

Webinars

SOLEX
2020



**13. Análisis de Marketing con Tableau
(13-09-2020)**

**14. Mejores Practicas Dashboard
Tableau**

15. Análisis de Cadena de Suministros

TEMAS

2020

ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS



NLP (*natural language processing*)

El PLN se ocupa de la formulación e investigación de mecanismos eficaces computacionalmente para la comunicación entre personas y máquinas por medio del lenguaje natural

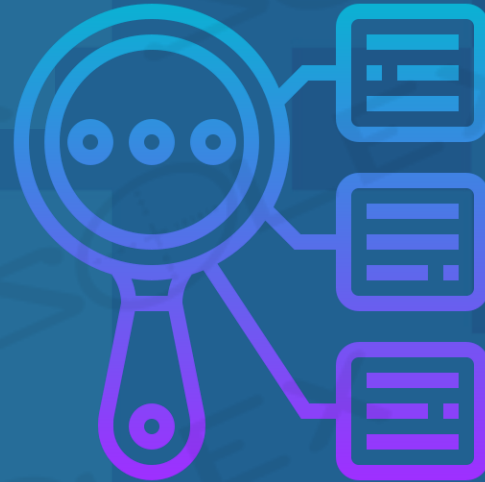


 **tableau**[®]
S O F T W A R E

SOLEX

APRENDIZAJE SUPERVISADO

Clasificación

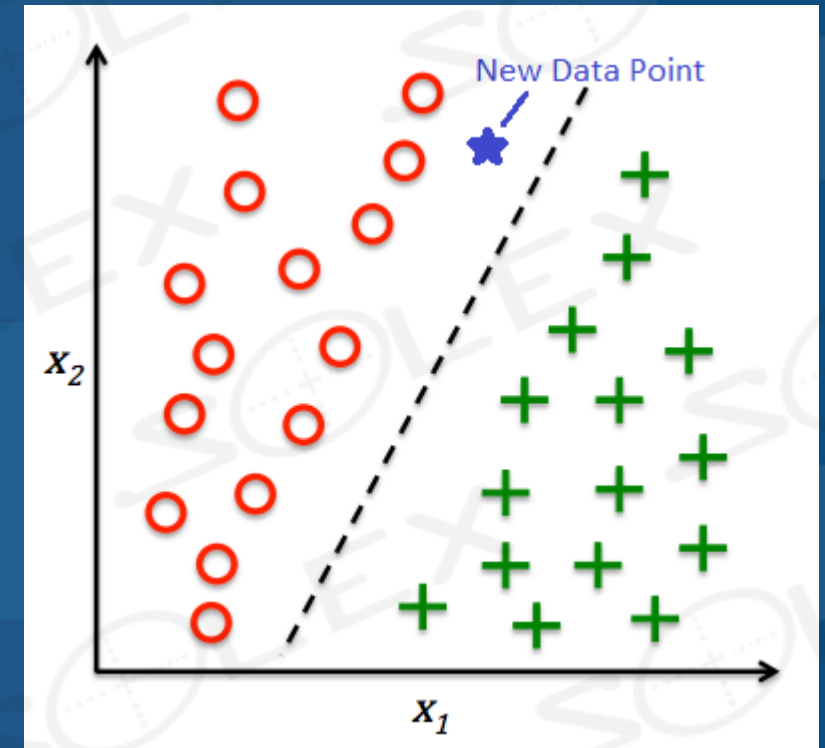


Regresión



tableau
SOFTWARE

APRENDIZAJE SUPERVISADO



<https://medium.com/datos-y-ciencia/aprendizaje-supervisado-introducci%C3%B3n-a-la-clasificaci%C3%B3n-y-principales-algoritmos-dadee99c9407>



tableau[®]
S O F T W A R E

SOLEX

ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS

“Identificación del estado de ánimo u opiniones subjetivas en grandes cantidades de texto, incluyendo minería de sentimiento y opiniones promedio”

“Si deseas comprender a las personas, especialmente a tus clientes ... entonces debes ser capaz de poseer una gran capacidad para analizar textos”

Paul Hoffman, el CTO de Space-Time Insight





Los términos más utilizados en la literatura para denominar la clasificación de documentos basada en la opinión son los siguientes:

- Análisis de sentimientos
- Minería de Opinión
- Análisis de la subjetividad
- Brandmonitoring
- Buzzmonitoring
- Conversation mining
- Online consumer intelligence
- User generated content.



APLICACIONES

- Opinión pública.
- Estudios Políticos en elecciones.
- Aprobación o desaprobación de programas o políticas publicas.
- Realizar estudios de mercado matizados.
- Supervisar la marca y la reputación de los productos.
- Comprender las experiencias de los clientes.



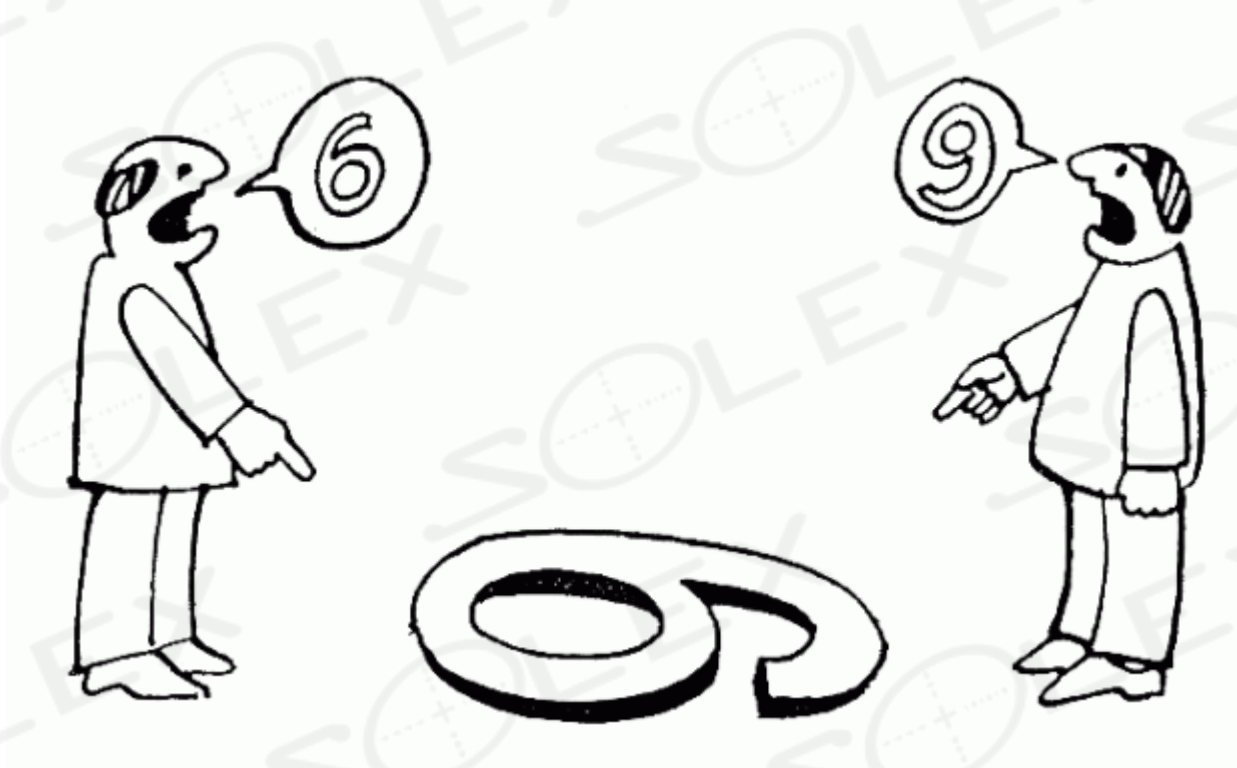
tableau[®]
S O F T W A R E

SOLEX

METODOLOGIAS DE CLASIFICACIÓN DE ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS



CLASIFICACIÓN SUBJETIVIDAD



Esta tarea permite distinguir entre comentarios que expresan una opinión sobre un asunto determinado, de aquellas que se limitan a narrar un hecho sin brindar un punto de vista.

CLASIFICACIÓN INTENSIDAD



Existen términos que hacen reducir o aumentar el sentimiento total del mensaje a analizar.

- Intensificadores y reductores: “muy”, “más”, “bastante”,etc - “poco”, “menos”, “casi”
- Mayúsculas: suelen usarse para enfatizar algo, por lo que generalmente aumentan el sentimiento del mensaje, intensificando su polaridad.
- Signos de Exclamación: los cuales son usados de la misma forma que los intensificadores y el uso de mayúsculas.
- Caracteres repetidos: los cuales intensifican el sentimiento de la palabra.



CLASIFICACIÓN TOPICOS/CARACTERISTICAS

FEATURES



BENEFITS



características del producto tratadas en la opinión escrita por el usuario, y para cada una de esas características mencionadas en la opinión, ser capaces de extraer una polaridad.

<https://www.javiramosmarketing.com/beneficios-y-caracteristicas-como-saber-vender/>

CLASIFICACIÓN POLARIDAD

clasifica el mensaje en función de la intención que tenga el autor al realizarlo, pudiendo ser este positivo, neutro o negativo.

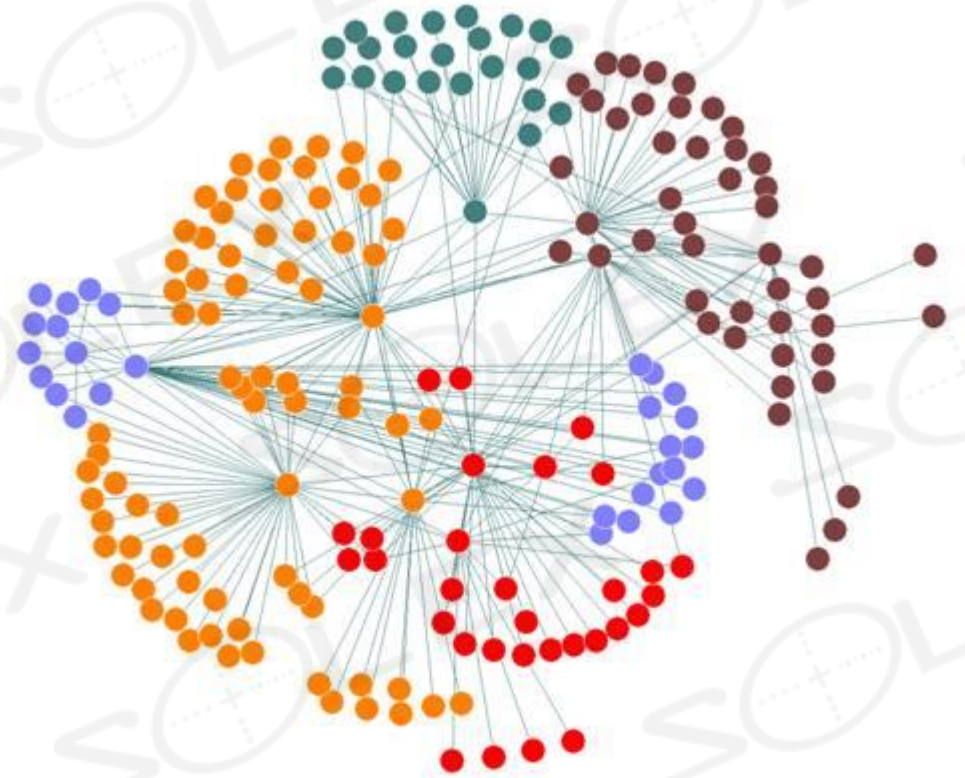


tableau®
S O F T W A R E

SOLEX

PASOS ANÁLISIS

- Filtración de datos.
- Extracción del contenido.
- Análisis de contenido.
- Limpieza del contenido.
- Revisión.



HERRAMIENTAS



TwitterR - RFacebook



Streaming API

SearchTwitter API

REST API



Gracias

