

{Workshop 04}

Research+AI Lab

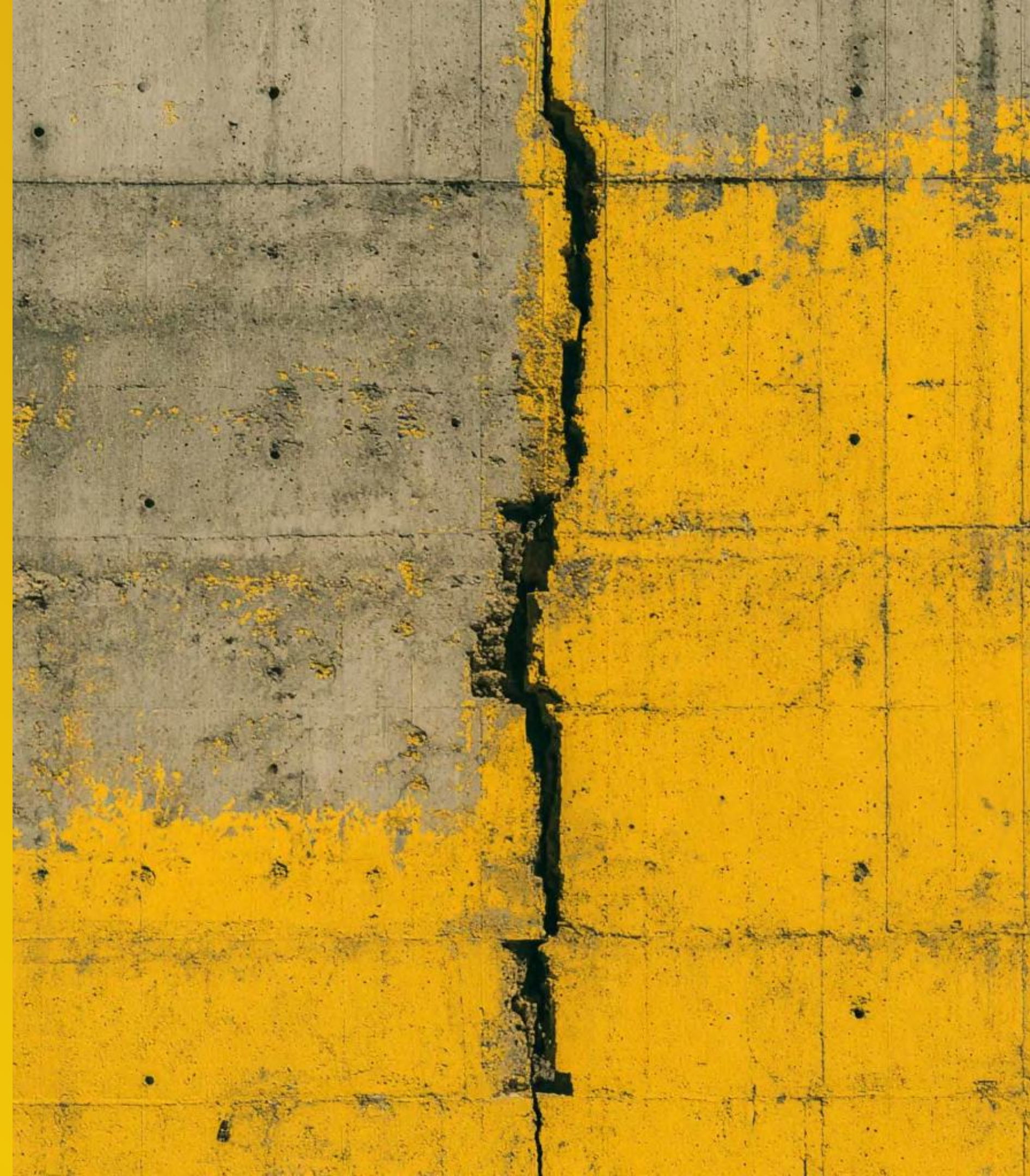
date

[[2025-09-30]]

by

Aglaia Cheremnykh

Sergei Khabarov



Agenda



01 storytelling

02 research ecosystem

03 your goals

info processes

ПОЛУЧЕНИЕ
(Input/
Capturing)

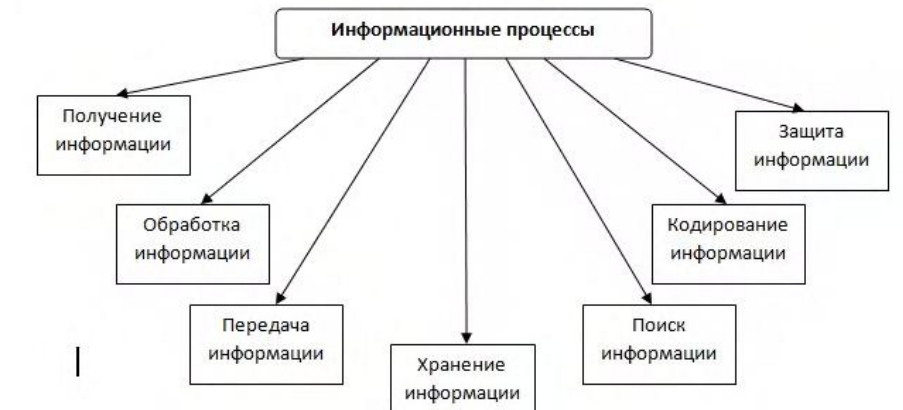
ХРАНЕНИЕ
(Storage/
Organization)

ОБРАБОТКА
(Processing/
Analysis)

ПЕРЕДАЧА
(Output/
Retrieval)

Информационные процессы

- это процессы связанные со сбором, хранением, передачей и обработкой информации.



last week. What's next?

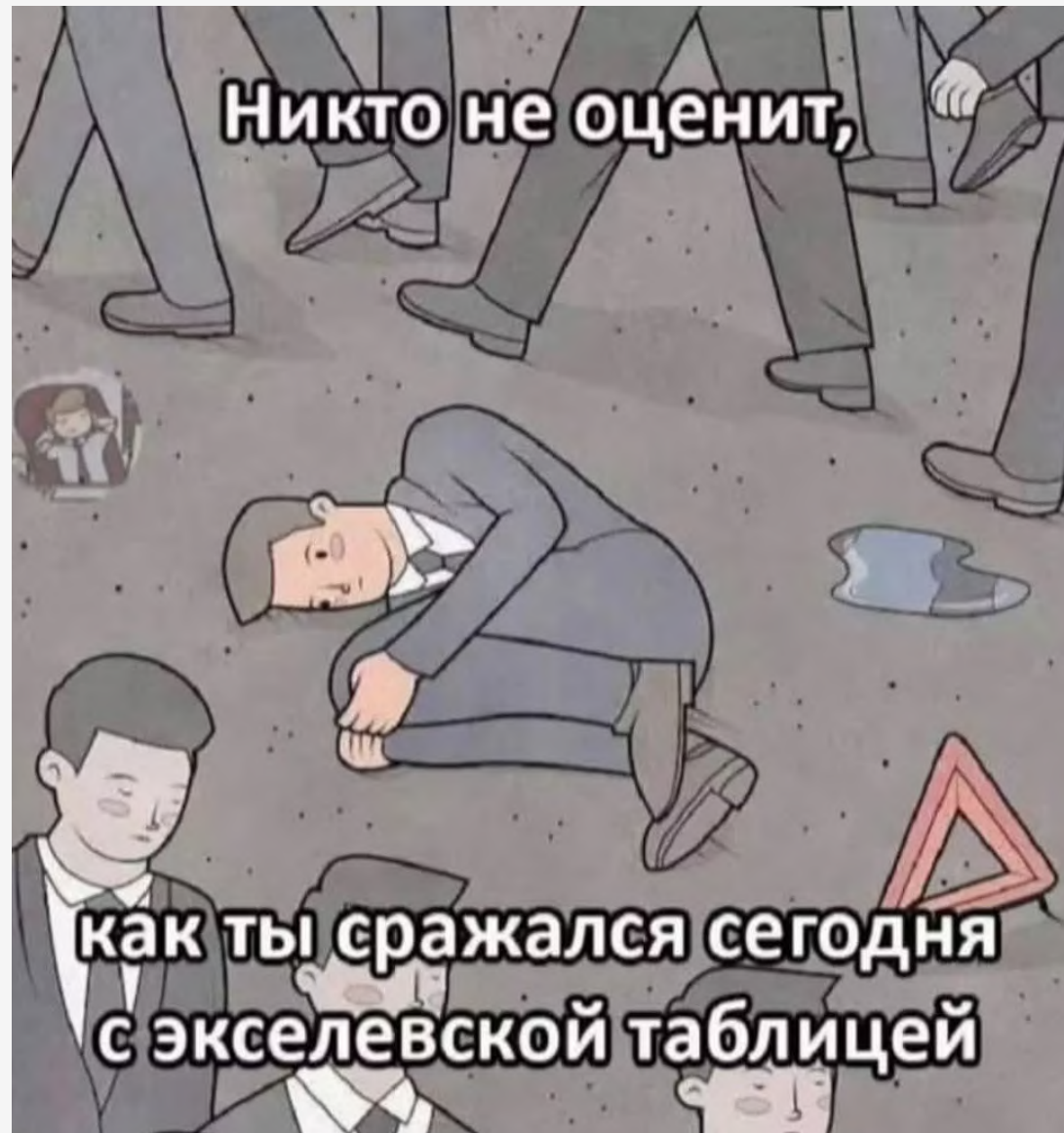
- DEMO day
- community

01 block



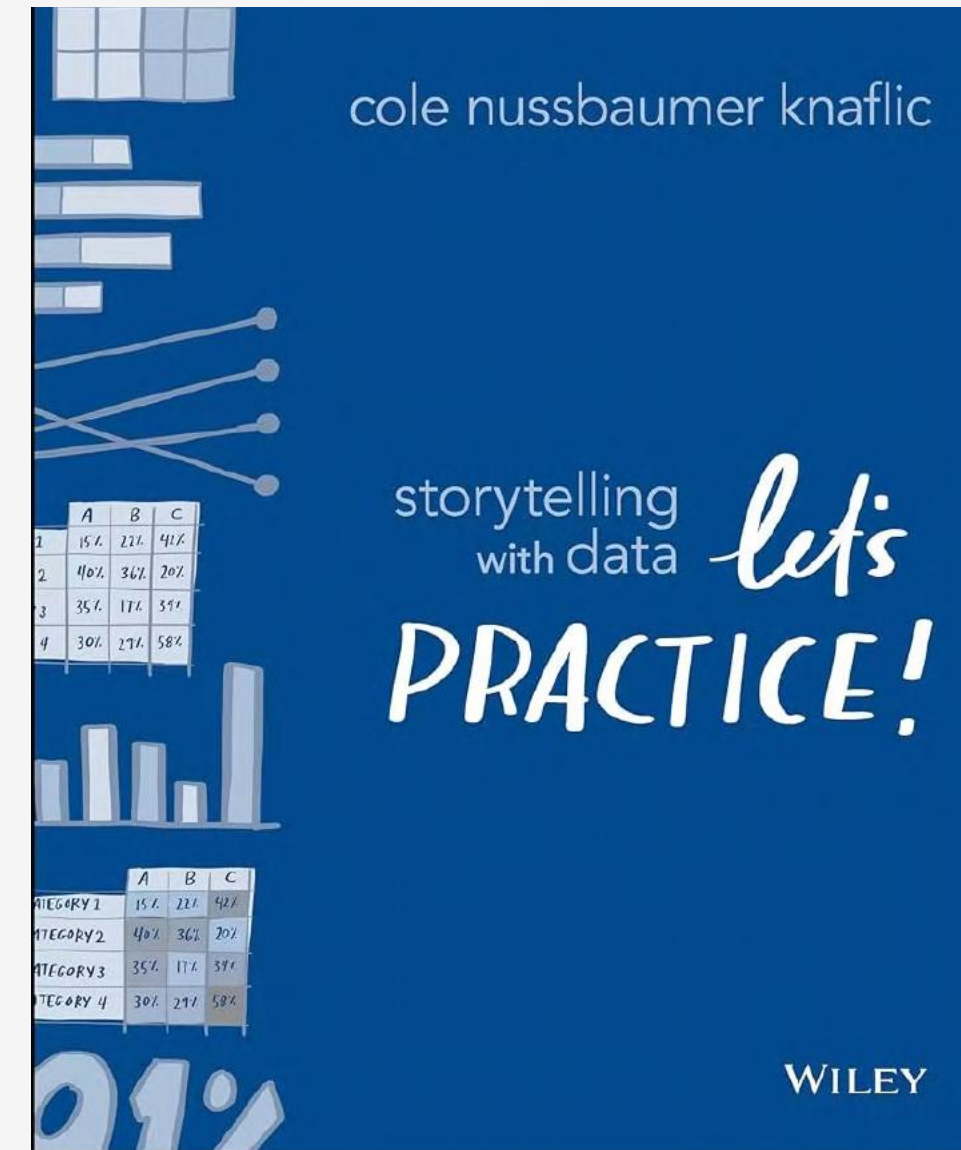
storytelling

Без истории данные не работают



Исследовательский анализ (Exploratory Analysis)

— вы сами задаете вопросы: "Что здесь интересного? Что я могу узнать?"



Объяснительный анализ (Explanatory Analysis) —

самое сложное. Вы уже нашли свой инсайт и теперь хотите донести его до конкретной аудитории с конкретной целью.

Контекстный заголовок позволяет заинтересоваться историей, а сюжетная арка удерживает внимание

Click Through to Key Findings

1.

Bureaucratic drag is weighing CVCs down.



Half of CVCs cite speed and efficiency as a challenge, followed closely by corporate prioritization and bureaucratic decision-making. These internal frictions slow execution and limit agility in competitive deal environments.

[Jump to Page](#)

2.

CVCs thirst for liquidity via secondaries.



CVCs are increasingly considering or using secondaries to generate liquidity. Fifty-seven percent of funds reported using them or being interested in using them this year, up five percentage points from last year. Overall, 22% of funds have used secondaries, a jump from 15% in 2024.

[Jump to Page](#)

3.

Balance sheets are so 2023.



One in four CVCs have considered moving off the corporate balance sheet in the past year, citing team compensation and independence from the corporate parent as top drivers. But the transition remains challenging — only 11% have successfully completed the move.

[Jump to Page](#)

4.

Early-stage excitement is long-standing and growing.



The share of seed and early-stage deals has risen from 55% in 2015 to over 67% today, reflecting CVCs' sustained appetite for and comfort in investing in younger companies despite broader market headwinds that could otherwise make some investors leery.

[Jump to Page](#)

5.

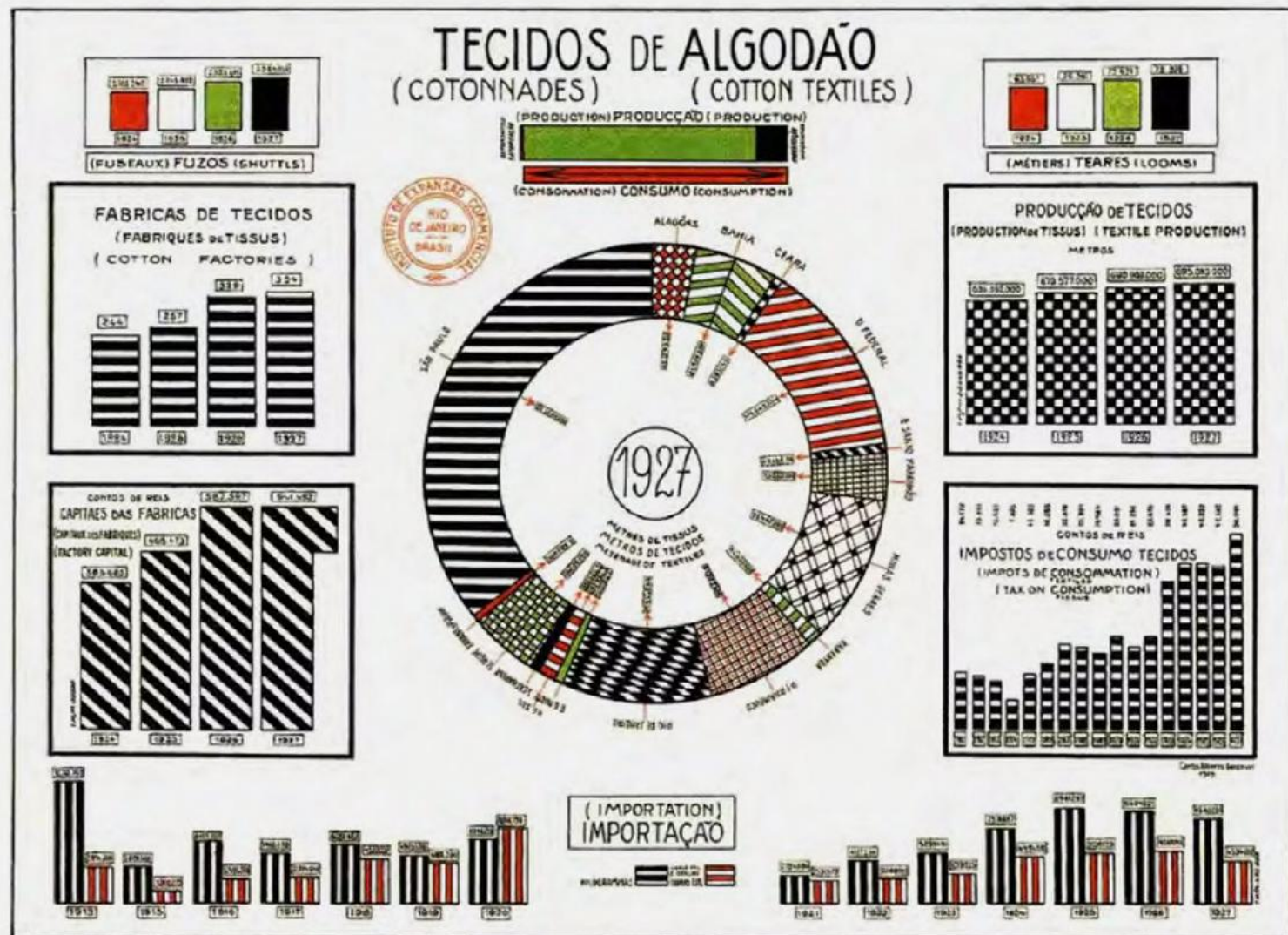
AI fever hits CVCs in full force.



CVCs targeting AI jumped from 55% in 2024 to 69% in 2025. CVCs also backed a record share of AI companies — 28% of all deals in 2025, up from just 9% in 2015. One example of this surge is Microsoft's sustained push into AI through major investments like OpenAI.

[Jump to Page](#)

Минимизируйте визуальный шум и перегрузку смыслами на одном слайде



Продажи FMCG регионы и каналы

Динамика продаж FMCG по регионам
12 месяцев по июль 2025 к аналогичному периоду ранее, %

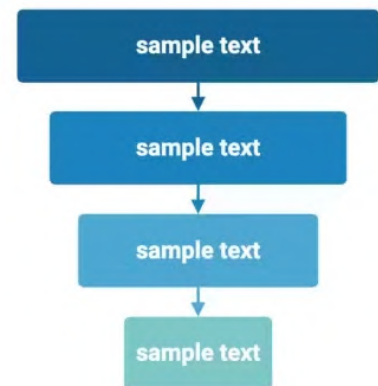
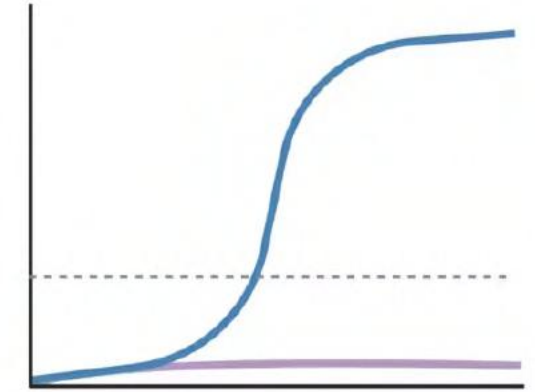
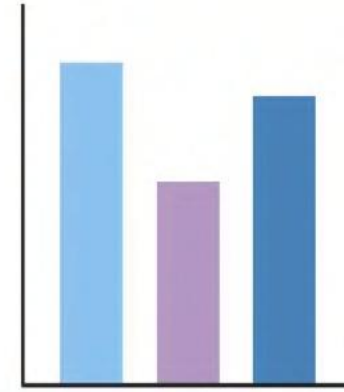
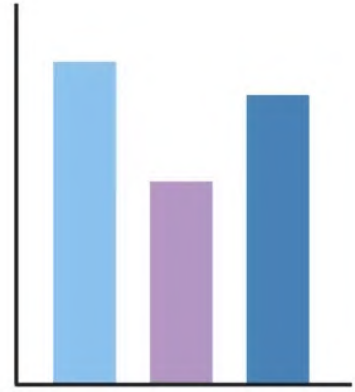


Динамика продаж FMCG по каналам торговли
12 месяцев по июль 2025 к аналогичному периоду ранее, %

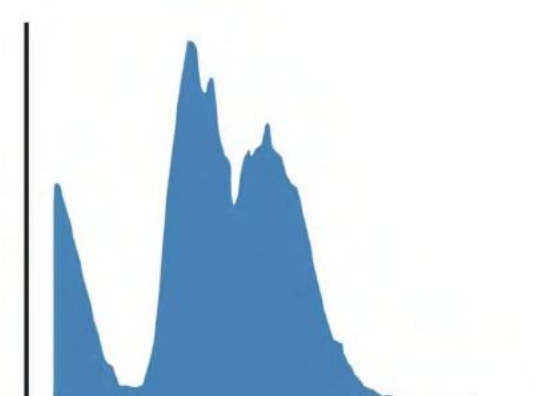


Источник: омниканальные измерения Нильсен: офлайн-рынок (более 150 розничных сетей) и онлайн-площадки. 12 месяцев по июль 2025 года. Без учета товаров для детей.

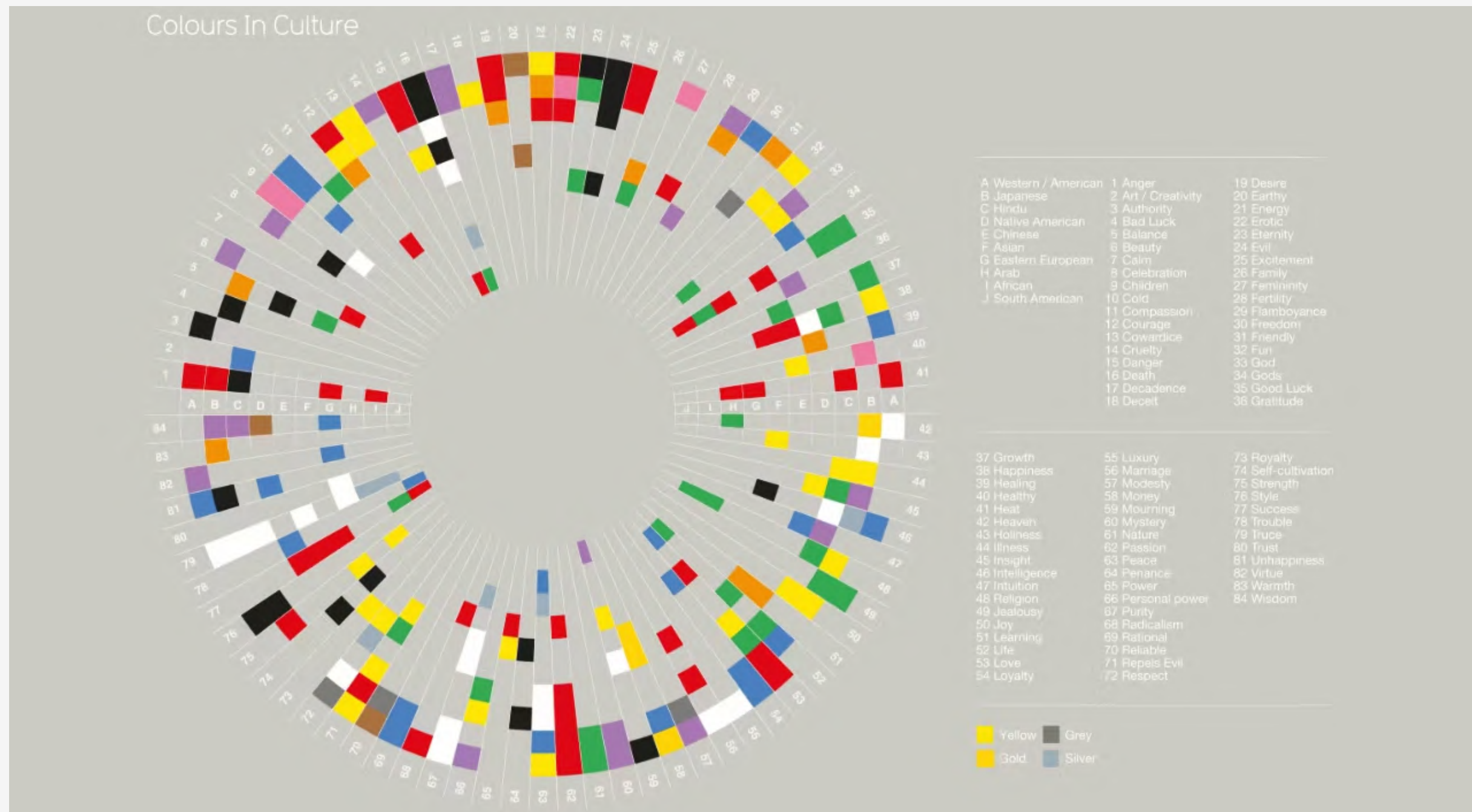
Выбирайте графики под свою задачу. Базовых типов графиков совсем немного и это ОК



	A	B	C	D
Sample text				
Sample text				
Sample text				



Иконическая память – сверхкратковременное сенсорное хранилище. Используйте это, чтобы "включить" внимание



Универсальных «правильных» цветов не существует. Один и тот же цвет приобретает разные, а порой противоположные значения в разных культурах

Исследование Дэвида МакКэндлесса как один и тот же цвет воспринимают в разных регионах (Америка, Восточная Европа, Китай, Индия и другие)



Лучшие практики визуального дизайна данных

1. Показывайте данные, а не украшения

Убирайте всё лишнее, что не несёт информации: жирные сетки, тени, объём. Графиков, которые не дают никакой новой информации тоже избегаем

2. Упрощайте

Делайте максимально простой график для восприятия, но важно не упрощать сами данные

3. Выделяйте главное

Используйте цвет или крупный шрифт для акцента на важных точках

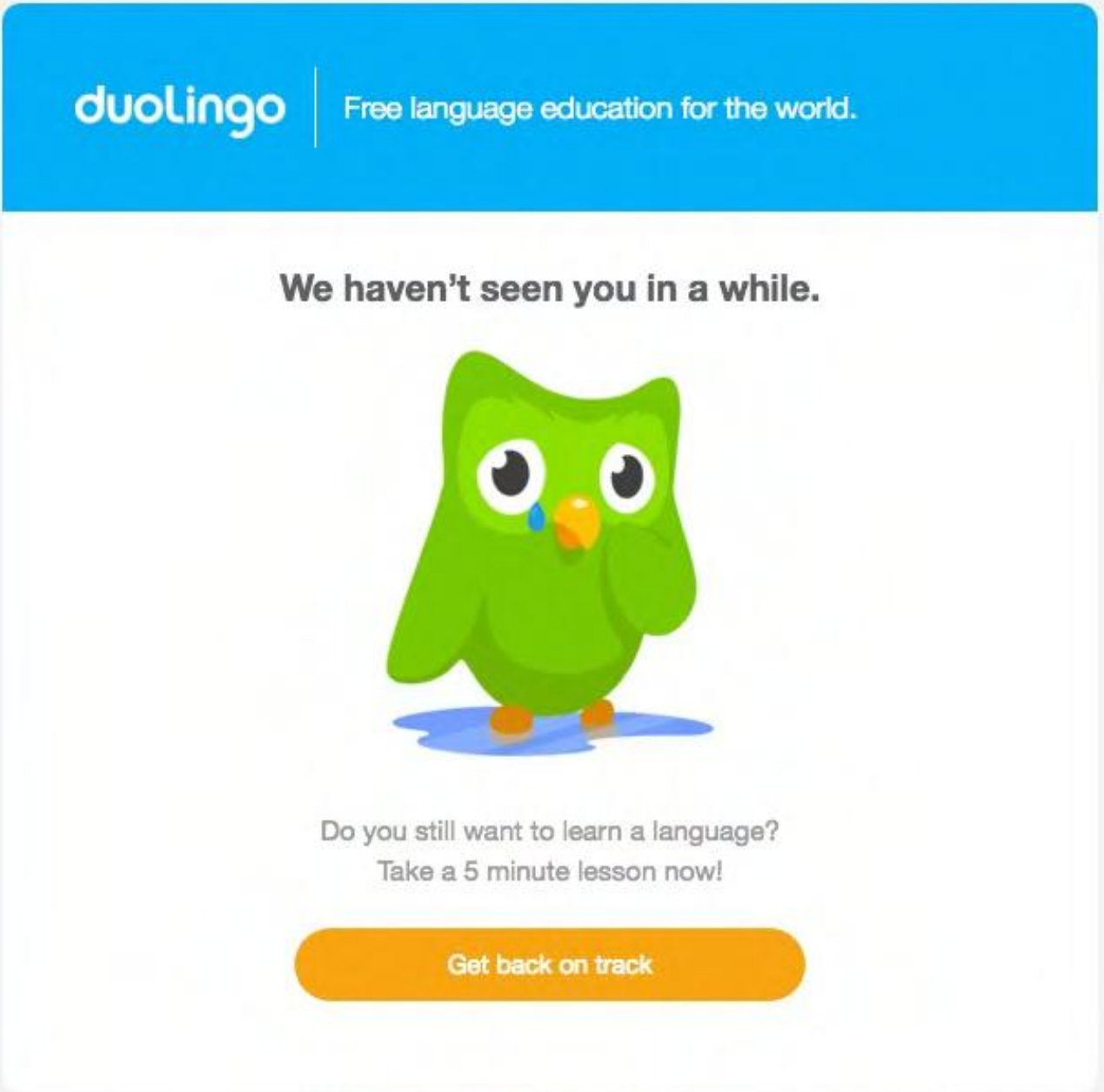
4. Будьте честны не искажайте масштаб, не скрывайте части данных

Не искажайте масштаб, не скрывайте части данных

5. Думайте о своих зрителях в 3 аспектах:

- Какие профессиональные компетенции у твоего зрителя?
- Из какой он культуры?
- Могут ли у него быть физические ограничения?

Темные паттерны встречаются повсеместно. Это просто способ заставить принять нужное решение



DARK PATTERNS

UX Knowledge Base Sketch #29

DARK PATTERNS ARE TRICKS THAT MAKE THE USERS DO THINGS THEY DID NOT MEAN TO.

FINE LINE BETWEEN INFLUENCING USERS' BEHAVIOR AND TRICKING THEM!

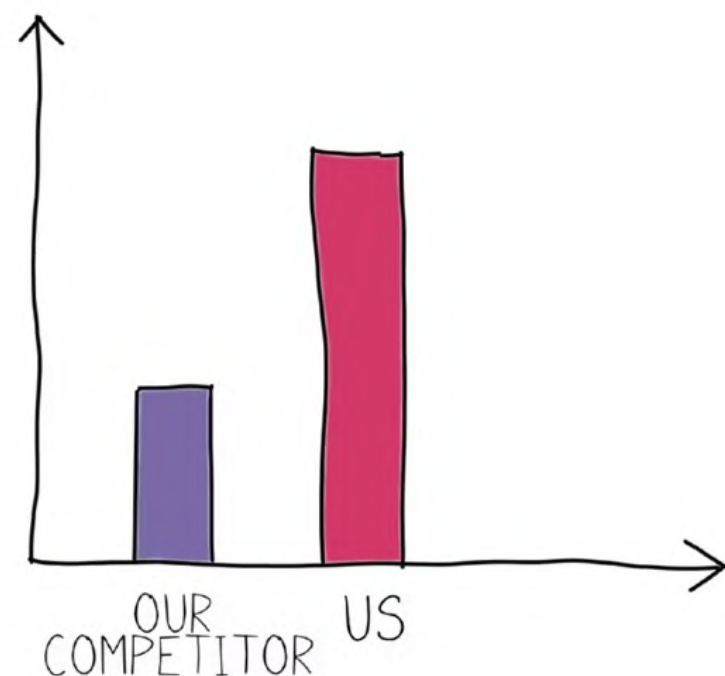
DARK PATTERNS CAN WORK IF SOMEONE IS LOOKING FOR SHORT-TERM RESULTS. *vs.* **USING DARK PATTERNS HAS A NEGATIVE IMPACT IN THE LONG-TERM.**

ONLY INITIAL SUCCESS, NOT SUSTAINABLE *vs.* USERS WILL SWITCH TO MORE ETHICAL PRODUCTS / SERVICES

THE MOST COMMON TYPES

<p> FORCED CONTINUITY FREE TRIAL → CHANGES TO A PAYING SCHEME WITHOUT WARNING</p>	<p> ROACH MOTEL THE START IS EASY (SIGN UP/SUBSCRIPTION), QUITTING IS HARD</p>	<p> GROWTH HACKING THROUGH SPAMMING YOU BECOME THE SPAMMER WITHOUT KNOWING IT</p>
<p> DELIBERATE MISDIRECTION FOCUSING THE USERS' ATTENTION ON THE MORE EXPENSIVE OPTION, HIDING THE CHEAPER WAY</p>	<p> OBSCURED PRICING MAKING IT HARD TO COMPARE THE PRICES</p>	<p> SNEAK INTO BASKET A RANDOM ADDITIONAL ITEM APPEARS IN YOUR BASKET (WITHOUT YOUR CONSENT)</p>
<p> BAIT & SWITCH USE A CONVENTION, PATTERN IN A WAY TO MAKE THE USER FALSELY ASSUME SOMETHING</p>	<p> DISGUISED ADS AN AD LOOKING LIKE ANOTHER TYPE OF CONTENT / NAVIGATION</p>	<p> ROADBLOCK A POP-UP INTERRUPTS YOUR INTENDED ACTION</p>
<p> HIDDEN COSTS AT THE CHECKOUT, A NEW, UNEXPECTED COST APPEARS</p>	<p> PRIVACY ZUCKERING SHARING MORE PRIVATE INFO THAN YOU WANT</p>	<p> MISINFORMATION E.G. CONFUSING COLOR, CONTRAST LANGUAGE</p> <p><small>TRICK QUESTIONS CHECK BOX TREACHERY</small></p>

Примеры темных паттернов



1. Оси, начинающиеся не с нуля (Y-axis)

Если вертикальная ось (Y) начинается не с нуля, это может создать впечатление, что разница между показателями намного больше, чем она есть на самом деле. Например, разница между 103 и 109 может выглядеть огромной

2. Ложь умалчиванием (Omission)

Преднамеренное исключение из графика данных о конкуренте или других важных фактах, которые могут противоречить желаемому сообщению

3. Корреляция вместо причинно-следственной связи

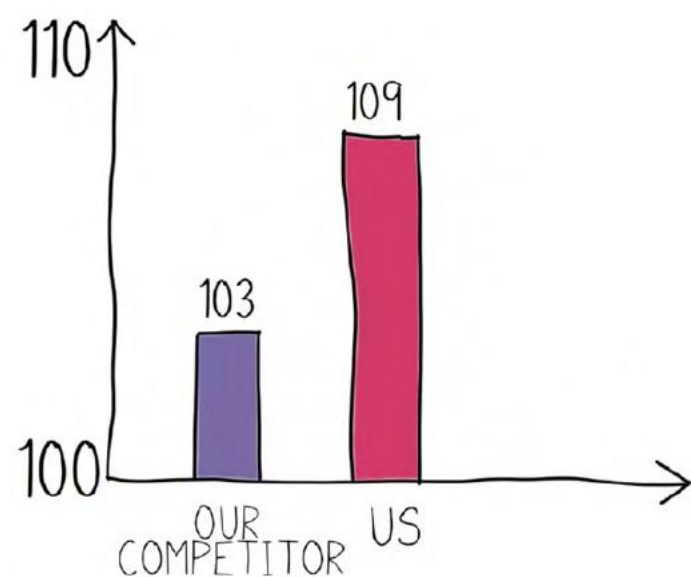
Люди склонны искать закономерности, но корреляция не всегда подразумевает причинно-следственную связь

4. Проблемы с перспективой

Использование 3D-графиков (например, круговых диаграмм), где перспектива может исказить восприятие, заставляя сегменты, обращенные вперед, казаться больше, чем сегменты, находящиеся дальше

5. Обманчивые легенды (в тепловых картах):

Использование градиентного цвета (например, от синего до красного) для обозначения интенсивности, где минимальное изменение значений выглядит как очень большой и значительный переход, если легенда выбрана неправильно



A black and white photograph of a hand holding a pen, poised to draw on a technical drawing. The drawing features a grid and various lines, with some text labels in Cyrillic. A large, semi-transparent orange circle is overlaid on the left side of the image, containing the text 'Посмотрим на отчеты?'.

Посмотрим
на отчеты?



DEMO {AI presentation tools}



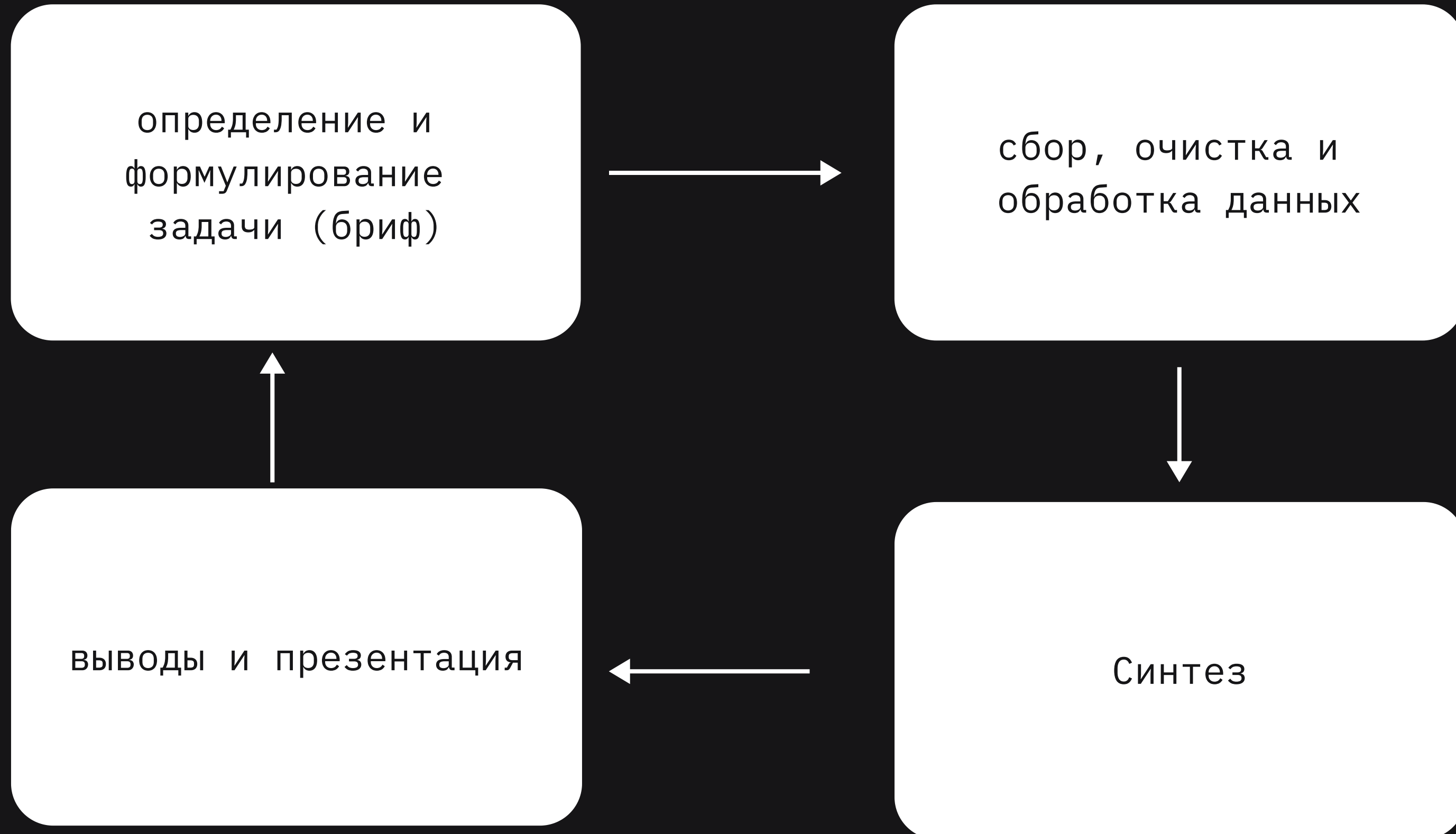
5m break

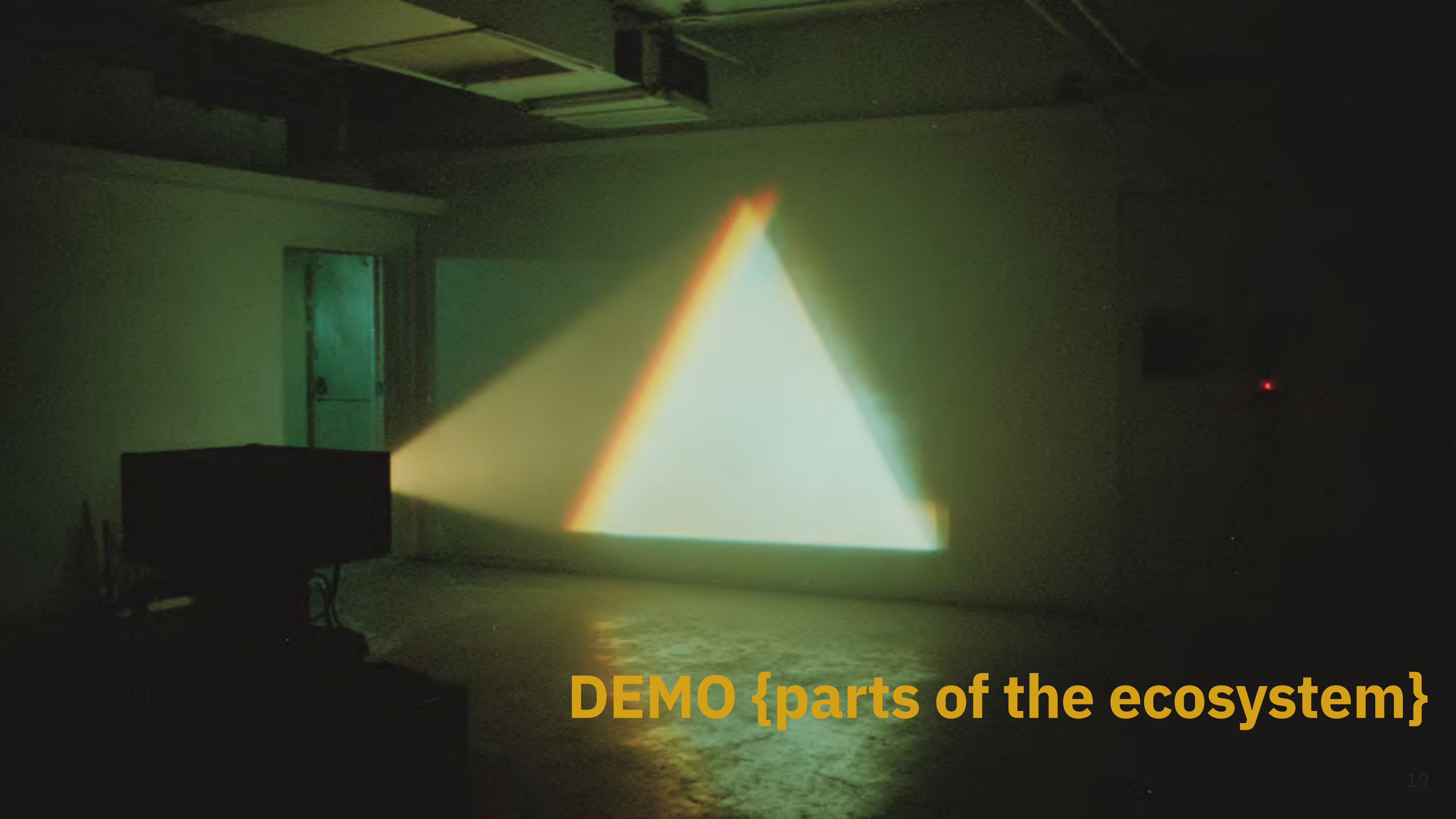
02 block



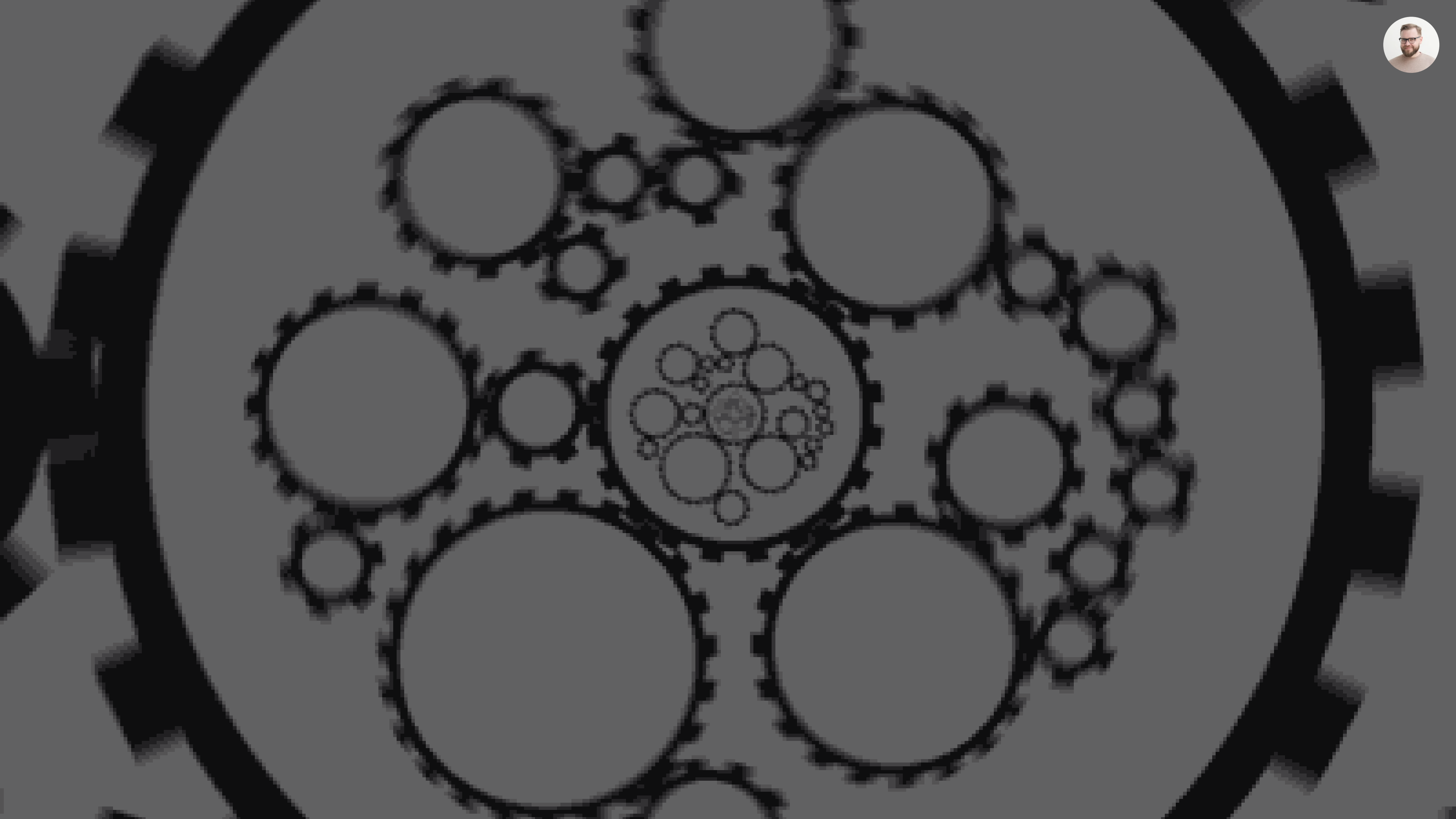
research
ecosystem

от фрагментов к системе





DEMO {parts of the ecosystem}



03

your plans

your plans

- расскажите сейчас про свою главный инсайт/автоматизацию для показа на демо-дне
- пофантазируйте, во что могут перерасти ее части