Gabriela Cavalcanti de Albuquerque Ayres

Análise de sentimentos de clientes bancários

em rede social Twitter

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado na

Escola de Economia de São Paulo

da Fundação Getúlio Vargas, para obtenção do

certificado de conclusão de curso de especialização

em Business Analytics e Big Data

São Paulo, Novembro de 2018

Gabriela Cavalcanti de Albuquerque Ayres

Análise de sentimentos de clientes bancários

em rede social Twitter

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Orientador** | **Avaliação** | |
|  |  | |
| Prof. Gustavo Mirapalheta | Satisfatório | Não Satisfatório |
|  | □ | □ |

**Resumo**

Este estudo teve como objetivo de conhecer e explorar o nível de satisfação dos clientes em relação aos produtos oferecidos pelo banco Next através de rede social Twitter. O público em geral do banco é um público jovem e voltado para millenials. Em geral é um público que gosta de receber “mimos” e não há interesse em pagamento de taxas para serviços. Temos uma hipótese que os clientes do Next querem primeiramente um cartão de crédito “Na faixa” e que tentam conseguir o cartão de crédito no Nubank e caso sejam rejeitados acabam por procurar outras opções disponíveis no mercado e acabam vindo para o Next. Eles não sabem que o Next é um banco digital até baixarem o app e começarem a fazer uso da conta e outros recursos.

Para ajudar nessa análise, foram lidos os tweets dos clientes pelo @falanext e criadas nuvens de palavras para identificar o que os clientes falam a respeito do Next e se quando falam, outros bancos também são mencionados. Foi utilizada a técnica de análise de sentimentos para identificar os sentimentos dos clientes ao falarem sobre o Next para saber se estão satisfeitos ou não com o banco e se poderiam ajudar a fazer recomendações para outros colegas e amigos.

Os principais resultados confirmaram que o uso da nuvem de palavras se mostrou útil e alguns tweets realmente mencionam outros bancos, mas muitos agradecem quando recebem o cartão e alguns mimos, como descontos em Uber e cinema. Pudemos perceber que os clientes em sua grande maioria estão satisfeitos com os serviços, pois as palavras utilizadas nos tweets possuem maior característica positiva.

Esse trabalho pode ser utilizado para direcionar melhor os produtos dos bancos para os clientes e ajudar a evitar a evasão de clientes positivos, tentando identificar o que falam a respeito do banco e tomar ações preventivas.

**Palavras chave**: Estratégia de oferta de produtos. Text Mining, Análise de sentimentos, Nuvem de palavras.

# Introdução

# Dados Utilizados

# Objetivo

# Referências

**Léxico em português**

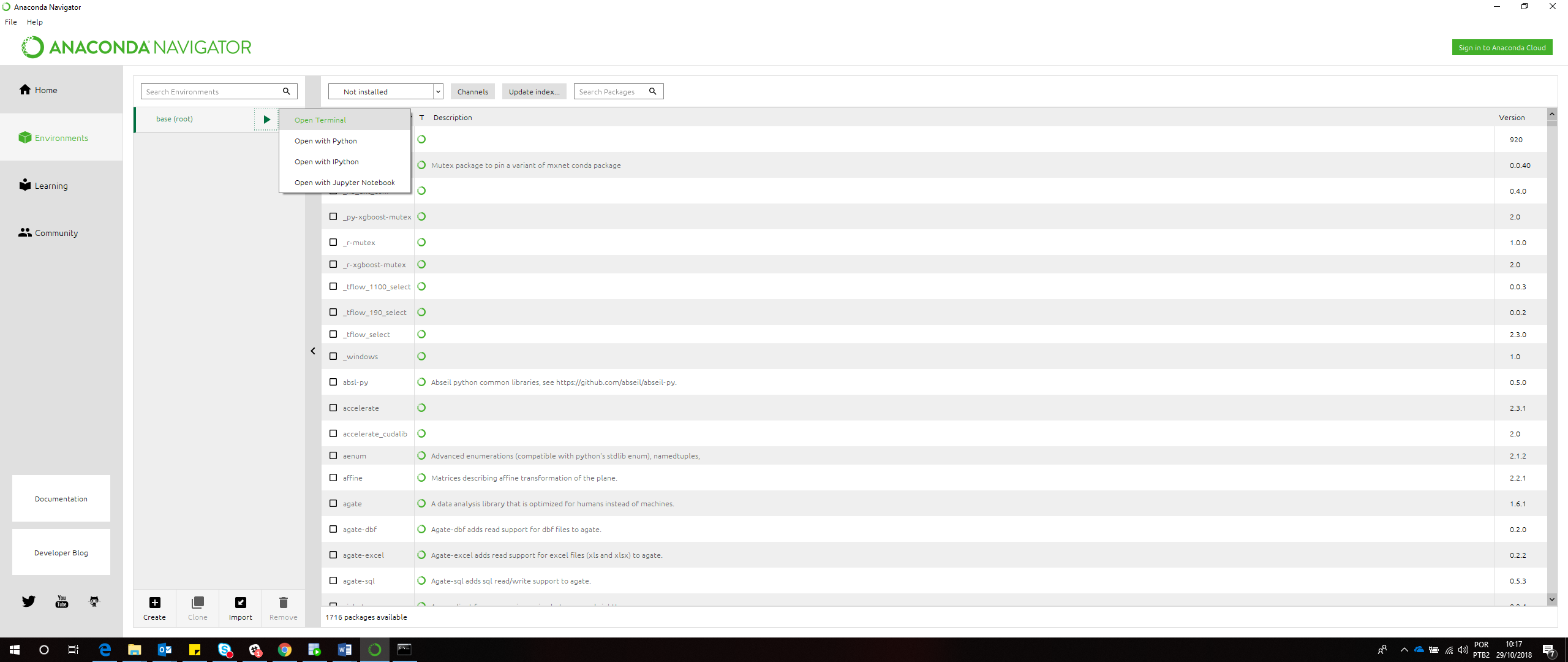
<https://www.linguateca.pt/Repositorio/ReLi/>

# Técnicas de Modelagem

# Próximos Passos

# Requisitos de pacotes

Instalação dos pacotes para trabalhar no Python



**Textblob:**

conda install -c conda-forge textblob

**Tweepy:**

conda install -c conda-forge tweepy

**NLTK:**

conda install -c conda-forge nltk

**WordCloud:**

conda install -c conda-forge wordcloud

**HTMLParser:**

conda install -c conda-forge HTMLParser