



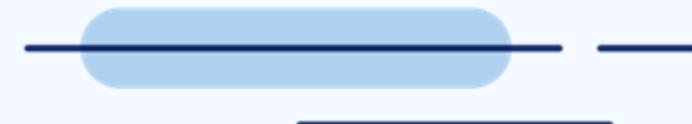
Prompt to Dashboard

: AI로 대시보드 설계부터 디자인까지

GPTs + n8n 을 활용한 대시보드 기획 프로세스 자동화

전서연, Seoul Tableau User Group Leader

DataBridge | sy@databridge.co.kr





전서연

Seoul Tableau User Group Leader (STUG)

- 4x Tableau Public Ambassador (2021-2024)
- 현) DataBridge (데이터브릿지) 대표이사
- BI 구축 컨설팅, 데이터 교육

Seoyeon Jun

DataBridge | ex-Amazon Web Services의 Data Visualization Engineer | Seoul, South Korea

CEO @DataBridge | 4XPublic Ambassador | 3XVOTD | Tableau Live Featured Author | Tableau Viz Contest
Winner | Tableau Certified Associate

팔로우

구직

비주얼리제이션 36

즐겨찾기 254

팔로우 180

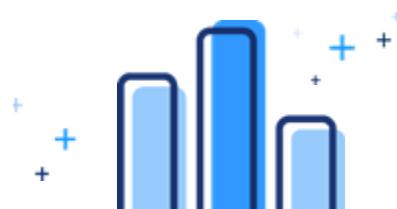
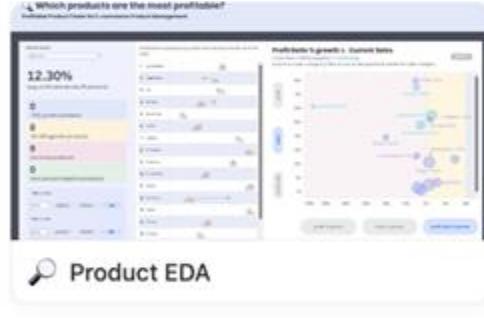
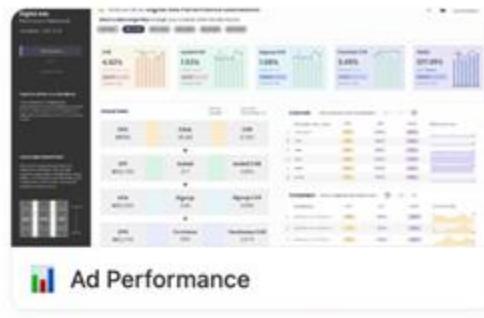
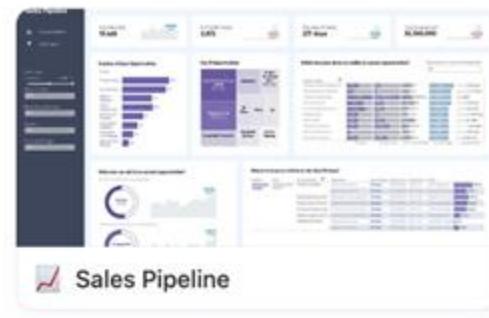
팔로워 1902

Tableau
DataFest

The dashboard grid displays 12 of Seoyeon Jun's Tableau dashboards, arranged in a 3x4 grid. Each dashboard is shown with a thumbnail, title, author, rating, and views.

- Sales Funnel Dashboard | VOTD** by Seoyeon Jun (Rating: 1.31, Views: 87,403)
- SNS Log Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 1, Views: 87)
- Game Log Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 1, Views: 109)
- Budget Monitoring Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 2, Views: 53)
- Shining Stars | VOTD** by Seoyeon Jun (Rating: 1.36, Views: 6,426)
- Profitable Product Finder** by Seoyeon Jun (Rating: 1.1, Views: 629)
- Funnel Conversion Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 6, Views: 433)
- Commerce User Log Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 1.1, Views: 481)
- Promotion Analysis Dahsboard** by Seoyeon Jun (Rating: 29, Views: 1,121)
- Metric Hierarhcy Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 18, Views: 507)
- KPI Dashboard for Navigating Order Value Drivers** by Seoyeon Jun (Rating: 44, Views: 1,423)
- Digital Ads Performance Dashboard** by Seoyeon Jun (Rating: 1015, Views: 52,211)





困惑的表情图标 대시보드 제작 과정의 고민

이 데이터로 무슨 분석 하지?

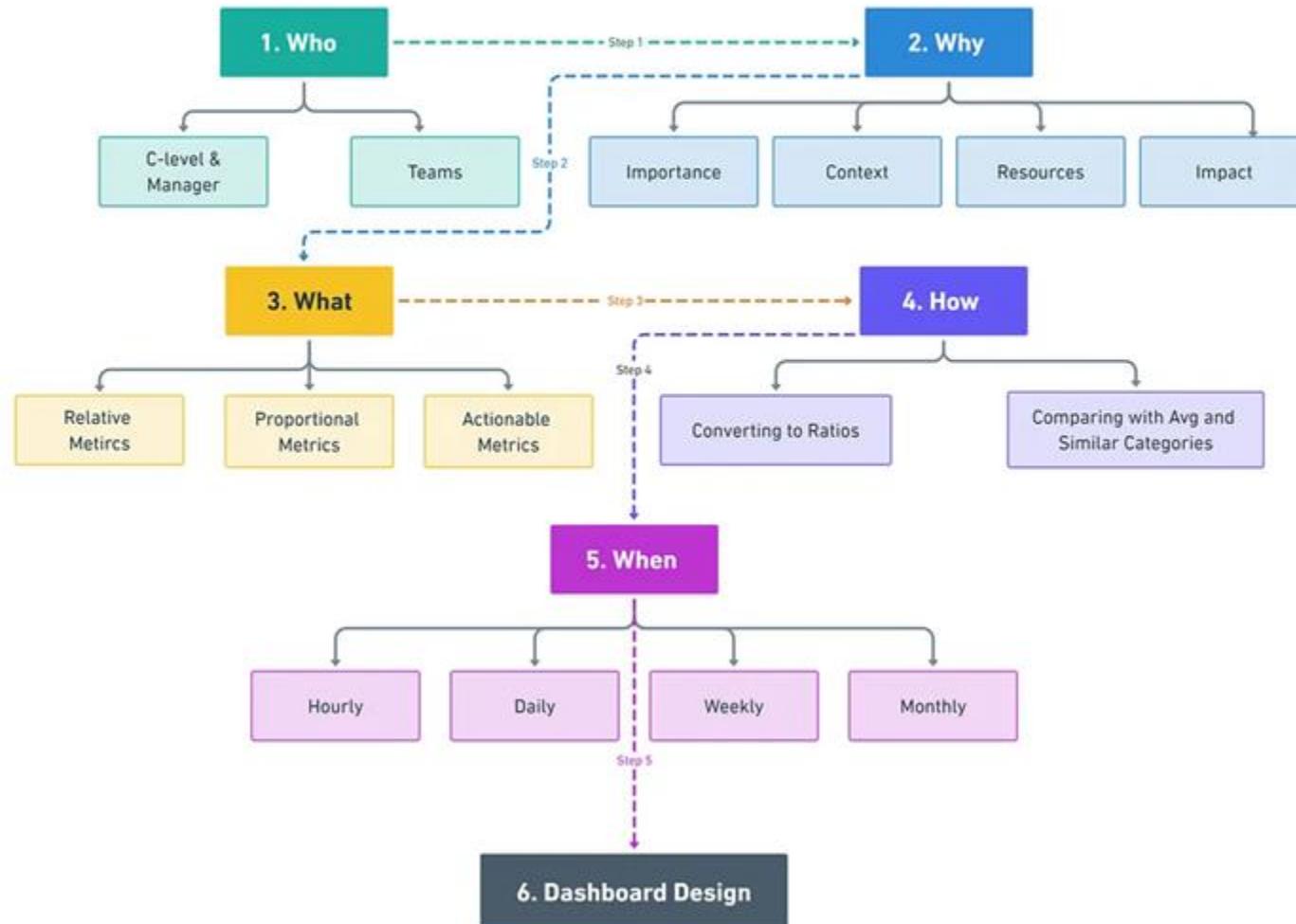
지표를 어떻게 설정하지?

대시보드는 어떻게 구성하지?

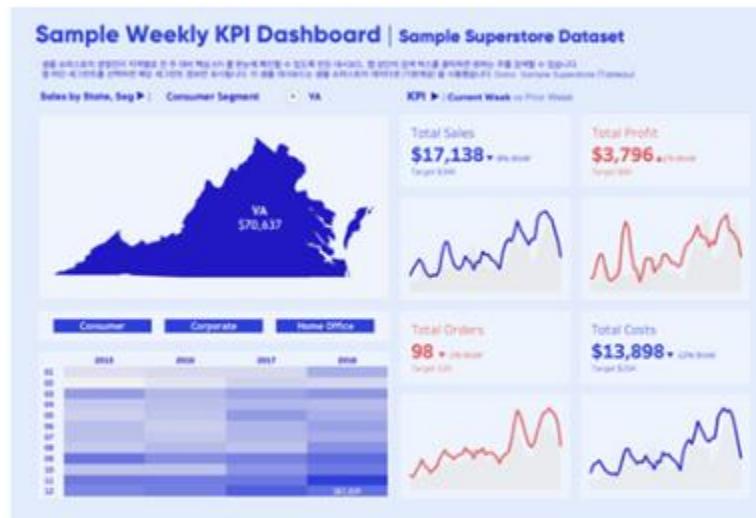


Data Visualization & Dashboard Design Process

By Seoyeon Jun @tableau_viz

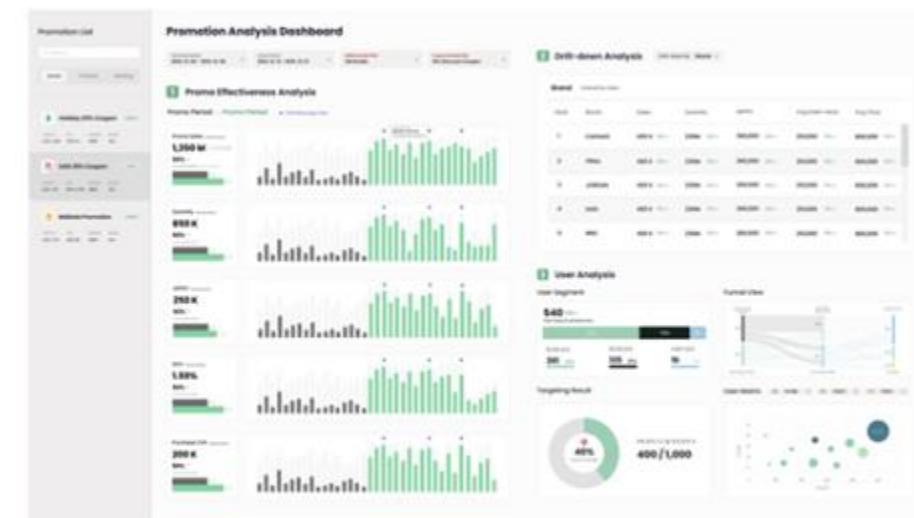


관리자용 모니터링 대시보드



- 목적 : 관리자의 비즈니스 현황 파악
- 지표 : KPI 위주 (매출, 수익, 비용)
- 예시 : 매출 목표 달성을 (%)

실무자용 액션형 대시보드



- 목적 : 실무자의 원인 분석 및 액션 도출
- 지표 : KPI Drill-down (상품 및 유저별 매출)
- 예시 : 브랜드 / 아이템별 매출 증감율 (%)



Metric Hierarchy

Outcome Metrics

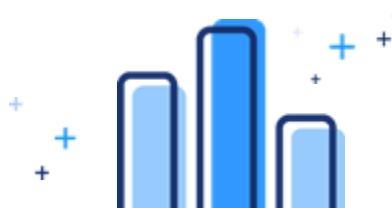
Acquisition
Retention
Monetization
(매출, CLV)

Driver Metrics

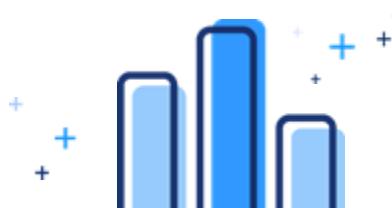
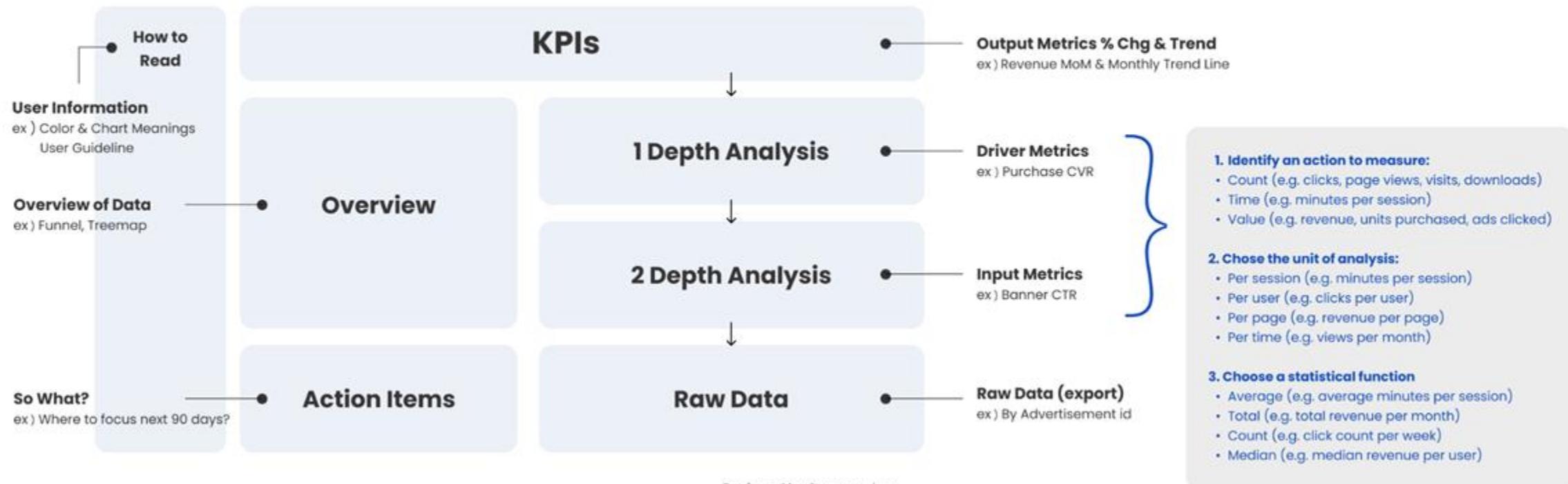
Outcome Metrics에
영향을 주는
선행 지표
(결제 페이지 전환율)

Actionable Metrics

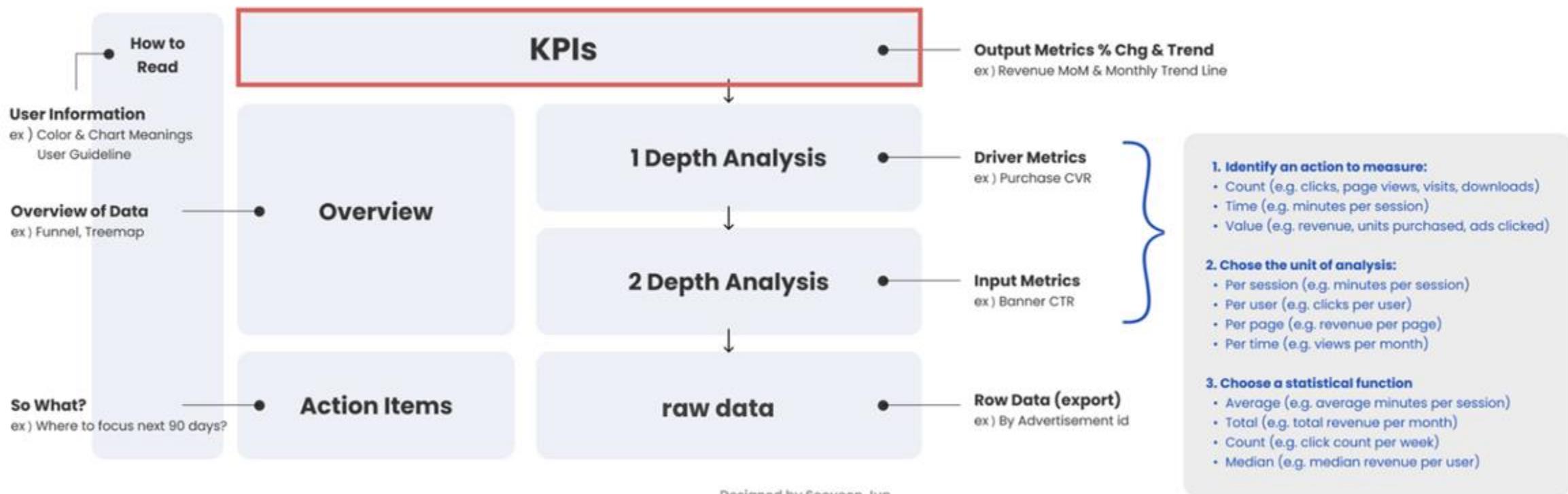
Driver Metrics에
영향을 주는 지표
가장 액션에 반영하기 쉬움
(CTR)

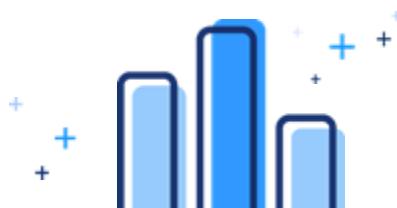
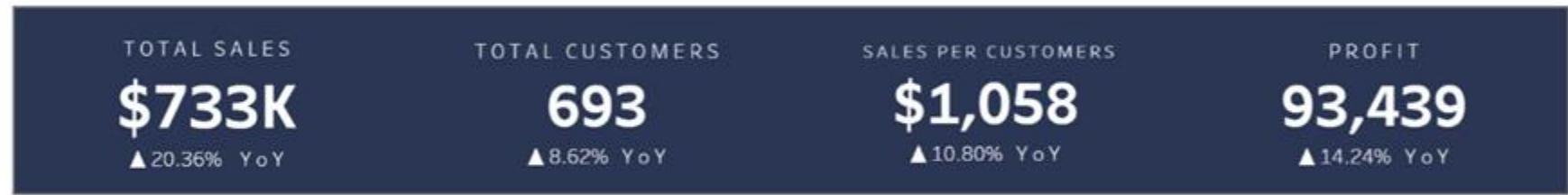


Actionable Dashboard Design

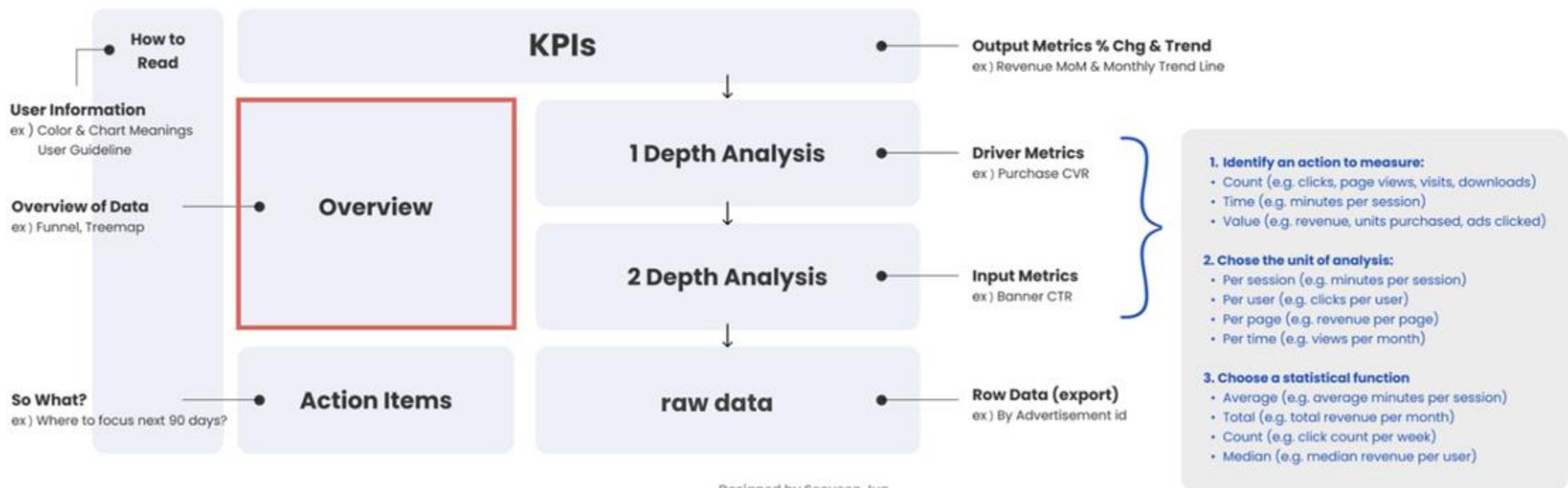


Actionable Dashboard Design

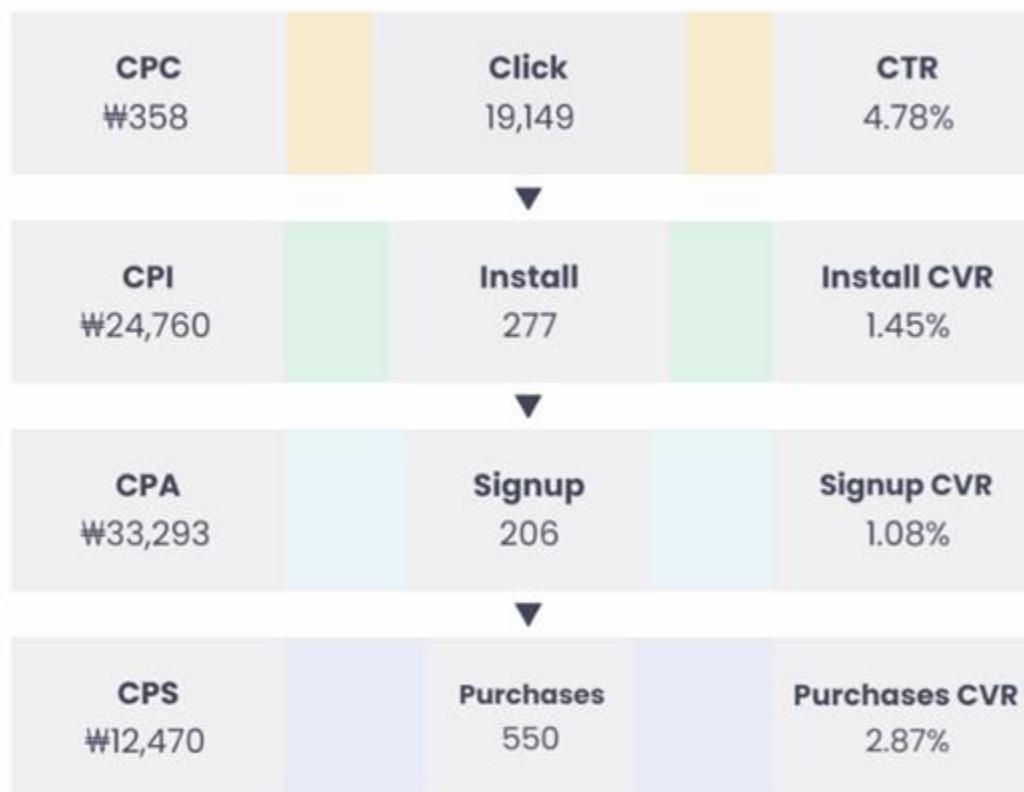




Actionable Dashboard Design



Funnel View



What was our ability to convert opportunities?

Win rate = # of Won Opp / # of Closed Opp



Conversion rate = Won Volume / Closed Volume



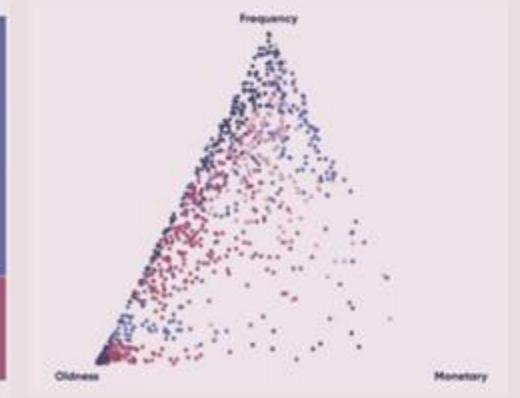
Sales per States



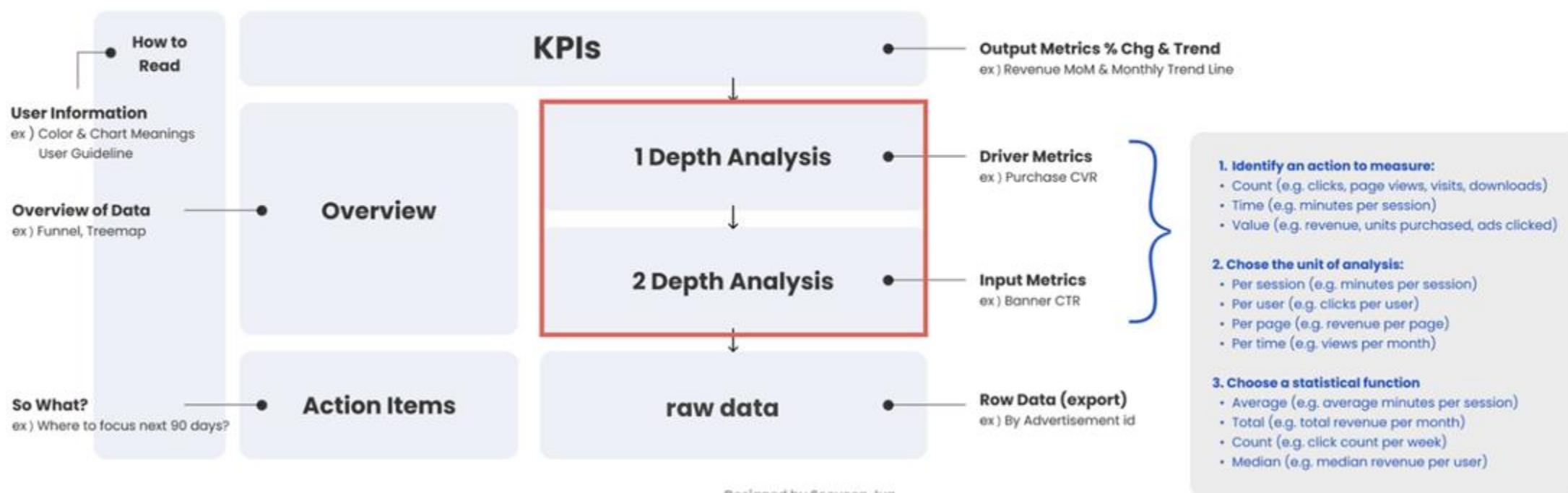
Customer Segmentation - with RFM Analysis



Ternary Chart - [Each dot represents one customer]
LEFT : Oldness (← Recency) | RIGHT : Frequency | TOP : Monetary



Actionable Dashboard Design

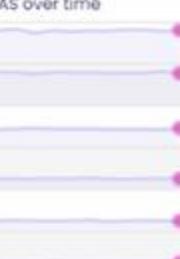
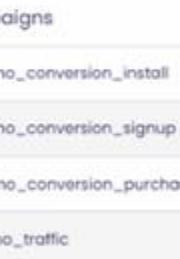
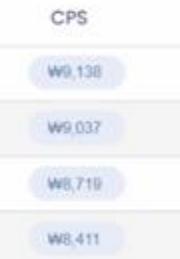


Funnel ViewChannel
youtubeCampaign
fastcampust...

CPC ₩358	Click 19,149	CTR 4.78%
▼		
CPI ₩24,760	Install 277	Install CVR 1.45%
▼		
CPA ₩33,293	Signup 206	Signup CVR 1.08%
▼		
CPS ₩12,470	Purchases 550	Purchases CVR 2.87%



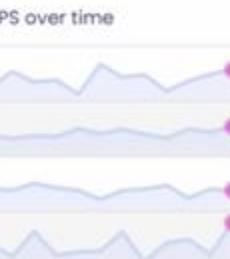
Channels Click to change the time-tracked metric:

Channels (Click to filter)	CTR	CPS	ROAS	ROAS over time
1 naver_search	4.44%	₩8,821	1934%	
2 naver	4.22%	₩8,970	1836%	
3 meta	4.70%	₩11,775	1244%	
4 youtube	4.90%	₩13,604	1009%	
5 google	4.72%	₩13,817	887%	
6 kakao	4.61%	₩13,106	840%	



Depth 1

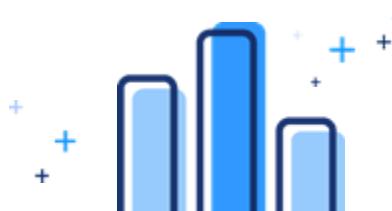
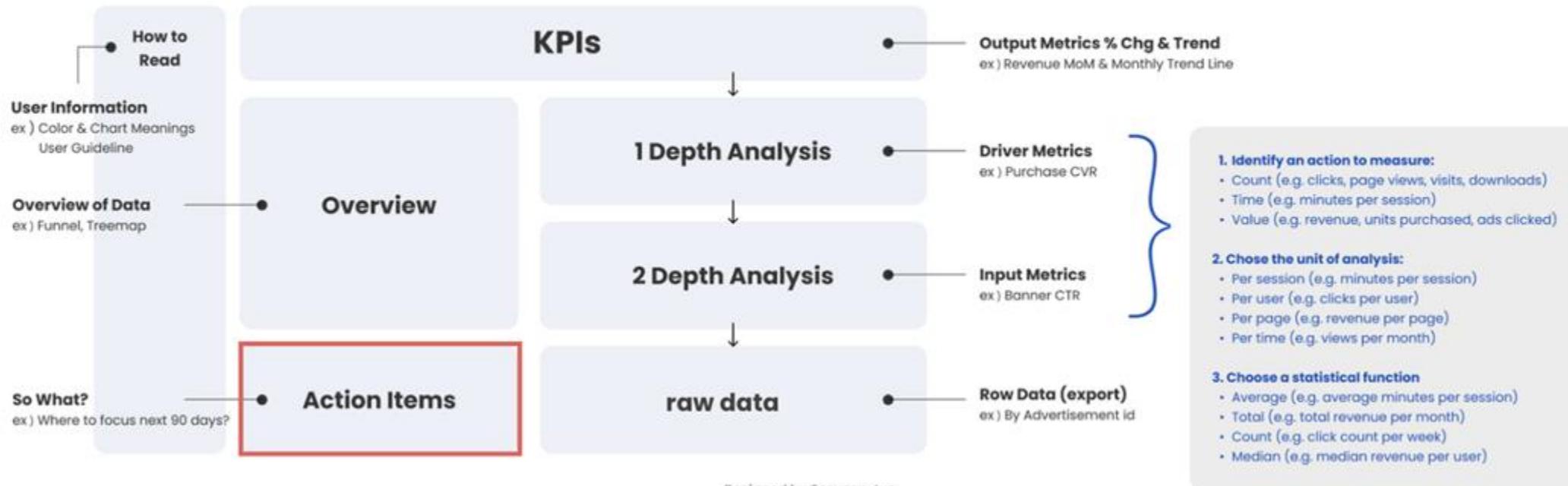
Campaigns Click to change the time-tracked metric:

Campaigns	CTR	CPS	ROAS	CPS over time
1 mo_conversion_install	4.44%	₩9,138	1754%	
2 mo_conversion_signup	4.38%	₩9,037	1911%	
3 mo_conversion_purchase	3.74%	₩8,719	2057%	
4 mo_traffic	5.20%	₩8,411	2004%	

Depth 2



Actionable Dashboard Design



Customer List - By Customer Segment

Recency Score Frequency Score Monetary Score

Customer Name	Year	Customer Segment	RPM	Recency	Frequency	Monetary	RFM Score	Sales	Profit
Adam Hart	2019	Champions	444	15	3	1,321	12	217	12
Alan Hwang	2020	Champions	444	7	5	3,301	12	196	20
Ann Chong	2020	Champions	444	7	4	2,387	12	13	1
Anna Häberlin	2018	Champions	444	1	5	1,046	12	1,135	151
Anthony Rawles	2019	Champions	444	21	3	2,096	12	348	-25
Chris McAfee	2019	Champions	444	22	5	2,306	12	1,427	64
Christopher Schild	2020	Champions	444	3	5	2,298	12	259	-35
Chuck Clark	2020	Champions	444	1	4	1,581	12	250	72
Emily Phan	2019	Champions	444	1	6	2,518	12	2,041	-362
	2020	Champions	444	13	8	1,603	12	505	73

Where to focus our efforts on the Next 90 days?

Pipeline	Type	Account Name	Opp.Name	Age of Opp.	Opportunity ID	Close Date	Stage
Closing Next 90 days	Existing Customer - Upgrade	Ornare Foundation	Ornare Foundation 2	276 days	00610000075..	2017. 6. 19.	Value Proposition
			Ornare Foundation 12	276 days	00610000075..	2017. 6. 20.	Perception Analysis
		Suspendisse Incorp.	Suspendisse Incorporated..	276 days	00610000075..	2017. 6. 22.	Proposal/Price Qu.
		Grand Hotels & Resort..	Grand Hotels Kitchen Gen..	327 days	0061000005Y..	2017. 7. 27.	Id. Decision Make..
		Et Ultrices Posuere Inc..	Et Ultrices Posuere Inc..	276 days	00610000075..	2017. 6. 16.	Id. Decision Make..
		Express Logistics and ..	Express Logistics Portabl..	327 days	0061000005Y..	2017. 7. 30.	Value Proposition
		Magna Sed Limited	Magna Sed Limited 5	276 days	00610000075..	2017. 7. 22.	Negotiation/ Rev..
			Magna Sed Limited 7	276 days	00610000075..	2017. 7. 26.	Negotiation/ Rev..
Closing Overdue	Null	Nunc Commodo Limit..	Nunc Commodo Limited 4	276 days	00610000075..	2016. 2. 27.	Prospecting



Digital Ads
Performance Dashboard

Last Refresh : 2023.12.30.

Performance

Full Data Table

Digital Ads Performance Dashboard

This dashboard is comparing the performance of various advertising channels. It aims to determine which channels have effectively contributed to the actual business results.

How to read a Funnel Chart?

Each Funnel Stage Reveals Metrics for Acquisition, Installation, Sign-up, and Purchase, Sequentially Arranged from Top to Bottom. The left showcases Cost Metrics, the middle tracks Event Counts, and the right signifies Conversion Rates.

Legend

- Cost:
- Events:
- CVR:

👋 Welcome to Digital Ads Performance Dashboard!

Select a date range filter to begin your analysis within the dashboard.

This Week Last 7 days Last 14 days Last 28 days Last 30 days Last 90 days

Seoyeon Jun
jytus92472@gmail.com

Table View

			CPC	CPA	CPS	Clicks	Signup	Conversions	Conversion S.	CTR	Signup CVR	Purchases CVR	ROAS
2023년 12월 24일	google	mo_conversion_install	₩740	₩60,645	₩9,562	1,705	14	133	10,802,072	3.98%	0.92%	7.80%	849%
		mo_conversion_purchase	₩341	₩23,285	₩14,522	8,888	89	157	16,883,623	5.54%	1.17%	2.29%	721%
		mo_conversion_signup	₩371	₩30,328	₩2,538	3,819	38	113	12,920,059	4.37%	1.02%	2.96%	912%
		mo_traffic	₩528	₩44,307	₩0,993	3,020	58	133	11,443,070	6.38%	1.09%	4.40%	717%
2023년 12월 25일	kokao	mo_conversion_install	₩324	₩29,861	₩1,060	4,905	50	135	16,086,238	5.53%	1.02%	2.75%	1073%
		mo_conversion_purchase	₩208	₩19,583	₩8,439	3,018	16	34	7,588,899	4.97%	0.53%	1.3%	1203%
		mo_conversion_signup	₩464	₩49,127	₩6,347	3,404	33	103	12,540,474	8.94%	0.94%	3.23%	774%
		mo_traffic	₩451	₩49,707	₩4,012	5,828	51	181	21,454,381	4.75%	0.98%	3.22%	846%
	meta	mo_conversion_install	₩357	₩54,309	₩2,059	1,541	12	54	10,723,350	5.32%	0.73%	3.29%	1645%
		mo_conversion_purchase	₩195	₩15,889	₩7,880	2,390	23	21	7,263,255	5.37%	1.08%	0.95%	2099%
		mo_conversion_signup	₩249	₩26,255	₩1,071	3,685	35	83	15,012,823	5.18%	0.95%	2.25%	1834%
		mo_traffic	₩371	₩31,957	₩4,863	3,381	38	85	14,330,334	5.80%	1.0%	2.53%	1850%
	naver	mo_conversion_install	₩82	₩7,231	₩3,258	1,023	13	3	1,440,565	7.02%	1.27%	0.2%	1532%
		mo_conversion_purchase	₩358	₩52,259	₩8,959	1,751	12	70	10,294,193	7.00%	0.89%	4.00%	1542%
		mo_conversion_signup	₩385	₩32,827	₩8,725	2,414	27	121	29,803,065	4.1%	1.12%	5.43%	3387%
		mo_traffic	₩294	₩98,963	₩7,538	3,738	38	146	12,803,009	5.10%	1.02%	3.91%	1945%
	naver_sec.	mo_conversion_install	₩254	₩7,606	₩4,868	2,629	38	45	8,710,491	2.96%	1.45%	1.71%	2870%
		mo_conversion_purchase	₩320	₩25,735	₩9,222	3,460	43	120	23,088,304	5.13%	1.24%	3.47%	2088%
		mo_conversion_signup	₩334	₩25,453	₩9,024	2,968	38	110	10,039,324	3.14%	1.3%	3.71%	1070%
		mo_traffic	₩400	₩32,709	₩5,385	5,310	65	214	26,073,203	4.60%	1.22%	6.29%	1782%
	youtube	mo_conversion_install	₩257	₩22,302	₩3,890	2,398	28	45	12,153,721	4.02%	1.17%	1.88%	1873%
		mo_conversion_purchase	₩634	₩27,096	₩3,555	1,151	26	74	7,642,781	2.88%	0.43%	1.08%	1081%
		mo_conversion_signup	₩376	₩42,932	₩2,485	4,651	41	140	17,967,837	5.93%	0.88%	3.01%	1026%
		mo_traffic	₩394	₩45,958	₩14,294	4,970	40	137	13,373,503	7.7%	0.80%	3.78%	883%
	google	mo_conversion_install	₩398	₩33,079	₩6,563	10,875	323	243	42,029,763	4.83%	1.02%	2.40%	1044%
		mo_conversion_purchase	₩262	₩5,411	₩5,396	3,773	30	69	16,796,556	4.48%	0.80%	1.83%	1062%
		mo_conversion_signup	₩595	₩68,327	₩4,163	2,545	27	107	15,948,889	3.55%	1.08%	4.20%	1052%
	kokao	mo_conversion_install	₩426	₩14,313	₩17,843	3,728	38	69	14,961,180	4.96%	0.97%	2.38%	940%
		mo_conversion_purchase	₩790	₩3,512	₩10,673	2,765	95	295	19,714,423	5.32%	1.28%	7.41%	867%
		mo_conversion_signup	₩336	₩18,831	₩5,319	5,351	47	113	14,885,341	6.82%	0.99%	2.18%	848%
		mo_traffic	₩514	₩45,585	₩14,104	4,983	96	181	24,120,981	3.80%	1.03%	3.08%	940%
	meta	mo_conversion_install	₩259	₩11,968	₩10,591	4,221	29	115	21,715,568	8.54%	0.61%	2.72%	7788%
		mo_conversion_purchase	₩443	₩40,888	₩7,063	3,137	34	81	13,427,799	6.20%	1.08%	2.58%	950%
		mo_conversion_signup	₩431	₩45,088	₩3,814	3,303	31	103	20,270,767	6.15%	0.94%	3.12%	1426%
		mo_traffic	₩375	₩46,055	₩4,699	3,685	30	94	22,051,827	2.27%	0.8%	2.55%	1587%
	naver	mo_conversion_install	₩336	₩23,188	₩10,588	4,481	83	138	22,574,704	3.47%	1.4%	3.08%	1545%
		mo_impressions_impressions	₩110	₩35,185	₩60,731	1,161	14	77	15,611,459	8.48%	1.11%	3.82%	1110%



THE ULTIMATE TABLE OF CHARTS

Chronology edition

Legend

Likelihood by criteria

- Cognitive load
- Need for context
- Misleading risk

Very likely



Likely



Unlikely



How to read ?

SLOPE CHART



How to read ?

LINE CHART

LINE CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Very likely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

100% STACKED BAR CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Very likely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

STEPPED LINE CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Unlikely

STACKED AREA CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Very likely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Very likely

BAR CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

SPARKLINE



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

SANKEY CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Very likely

CANDLESTICK CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Very likely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Unlikely

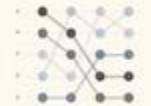
LOLLIPOP CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Very likely

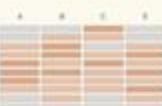
BUMP CHART



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Very likely
Misleading risk: Unlikely

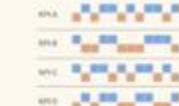
HEATMAP



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

WIN-LOSS SPARKLINE



Fields required:
Discrete 1 Continuous 1

Cognitive overload: Unlikely
Need for context: Unlikely
Misleading risk: Unlikely

기획



+

시각화



+

자동화



GPT

Tableau

n8n

대시보드 기획/설계 자동화

1. 대시보드 기획 프로세스

대시보드 기획 프로세스와 GPT 프롬프트 (지표설정, 차트 선정 등)



2. GPTs Auto PM

AI 기반 자동 분석 설계 및 추천 (위 기획 내용 자동화)



3. n8n 워크플로우

자동화된 전처리 파이프라인 구축 및 Slack 기반 실시간 분석





1. 대시보드 기획 Prompt

대시보드 기획을 위한 9단계 과정 (전처리, 문제정의, 지표설정, 와이어프레임 디자인 등)

대시보드 단계별 기획 프로세스



1

전처리 (Preprocessing)



프롬프트

데이터 설명 : 이 데이터는 일자별 고객의 주문 내역 (고객, 주문 ID, 카테고리, 상품, 판매량, 매출, 할인율) 을 담은 데이터야.
해당 데이터의 결측치 확인 및 이상치를 확인하고 어떻게 전처리하는 게 좋을지 조언해줘"

프롬프트 설계 조건

데이터 설명 포함

데이터의 구조와 내용을 명확히 설명하여 정확한 전처리 방법 도출

구체적인 요청사항

결측치/이상치 확인 및 처리방법을 명확히 요청

전처리 목적 명시

데이터 품질 향상 목적을 포함하여 적절한 방법 제안 유도

GPT 전처리 항목



결측치 분석

카테고리(3.2%), 할인율(5.1%) 컬럼에서 결측치 발견



이상치 처리

매출 데이터 IQR 방식으로 상하위 1% 필터링



날짜 형식 변환

2023-01-04 00:00:00 → 2023년 01월 4일



2 기술통계 (Descriptive Statistics)



프롬프트

"데이터 세트에 대한 종합적인 기술 통계 분석을 수행해줘. 기술 통계 분석 결과를 APA 형식의 표로 구체적으로 작성해줘"

프롬프트 설계 조건

기본 정보 제공

데이터셋의 주요 특성을 요약하는 통계 요청

결과 형식 명시

APA 형식의 표로 출력을 지정하여 결과물 확보

GPT 결과 예시

변수명	N	평균	표준편차
거래금액	1,532	58,420.5	12,530.3
거래횟수	1,532	4.32	2.85

데이터 분포 파악

→ 평균 거래금액 58,420원, 편차 12,530원

이상치 발견

→ 상위 5% 구간 분석으로 VIP 고객 식별



3

EDA (탐색적 데이터 분석)



프롬프트

"데이터 세트에 대해 일변량 / 다변량 EDA 를 실시해줘."

프롬프트 설계 조건

변수 특성 파악

데이터 타입과 분포를 이해하고 이상치, 결측치 등 품질 이슈를 발견하기 위한 탐색적 분석

데이터 패턴 발견

변수 간 관계, 상관관계, 인과관계 파악을 통해 심층 인사이트 도출

분석 방향 설정

실제 비즈니스 문제에 적합한 추가 분석 방법론 탐색의 기반 마련

GPT EDA 항목

일변량 분석

- 구매금액: 평균 35,000원, 중앙값 28,000원
- 이상치: 상위 3% 구매액이 전체의 25% 차지
- 계절성: 주말 구매가 평일 대비 132% 높음

다변량 분석

- 구매액-재방문 상관계수: 0.78 (강한 양의 상관)
- 카테고리별 구매패턴: 전자제품 구매자의 67%가 액세서리도 구매
- 고객세그먼트: 3개 주요 클러스터 발견(고객 생애가치 기반)



4

문제정의/분석 목적



프롬프트

"너는 온라인 커머스의 고객 데이터 분석 전문가야. 위에서 검토한 분석 방법론을 바탕으로 고객 거래 내역 데이터를 보고 나올 수 있는 시나리오 기반의 문제 정의 및 분석 목적을 구체적으로 작성해줘"

프롬프트 설계 조건

문제 정의 구체성

구체적이고 수치화된 비즈니스 문제를 명확하게 정의해야 하며, 실제 현업에서 인식 가능해야 함

시나리오 기반 접근

데이터에서 발견될 수 있는 다양한 시나리오를 고려하여 문제 정의에 반영

액션 아이템 명확화

분석 목적이 구체적인 액션으로 이어질 수 있도록 명확한 방향성 제시

GPT 문제정의 항목

문제 정의:

"최근 3개월간 온라인 스토어의 장바구니 전환율이 5.2%에서 3.8%로 감소하였으며, 특히 모바일 사용자의 이탈률이 두드러짐"

분석 목적:

"전환율 감소 원인을 디바이스별, 사용자 세그먼트별로 파악하여 모바일 결제 프로세스 최적화를 위한 액션 플랜 도출"

기대 효과:

"전환율 1.5%p 향상을 통한 월 매출 8% 증가, 모바일 사용자 이탈 20% 감소"



5 예상 요인 분석



프롬프트

"앞에서 설정한 문제 정의와 분석 목적의 방향성을 참고해서 작성해줘. 위에서 말한 문제 정의에 따른 예상 원인들과 해결방안을 나열해줘.

조건 : 예상 원인들은 MECE 하게 구분될수록 좋고, 예상 원인의 원인을 한번 더 나열한 뒤, 마지막으로 그에 구체적인 액션 플랜과 연결되는 해결방안으로 연결되도록 Hierarchy 형태의 문제정의 - 예상원인 1 - 예상원인 2 -해결방안을 만들어줘"

프롬프트 설계 조건



MECE 원칙 적용

원인들을 누락 없이 중복 없이 구분



계층적 구조화

문제→원인→세부원인→해결방안 순으로 체계적 구성



액션 플랜 연계

모든 원인에 구체적 액션 아이템 도출 가능하게 구성

GPT 예상 요인 구조화 예시

온라인 스토어 전환율 40% 감소

1. 사용자 경험 문제

- 1. 모바일 로딩 속도 저하
- 2. 복잡한 결제 과정

- 1. 타겟팅 정확도 감소



6

지표 설정 (KPI & Metrics)

프롬프트

"위에서 정의한 문제와 분석 목적, 그리고 예상 원인을 바탕으로 그에 맞는 분석 지표를 설정해줘. 그리고 각 지표를 보고 할 수 있는 액션 플랜도 마지막으로 제시해줘. 지표는 문제 정의에 적합해야하고, 상대적이고 비교가 가능할 수록 좋고, 액션 가능한 선행 지표, 비율로 표현되는 지표가 포함되면 좋아."

프롬프트 설계 조건

문제 정의 관련성

지표는 문제 정의에 적합한 지표로 설정되어야 하고, 상대적이고 비교가 가능해서 평가가 가능할수록 좋음

액션 가능한 선행 지표

매출보다는 광고 클릭률처럼 움직이기 쉬운 지표를 포함해주세요. 결과에 대한 원인 분석이 가능할수록 좋음

GPT 지표 항목 예시

KPI + 선행 지표

광고 클릭률, 유료 배너 클릭 전환율
→ 디자인 및 UX 최적화

상대적 지표

전년 동기 대비 매출 증감률, 전 주 대비 전환율
→ 최근 성과에 영향을 준 요인 확인

비율 지표

활성 사용자 비율,
→ 실제 서비스 활성화 정도 확인



7 시각화 설계 (Data Visualization)



프롬프트

"위에서 제시한 지표들과 예상 요인 분석을 기반으로 유저에게 중요한 인사이트를 전달하기 적합한 시각화할 지표를 가장 효과적으로 전달 할 수 있는 대시보드를 설계하고자 해. 이 대시보드에 들어갈 데이터 시각화 차트를 여러개 추천해줘"

프롬프트 설계 조건

- ✓ **목적 우선:** 전달하고자 하는 인사이트에 가장 적합한 차트 유형 선택
- ✓ **차트 선정 이유:** 왜 그 차트가 적합한지 구체적으로 설명 포함
- ✓ **활용 유의점:** 각 차트 활용 시 고려사항 및 주의점 제시
- ✓ **축 데이터 명시:** X축과 Y축에 배치할 구체적인 지표 명시
- ✓ **직관적 표현:** 데이터 분석을 명확하고 직관적으로 전달하는 방법 고려

GPT 차트 추천 예시



시계열 트렌드 차트

X축: 일자/주/월, Y축: 전환율/매출
→ 액션: 특정 시점 변화 원인 분석



세그먼트 비교 차트

X축: 고객 세그먼트, Y축: 객단가
→ 액션: 고가치 고객 타겟팅



히트맵 상관관계

행/열: 구매빈도/객단가, 색상: 이탈위험도
→ 액션: 고위험 세그먼트 집중 관리



8 대시보드 와이어프레임 디자인 (Data Structure)



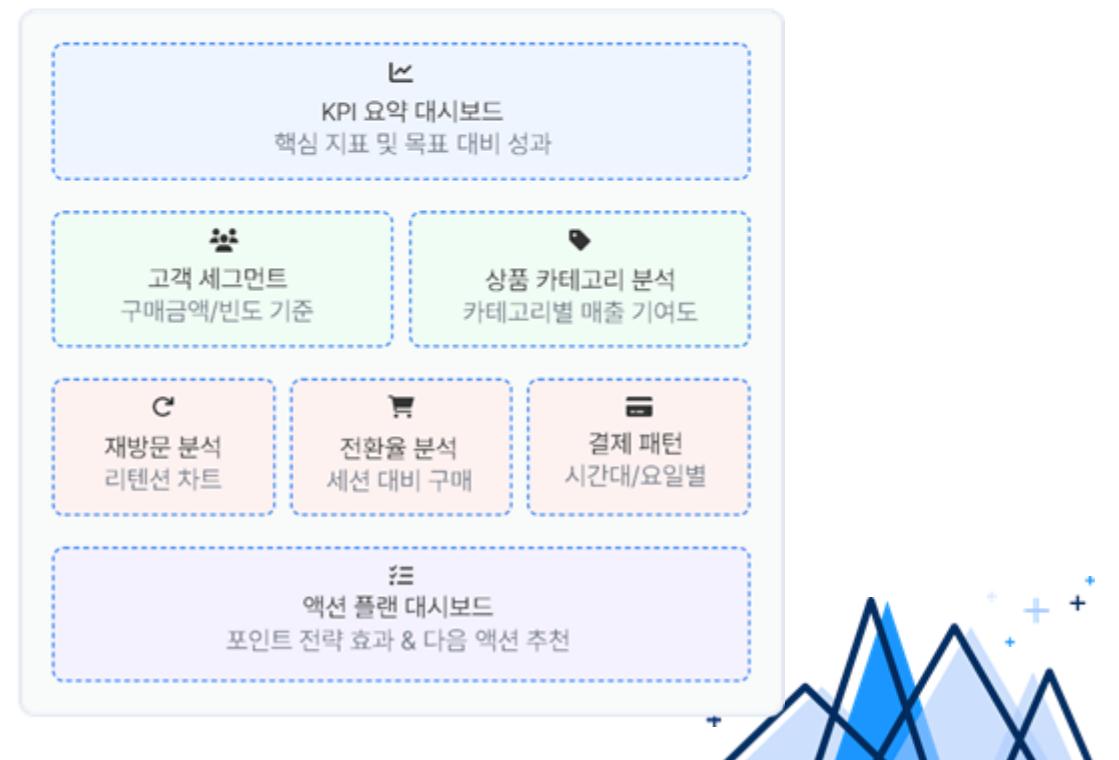
프롬프트

"위에서 기획한 내용과 첨부한 파일의 내용을 참고하여 실무자용 대시보드를 설계해줘.
대시보드는 데이터를 쉽게 이해하고 빠르게 결정을 내릴 수 있도록 만들어야 해"

프롬프트 설계 조건

- ✓ 데이터 스토리텔링: 대시보드의 각 요소가 중요한 결정을 내리는데 어떻게 도움이 되는지 설명
- ✓ 레이아웃 및 디자인: 메인/서브 컬러 추천 및 일관된 의미 전달
- ✓ UX 디자인: 사용자가 직관적으로 데이터를 탐색할 수 있는 상호 작용
- ✓ 필터 옵션: 시간, 카테고리, 지역 등 데이터 세분화 기능
- ✓ 차트 위치와 UX: 각 차트의 대시보드 배치 및 상호작용 방법

와이어프레임 구조 예시





프롬프트

"내가 첨부한 대시보드 이미지를 기반으로 태블로에서 대시보드를 단계별로 만드는 구체적인 방법을 설명해줘."

프롬프트 설계 조건

1 데이터 필드 생성

계산된 필드 생성 및 데이터 유형 설정 방법

2 워크시트 구성

행/열 선반 활용, 마크 카드 설정, 색상/크기/레이아웃 조정

3 대시보드 레이아웃

컨테이너 활용, 타이틀 및 필터 설정, 모바일 최적화

4 에러 해결 프롬프트

"태블로에서 다음 문제가 발생했어 :

- 상황: [구체적인 상황 설명]
- 오류 메시지: [정확한 메시지]"

GPT 태블로 구현 가이드

인터랙션 설정 방법

1. 대시보드에서 필터 설정: [워크시트] → [필터로 사용] 선택
2. 하이라이트 액션: 대시보드 → 액션 추가 → 하이라이트
3. 툴팁 커스터마이징: 워크시트 → 툴팁 편집 → 실습 적용

효과적인 대시보드 구조

KPI 요약(상단) → 세그먼트 분석(좌측) → 트렌드 분석(우측)
→ 상세 테이블(하단) 구조로 정보 흐름 최적화

AI 툴 선택

- Claude: 지표 구조화
- GPT-4: 이미지





2. GPTs : Auto Dashboard PM

GPTs로 데이터 기획부터 대시보드 완성까지

AI 자동화

GPTs Auto PM

9단계 대시보드 기획 방법론을 학습한 GPTs



Stage 1

예시 행
붙여넣기

간단한 데이터 샘플 제공



Stage 2

9단계 자동
실행

전처리부터 대시보드 디자인까지 자동화

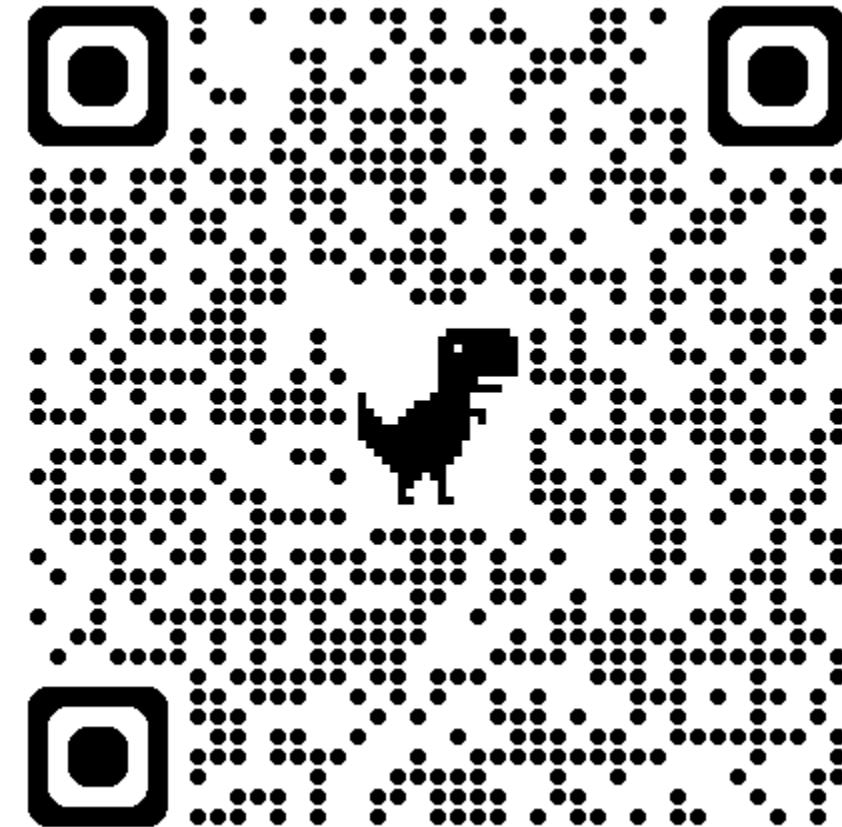


Stage 3

결과물 확인

완성된 대시보드 기획서와 와이어프레임







3. n8n Workflow

데이터 전처리 자동화 프로세스 & Slack 실시간 AI Agent 만들기

n8n 워크플로우

반복 업무 자동화 & 실시간 데이터 Q/A 에이전트 활용하기

1 전처리 자동화



데이터 전처리 과정을 자동화 - GPT의 추천 방식으로 결측치와 이상치를 자동으로 처리합니다

2 Slack AI Agent

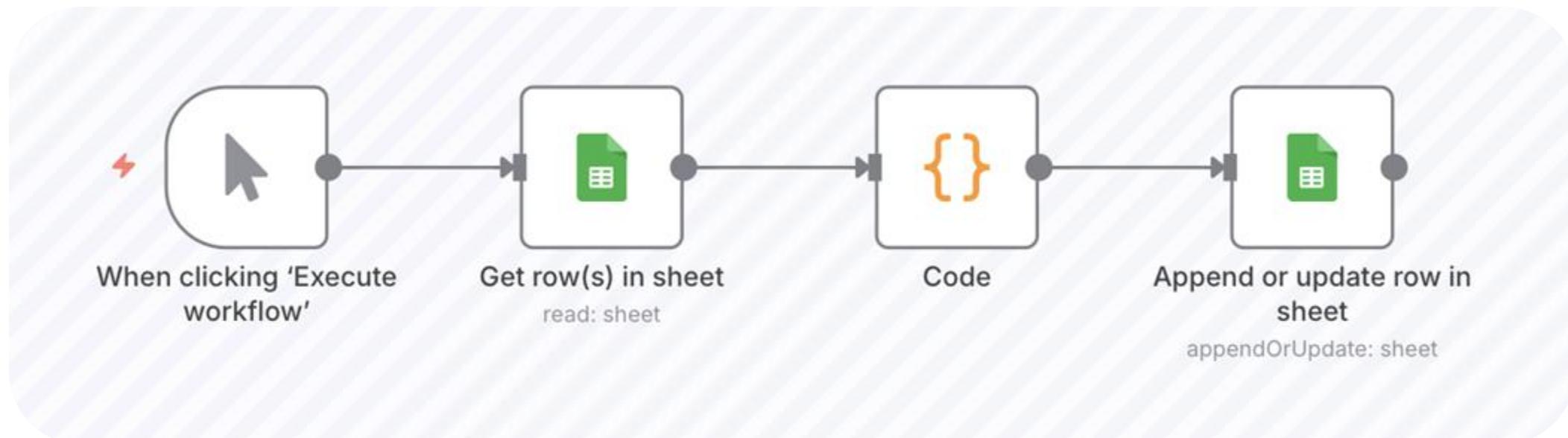


Slack에서 질문하면 AI가 데이터를 분석해 바로 답변 - 복잡한 도구 사용 없이 실시간 데이터 인사이트 확인





n8n : 전처리 및 업데이트 자동화



Code

Execute step

Parameters Settings

Mode: Run Once for All Items

Language: Python (Beta)

```

1 import pandas as pd
2
3 # 엑셀 파일 로드
4 file_path = "/mnt/data/Part 10. KPI Dashboard_데이터.xlsx"
5 excel_file = pd.ExcelFile(file_path)
6
7 # 시트 로드
8 order_df = excel_file.parse('order')
9 promo_df = excel_file.parse('Promotion info')
10 item_df = excel_file.parse('item')
11 user_df = excel_file.parse('user')
12
13 # 1. order 시트 전처리
14 order_df['Order Date'] = pd.to_datetime(order_df['Order Date'], errors='coerce')
15 order_df['Ship Date'] = pd.to_datetime(order_df['Ship Date'], errors='coerce')
16
17 order_df['Order Date'] = order_df['Order Date'].dt.year

```

Debug by using print() statements and viewing their output in the browser console.

Orders_전처리_2025-08-25 ★ 드라이브에 저장됨

⚠️ 스토리지가 얼마 남지 않음 스토리지가 부족하면 파일을 만들고 수정하거나, Gmail로 이메일을 주고받거나, Google 포토에 백업할 수 없습니다.

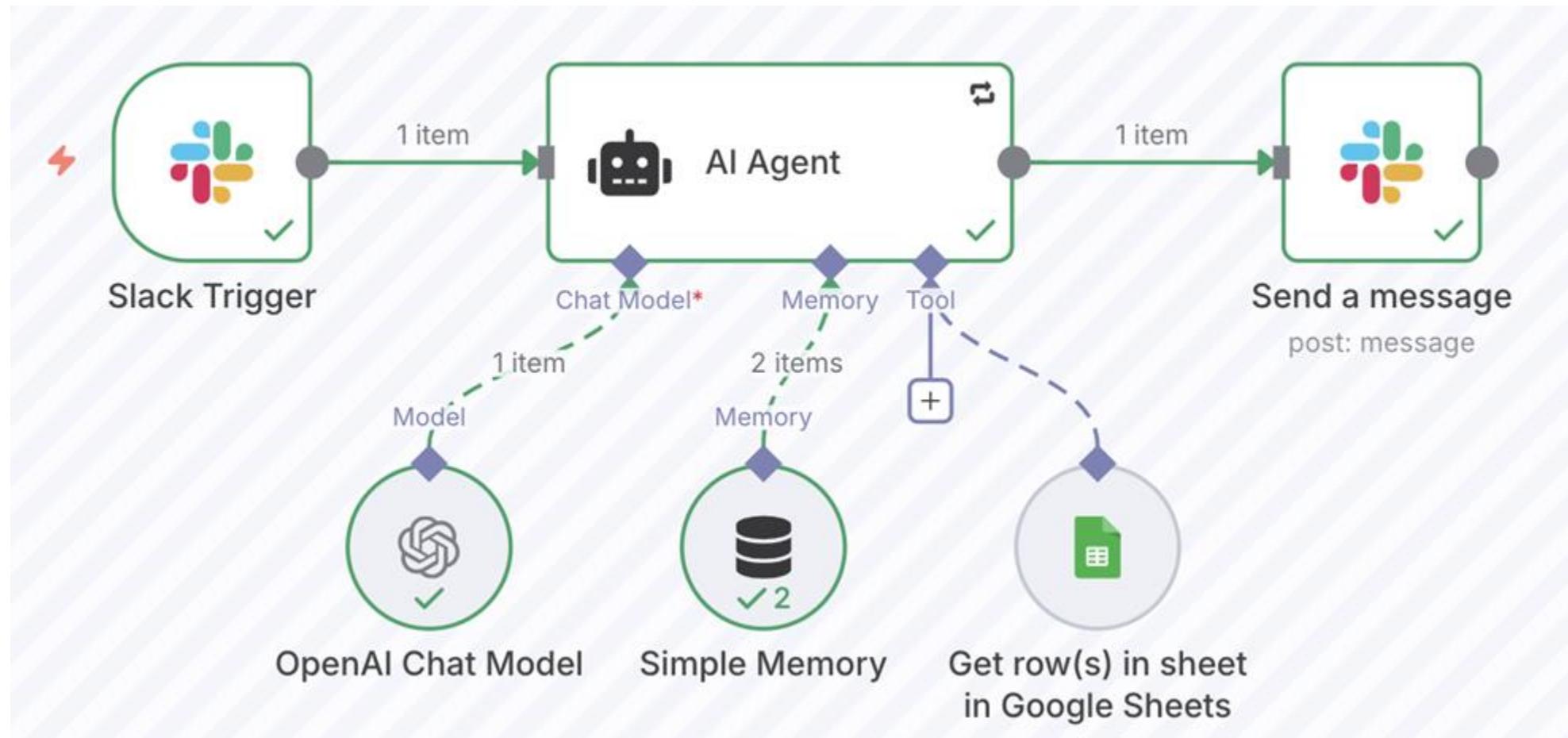
Row ID

A1	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1		State/Province	Postal Code	Region	Product ID	Category	Sub-Category	Product Name	Sales
2	on	Texas		77095 Central	OFF-PA-100001	Office Supplies	Paper	Message Book, 1	16.448
3	ville	Illinois		60540 Central	OFF-BI-1000409	Office Supplies	Binders	GBC Standard P	3.54
4	ville	Illinois		60540 Central	OFF-LA-100032	Office Supplies	Labels	Avery 508	11.784
5	ville	Illinois		60540 Central	OFF-ST-100027	Office Supplies	Storage	SAFCO Boltless	272.736
6	elphia	Pennsylvania		19143 East	OFF-AR-100034	Office Supplies	Art	Avery Hi-Liter Ev	19.536
7	rson	Kentucky		42420 South	FUR-CH-100040	Furniture	Chairs	Global Deluxe H	2573.82
8	rson	Kentucky		42420 South	OFF-AR-100016	Office Supplies	Art	Rogers Handhel	5.48
9	;	Georgia		30605 South	OFF-AR-100023	Office Supplies	Art	Dixon Prang Wal	12.78
10	rson	Kentucky		42420 South	OFF-BI-1000463	Office Supplies	Binders	Ibico Hi-Tech Ma	609.98
11	rson	Kentucky		42420 South	OFF-FA-100018	Office Supplies	Fasteners	Alliance Super-S	31.12
12	rson	Kentucky		42420 South	OFF-PA-100009	Office Supplies	Paper	Southworth 25%	6.54
13	geles	California		90049 West	OFF-PA-100020	Office Supplies	Paper	Xerox 225	19.44
14	rson	Kentucky		42420 South	TEC-PH-100045	Technology	Phones	Wireless Extend	755.96
15	rson	Kentucky		42420 South	TEC-PH-100049	Technology	Phones	GE 30524EE4	391.98
16	ville	Texas		77340 Central	FUR-FU-100048	Furniture	Furnishings	Howard Miller 14	76.728
17	...	Texas		77095 Central	OFF-BI-1000370	Office Supplies	Binders	Acme Farm Supply	40.49





n8n : Slack 데이터 질의응답 AI Agent





전서연 오전 3:50

How many customers in sample superstore?

Answer : 793 unique customers (COUNTD of Customer ID) in the standard Tableau “Sample – Superstore” Orders table. Note: some copies/variants may differ slightly, so you can confirm with COUNTD([Customer ID]) in your version.

Automated with this [n8n workflow](#)

(편집됨)





Thank you

