espace dans votre tableau de bord.

L'espace est limité dans un tableau de bord. Chaque élément doit donc contribuer efficacement au message que vous souhaitez communiquer. L'information est en effet plus claire si vous utilisez moins d'objets.

Par exemple, utilisez une seule légende des couleurs si plusieurs graphiques utilisent les mêmes dimensions. Si votre tableau de bord nécessite un filtre, placez-le à un endroit qui permette de comprendre immédiatement comment interagir avec les données. Regroupez vos filtres ou indiquez-les visuellement pour permettre aux utilisateurs de mieux explorer vos tableaux de bord.



# 10 À ne pas faire

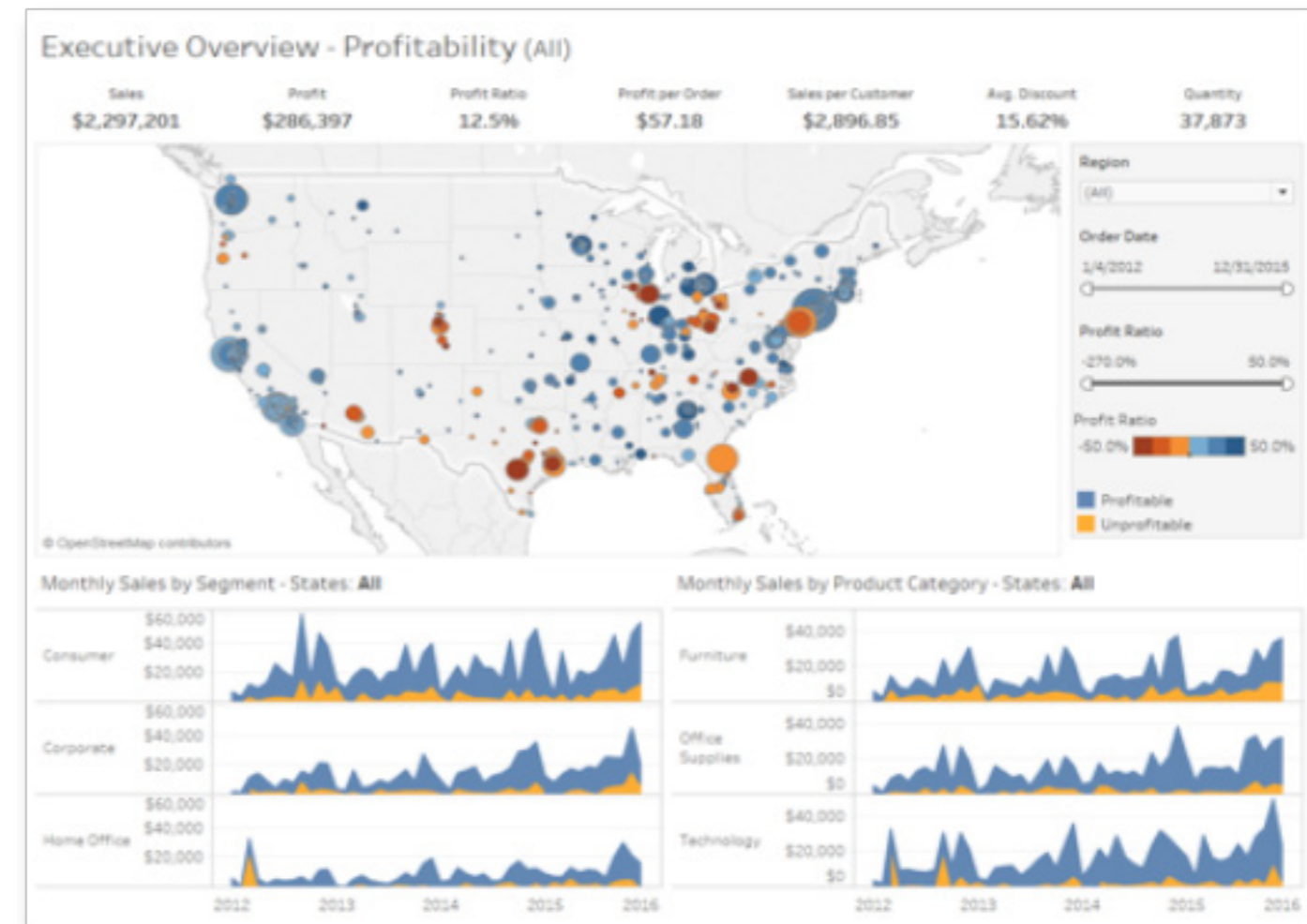
Ne partez pas du principe que vos utilisateurs sauront par où commencer l'exploration.

Si c'est la première fois qu'une personne utilise votre tableau de bord, elle ne saura pas forcément comment interagir efficacement, notamment pour utiliser une action qui filtre les données ou qui la conduira vers un autre tableau de bord.

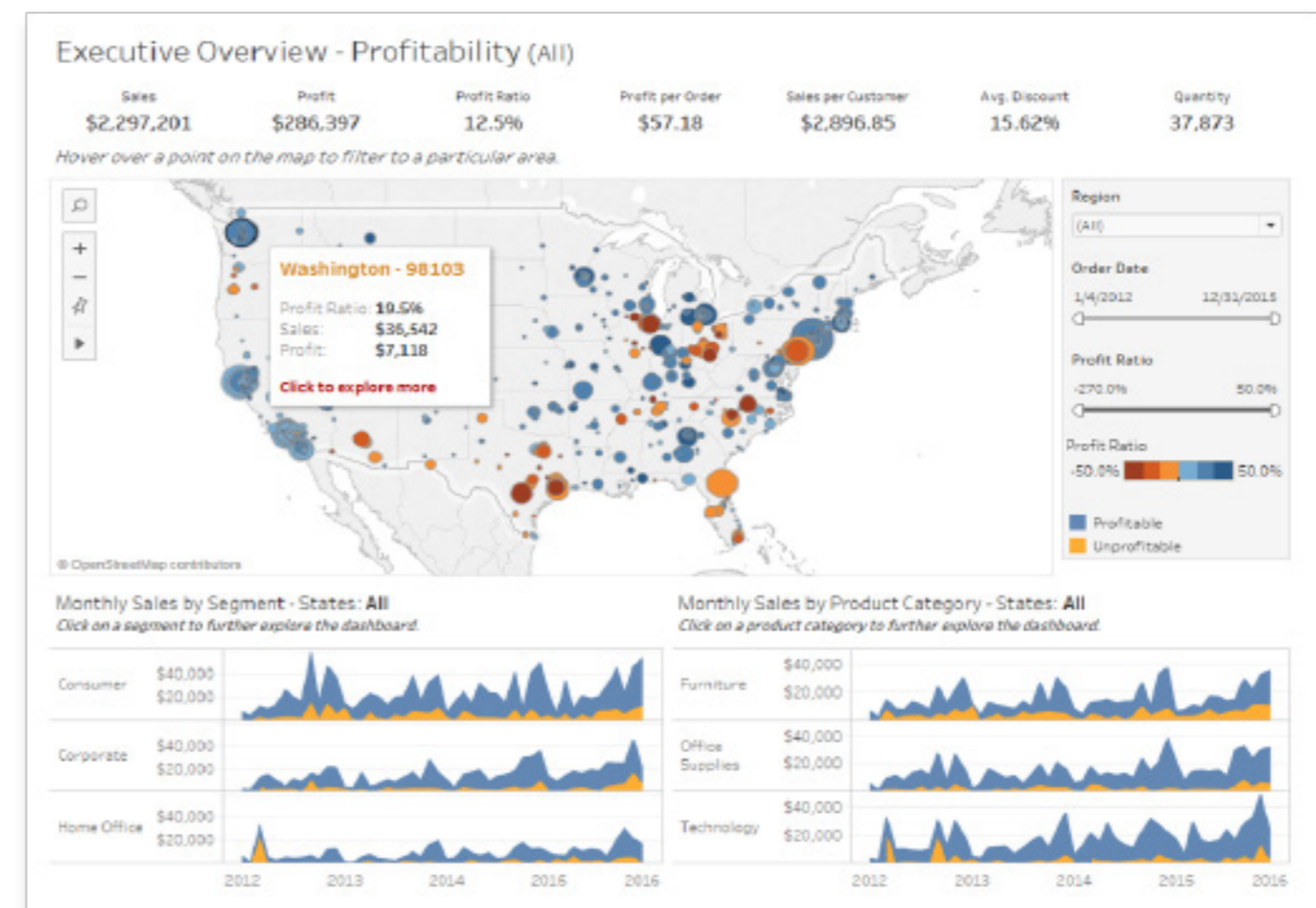
Donnez des indications dans vos feuilles de calcul ou dans les titres des filtres. Les utilisateurs comprendront ainsi comment intégrer les informations que vous présentez et seront plus enclins à poser d'autres questions.

Grâce à l'ajout d'instructions simples, vos utilisateurs savent mieux comment interagir avec le tableau de bord.

Avant :



Après :



## Suivez nos conseils !

La création de tableaux de bord est tout un art qui nécessite un savoir-faire pluridisciplinaire, que ce soit dans le domaine de la technique, de la communication, du storytelling et bien d'autres.

C'est à la portée de tous, mais un tableau de bord efficace requiert du temps, une démarche itérative et la collaboration des utilisateurs.

Souvenez-vous : même les meilleurs tableaux de bord peuvent évoluer et être améliorés.

## À propos de Tableau

Tableau aide les utilisateurs à transformer leurs données en informations exploitables qui marquent les esprits. Connectez-vous facilement à vos données, peu importe leur format ou leur emplacement de stockage. Réalisez rapidement des analyses ad hoc pour identifier des opportunités à explorer.

Créez des tableaux de bord interactifs par glisser-déposer avec l'analytique visuelle avancée, puis partagez-les dans toute l'entreprise pour permettre à vos collègues d'explorer les données comme ils l'entendent.

Des grandes multinationales aux startups naissantes en passant par les TPE, tout le monde utilise la plate-forme analytique de Tableau pour voir et comprendre les données.

## Ressources connexes

[Créer des tableaux de bord efficaces](#)

[Comment développer des instincts de designer :](#)

[une étude du suivi du regard](#)

[Galerie visuelle Tableau](#)



Tableaux de bord extraits de  
*The Big Book of Dashboards*  
de Steve Wexler, Jeffrey Shaffer  
et Andy Cotgreave

