

Devido a mudanças no modo de vida, que é impacto da pandemia de covid-19, somados a invasão dos dados e dos algoritmos, o projeto consistirá em uma Análise de Sentimentos em Mídias Sociais com o foco na CX do pós-venda.

Visando a melhora da CX, colocando o cliente no centro de toda estratégia, também, buscando conexão emocional, despertar sentimentos positivos, se adaptar nos segmentos do mercado analisando a intensidade no comportamento de compra, uso de serviços e utilização de mídias sociais.

Escopo

Analisar inicialmente as plataformas de mídia social Twitter e Facebook, os tipos de postagens definidos serão textos e imagens.

1

Objetivo

Os objetivos claros da análise de sentimentos são: identificar tendências emocionais, monitorar a reputação da marca visando entender a motivação desses sentimentos e dessa forma melhorar a CX do pós-venda.

2

O projeto pode promover melhorias substanciais para a compreensão do mercado, aprimoramento dos serviços e tomada de decisões controladas, permitindo agilidade e responsividade às demandas dos clientes e às mudanças no mercado.

Também, auxilia na compreensão da opinião pública da marca, será útil na personalização da experiência do cliente a partir da análise das informações obtidas através dos dados, pode-se tirar insights para a tomada de decisões estratégicas a fim de aprimorar toda a experiência do cliente.

Coleta de Dados

Utilizar as APIs fornecidas pelas plataformas, por meio de bibliotecas de programação, como, por exemplo, Tweepy(Python) acessando as API's e coletando esses dados.

3

Processamento

É necessário pré-processar os dados para torná-los adequados para análise, é importante aplicar a limpeza de dados, extrair os campos relevantes, realizar o processamento da linguagem natural (PLN), utilizando ferramentas como o AWS Comprehend.

4

Para o projeto apresentado, colaborarei com a visualização, promovendo elaboração de relatórios e estudos, gerando insights a partir dos dados, efetuando análises visando a segmentação do mercado, criação de perfis, identificação de comportamentos e engajamento dos usuários nos canais digitais.

Poderei colaborar, também, no desenvolvimento de painéis automatizados para visualização dos dados e criação de Dashboards de monitoria, evoluir os reports ao tomador de decisão, agregando valor nas análises e propondo melhorias de processo, interagir com diferentes funções internas e com níveis organizacionais mais seniores a fim de agregar, aprender e me desenvolver profissionalmente.

Análise

Para efetuar a análise dos sentimentos das postagens, serão utilizados modelos de PLN. Um exemplo é a análise de sentimento baseada em Machine Learning(ML) como BERT ou VADER. Pode-se desenvolver modelos ML próprios para a análise de sentimentos e treiná-los utilizando bibliotecas de programação.

5

Visualização

Após a análise e classificação dos sentimentos, criar visualizações gráficas de tendências de sentimentos ao longo do tempo, nuvens de palavras mais frequentes, etc, serão utilizadas ferramentas como Power BI, Tableau ou bibliotecas de visualização específicas.

6

Armazenamento e Manutenção

Os dados coletados e processados serão armazenados em um banco de dados para análise futura e referência, aprimoramento do modelo ML e manutenção, como se trata de dados não estruturados, pode-se utilizar a tecnologia NoSQL ou ferramentas de armazenamento como HDFS ou AWS S3 e para o reprocessamento Hadoop e/ou Spark.

7