

## Program szkolenia:

# Storytelling danych - jak w ciekawy i angażujący sposób opowiadać o liczbach?

### Informacje:

|                      |                                                                                      |
|----------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nazwa:</b>        | <b>Storytelling danych - jak w ciekawy i angażujący sposób opowiadać o liczbach?</b> |
| <b>Kod:</b>          | <b>soft-Storytelling</b>                                                             |
| <b>Kategoria:</b>    | Umiejętności miękkie                                                                 |
| <b>Czas trwania:</b> | 2 dni                                                                                |
| <b>Forma:</b>        | 50% wykłady / 50% warsztaty                                                          |

Szkolenie koncentruje się na wykorzystaniu storytellingu w biznesie, szczególnie w kontekście prezentowania i interpretacji danych w obszarach takich jak marketing, sprzedaż, finanse czy HR. Wprowadza uczestników w koncepcję storytellingu z danymi oraz przekazuje narzędzia i praktyczne wskazówki, które pozwolą opowiadać o liczbach w sposób angażujący i zrozumiały dla odbiorców biznesowych (zarząd, klienci, partnerzy, współpracownicy). Przedstawia praktyczne zastosowanie narzędzi AI do tworzenia prezentacji i analizy danych, które pozwalają wzmocnić umiejętności opowiadania historii z wykorzystaniem danych biznesowych

## Szczegółowy program:

### 1. Rozpoczęcie i cele.

1.1. Ćwiczenie "Co boli w naszych prezentacjach?"

1.2. Dlaczego storytelling? Różnica między suchą analizą a angażującą opowieścią.

1.3. Kluczowe korzyści ze stosowania storytellingu w organizacji: poprawa komunikacji, lepsze zrozumienie danych wśród decydentów, podniesienie wiarygodności zespołów analitycznych.

### 2. Ekonomia behawioralna a slajdy

2.1. Ekonomia behawioralna a slajdy - jakie błędy poznawcze powodują, że prezentacje są nieczytelne?

2.2. Bias przeładowania, efekt pierwszeństwa/świeżości, framing ROI i ich rola w odbiorze danych.

2.3. Jak je etycznie wykorzystywać, a czego unikać (manipulacja vs. perswazja)?

2.4. Czy warto upraszczać przekaz?

2.5. Mini case study: przykłady wykorzystania ekonomii behawioralnej w marketingu

2.6. Ćwiczenie grupowe: „Moja ulubiona (lub najgorsza) prezentacja liczb” – krótkie historie uczestników o tym, co działało lub nie działało.

### 3. Kluczowe elementy narracji i dobór danych

3.1. Pięć filarów dobrej historii: cel, bohater (np. klient, produkt), konflikt/wyzwanie, rozwój akcji, wnioski.

3.2. Jak wybrać dane? Kryteria: atrakcyjność, wiarygodność, łatwość interpretacji.

3.3. Odbiorca w centrum: Jak dostosować opowieść do różnych interesariuszy (np. zarząd, dział sprzedaży, marketing)?

3.4. Ćwiczenie: Uczestnicy są dzieleni na 2-3 osobowe zespoły. Każda grupa tworzy krótkie wprowadzenie do swojej „historii danych” na wybranym przykładzie biznesowym na jednym z 3 poziomów syntetyzacji danych: Snapshot (1 minuta), Pitch (3-5 min) lub Deep-dive

### 4. Wizualizacja i prezentacja danych w biznesie

4.1. Storytelling Data vs. Charts overload: unikanie przeładowania slajdów i nadmiaru wykresów.

4.2. Proste zasady wizualizacji: wybór typu wykresu, stosowanie czytelnej kolorystyki, minimalizm w formie.

4.3. Najczęstsze błędy: brak kontekstu, manipulacja skalą, zbyt skomplikowane legendy, brak interpretacji.

4.4. Ćwiczenie praktyczne: uczestnicy przygotowują jeden slajd wizualizujący dane (np. z obszaru marketingu lub HR) w sposób przejrzysty i angażujący.

## 5. Praktyczne ćwiczenia warsztatowe

5.1. Rozwijanie historii: każdy zespół (2–4 osoby) dopracowuje wcześniej zaczerpniętą „mini-historię”.

5.2. Elementy sceniczności: ton głosu, język ciała, mowa korzyści.

5.3. Feedback grupowy: krótkie prezentacje i wzajemne informacje zwrotne o skuteczności przekazu.

## 6. Podsumowanie, sesja Q and A i plan wdrożenia

6.1. Podsumowanie kluczowych narzędzi (dobór danych, struktura opowieści, wizualizacja).

6.2. Zaplanowanie pierwszych kroków wdrożenia w pracy uczestników (np. przegląd raportów firmowych, przygotowanie nowej prezentacji).

6.3. Sesja pytań i odpowiedzi oraz wskazanie literatury, artykułów i kursów online do dalszego rozwoju.

## 7. Narzędzia AI w przygotowaniu prezentacji (demo + warsztat)

7.1. Przegląd narzędzi AI do tworzenia prezentacji

7.2. Narzędzia AI do analizy danych

7.3. Najważniejsze zasady wykorzystania AI w granicach compliance

7.4. Ćwiczenie: Zespoły pogłębiają pracę z Dnia 1, tworząc historie oparte na danych z użyciem narzędzi AI

## 8. Praca z trudnymi danymi i kontrowersyjnymi wnioskami

8.1. Jak prezentować niekorzystne wskaźniki (spadek sprzedaży, opóźnienia w projekcie)?

8.2. Strategie radzenia sobie z trudnymi pytaniami w trakcie prezentacji.

8.3. Ćwiczenie: „Odwrócenie narracji” – uczestnicy uczą się przekazywać niepopularne wyniki w sposób transparentny, ale wciąż konstruktywny.

## 9. Interaktywny storytelling – angażowanie słuchaczy

9.1. 12 technik angażowania odbiorców (pytania retoryczne, analogie, humor, quizy).

9.2. Podczas historii: zachęcanie do zadawania pytań, stosowanie krótkich ankiet, wykorzystywanie platform interaktywnych (np. Mentimeter).

9.3. Ćwiczenie: Uczestnicy wprowadzają do swojej prezentacji 1–2 techniki interaktywne.

## **10. Prezentacje finalne i feedback**

10.1. Każdy zespół prezentuje rozbudowaną historię (5–10 slajdów) z obszaru danych rzeczywistych lub przykładowych.

10.2. Omówienie mocnych stron i możliwych udoskonaleń.

## **11. Podsumowanie i plan wdrożenia w organizacji**

11.1. Podsumowanie najważniejszych lekcji z 2 dni.

11.2. Sesja pytań i odpowiedzi (Q and A).

11.3. Wskazówki, jak wykorzystać nabyte umiejętności w projektach firmowych (np. raporty roczne, cotygodniowe spotkania menedżerskie).