

Análise de Sentimento de Produto Headset

Luis Henrique Turra Ramos

03 de outubro de 2025

Objetivo: Análise de sentimento de avaliações de headset produtos da amazon e Kindle Store.

Introdução: Avaliação de produtos é possível extrair as principais características do produto e possíveis problemas. Passando assim mais detalhada avaliação para futuros clientes que buscam esses produtos e assim fazendo melhor decisão de compra. Assim como clientes, vendedores pode usar esse feedback para buscar estratégias para melhorar as vendas dos seus produtos.

Com análise de sentimento não é somente possível extrair principais sentimentos, mas também principais palavras que representam positivo ao produto e palavras negativas, passando assim melhor representação do produto.

Comentários também providenciaram reações de outros usuários que reagiram com comentário review com curtiu(upvote) ou não curtiu(downvote).

Metodologia:

Fontes de Dados:
https://www.kaggle.com/datasets/vivekgediya/ecommerce-product-review-data?select=Flipkart_Reviews+-+Electronics.csv

Técnicas de Análise: Python para pré-processamento e análise de sentimento. Power Bi para dashboard

Limitações: Falta de informação de como esses dados foram coletados, base de dados inglês e poucos produtos.

Resultados: Os resultados são possíveis ter uma análise geral de cada produto com base na avaliação comentário de quem adquiriu o produto com base no sentimento geral do produto, características positivas e negativas com apenas extração de comentário review. No dashboard também passou 2 comentários que tiveram melhor avaliação entre upvotes(positivo) e downvotes(negativo) de reações de outros usuários.

Conclusões: Sendo assim é possível com análise de sentimento extrair máxima informação de avaliações sem precisar uma interação mais complexa

do usuário e possível buscar uma avaliação mais profunda e atingir uma área maior de indivíduos sem precisar focar em um grupo necessariamente de comentários.