SF EDUCATION

Продвинутые навыки работы в Excel

10.1 Продвинутое условное форматирование (Базовые)

Содержание:

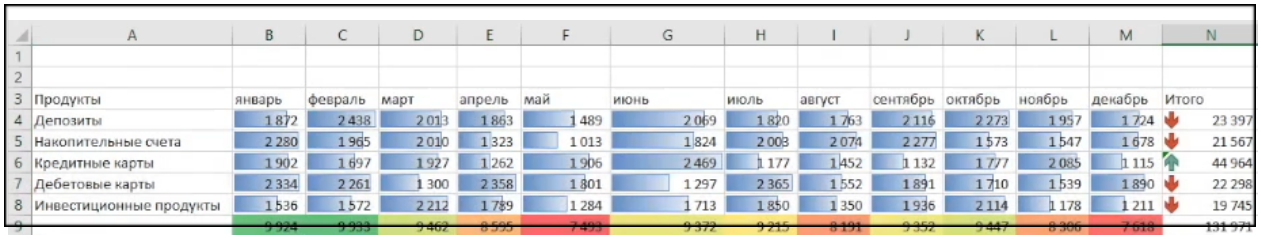
1. Базовые настройки
2. В чем преимущество условного форматирования
3. Какие базовые, условные форматирования мы можем применять

В рамках данного урока мы поговорим об условном форматировании, познакомимся с базовыми параметрами условного форматирования Microsoft Excel, попрактикуемся в написании личных параметров, а также поработаем с продвинутым условным форматированием.

В рамках данного урока важно фокусировать внимание на том, что условное форматирование это, такой помощник, который помогает выделять основные данные, на которые необходимо обратить внимание, при проверке.

Базовые настройки

Познакомимся с базовыми настройками, на данном примере:



	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N
1														
2														
3	Продукты	январь	февраль	март	апрель	май	июнь	июль	август	сентябрь	октябрь	ноябрь	декабрь	Итого
4	Депозиты	1 872	2 438	2 013	1 863	1 489	2 069	1 820	1 763	2 116	2 273	1 957	1 724	23 397
5	Накопительные счета	2 280	1 965	2 010	1 323	1 013	1 824	2 008	2 074	2 277	1 573	1 547	1 678	21 567
6	Кредитные карты	1 902	1 697	1 927	1 262	1 906	2 469	1 177	1 452	1 132	1 777	2 085	1 115	44 964
7	Дебетовые карты	2 334	2 261	1 300	2 358	1 801	1 297	2 365	1 552	1 891	1 710	1 539	1 890	22 298
8	Инвестиционные продукты	1 536	1 572	2 212	1 789	1 284	1 713	1 850	1 350	1 936	2 114	1 178	1 211	19 745
9		9 924	9 933	9 462	8 595	7 493	9 372	9 215	8 191	9 352	9 447	8 386	7 618	131 971

При первичном знакомстве нам сразу падает в глаза то, что компания выполнила хороший результат в рамках января, февраля, при сравнении с всем годовалым отчетом.

Май, скорее всего из-за сезонности наши продажи упали. Также мы видим, что в кредитные карты берут на себя большую часть продаж именно в разрезе годовалого периода. Но если мы хотим посмотреть по детализации в разрезе месяца, то мы видим, что в определенной степени у кредитных карт есть определенная тенденция к росту.

При этом мы также видим, что депозиты дают нам стабильный эффект по продажам, также как и дебетовая карта. Даже если не смотреть на цифры, а основываясь на визуализации с помощью условного форматирования, мы за 30 секунд поняли в чем дело и куда мы можем с этими данными идти, для того чтобы получить определенный результат.

Условное форматирование даёт нам первичный, определенный результат, в котором мы можем дальше работать, и мы сфокусировали своё внимание на положительной стороне данного отчета и на негативной.

В рамках данного Dataset, мы видим, что есть определенная тенденция, касаема по охватам. Что есть топовые рекламные компании, которые нам дали одни из самых больших охватов.

При этом мы видим, чем больше охват, тем больше кликов и на примере мы наблюдаем, что переходы, которые были ниже 300 мы отключаем и эти переходы отвечают за те же самые в рамках конверсии воронки по рекламным компаниям.

В чем преимущество условного форматирования

Правила, которые мы вводим в наш Dataset, либо отчет, в котором настроено автоматическое обновление данных, но эти данные запрограммированы под наше условное форматирование и вне зависимости от того, какие данные там будут обновляться, форматирование также будет отражать ту логику, которую мы хотим увидеть в данном Dataset.

Перейдем к практике.

Какие базовые, условные форматирования мы можем применять

Например, у нас есть правила выделения ячеек, связанное с текстом, с датами и также есть возможность выставлять условное форматирование в зависимости от повторяющих либо уникальных значений.

У нас есть возможность визуализировать данные в рамках условного форматирования, в зависимости от среднего значения, и в % условий правил, которые мы можем выставить.

Также у нас есть возможность визуализировать данные в виде гистограммы, в цветовой шкале и наборе значков.

Пройдемся по каждому пункту.

Есть основополагающие алгоритмы выполнения условного форматирования. Берем за правило, что перед тем, как поставить условное форматирование, мы выделяем тот диапазон, на котором хотим условное форматирование применить.

Например, нам надо посмотреть результаты по временному диапазону и значения, которые были больше 9500.

Как мы видим, январь и февраль показали топовые значения по продажам.

На этом же диапазоне нам надо посмотреть тех, кто меньше 8000.

На этом диапазоне смотрим, какие значения у нас были между определенным диапазоном. Например, 9300 и 9400.

Данные правила можно также применять в таком виде, который мы видели сейчас.