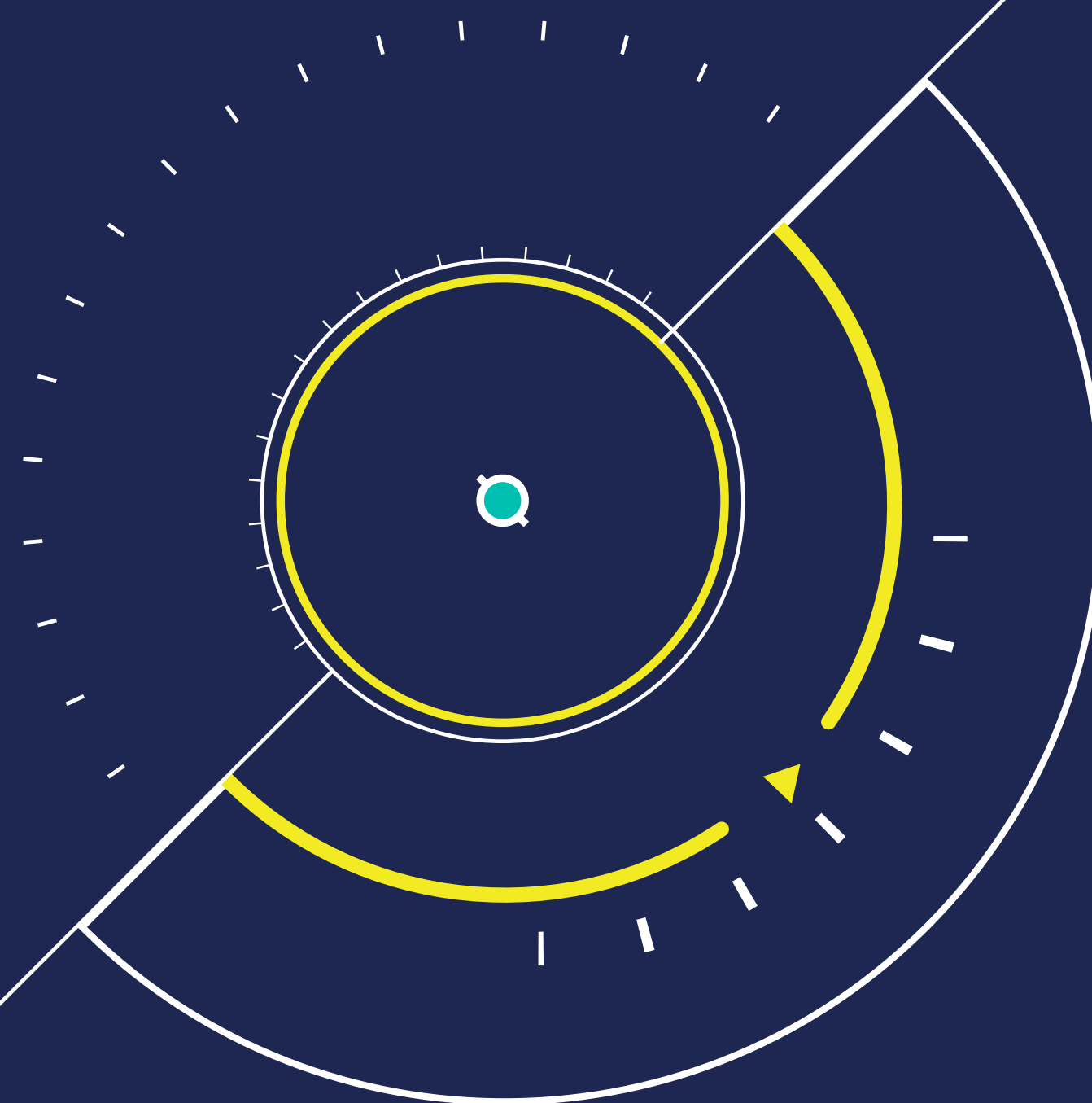




STILINGUE



C A S E
BRADESCO
ACURÁCIA NA
CLASSIFICAÇÃO
DOS SENTIMENTOS



Stilingue
Stilingue
Stilingue
Stilingue em:

ACURÁCIA
NAS CLASSIFICAÇÕES
DE SENTIMENTO

**GERA ECONOMIA
AO TIME DE ESTRATÉGIA
DE DADOS.**





Stilingue
Stilingue
Stilingue

Stilingue em:

ACURÁCIA DE **83,5%** NAS
CLASSIFICAÇÕES DE SENTIMENTO

GERA ECONOMIA

DE 145 HORAS

**AO TIME DE ESTRATÉGIA
DE DADOS DO BRADESCO
EM 2020.**





O DESAFIO

Avaliar com alto grau de precisão as **interações dos internautas** nas redes do banco e entender o que cada palavra quer dizer.

O INSIGHT

Utilizar o **Classificadores de Sentimentos Stilingue** para obter essas avaliações.

O RESULTADO

O resultado deste projeto é uma **evolução crescente** na acurácia de classificação de sentimento do Bradesco.





O Bradesco é um dos maiores grupos financeiros do Brasil. Desde 1943, o banco visa contribuir para a realização das pessoas e para o desenvolvimento sustentável, mediante a **oferta de soluções, produtos e serviços financeiros e de seguros**.

Para isso, o time de Redes Sociais conta com 40 integrantes focados em

criar conexão com os usuários por meio de conversas digitais

e entender verdadeiramente como as postagens feitas pela marca repercutem entre os internautas. Parte dos objetivos e estratégia da área é fazer o **acompanhamento antes, durante e depois das campanhas da marca**.

The image shows the Bradesco logo and the facade of a building. The logo is in a light blue color, and the building has large glass windows. The overall image has a teal/blue tint.



O Bradesco conta hoje **diversas campanhas simultâneas** por mês, que destacam desde patrocínios e incentivos em eventos em todo o Brasil até um amplo catálogo com produtos, serviços e informações institucionais de todo o banco.

E, para manter a **curadoria próxima e ágil** destes casos, desde 2018 a área de Redes Sociais do Bradesco adotou a STILINGUE como

plataforma multicanal para melhorar a experiência de seus clientes.

The image shows the Bradesco logo in white on a dark blue background, which is part of a building's facade. The building has large glass windows and a modern architectural style.

Planejamento das campanhas

Entenda a timeline de planejamento e ações de campanhas do Bradesco:



Planejamento das campanhas

Entenda a timeline de planejamento e ações de campanhas do Bradesco:



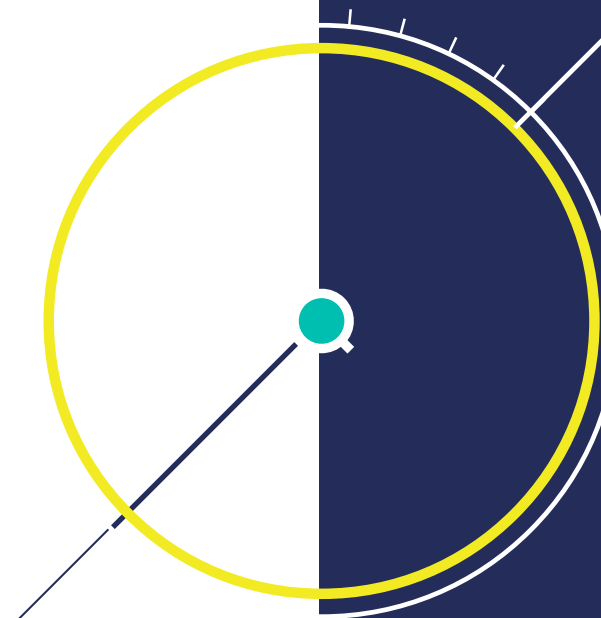


Lucas Suesco, Business Intelligence em Mídias Sociais do Bradesco, relembra:

*"Antes da STILINGUE todo **o processo era muito manual**: a gente coletava os dados das campanhas nas redes sociais, avaliava manualmente e criava os próprios dashs de insights. De 2018 para cá, o fato de*

ter uma ferramenta especializada tornou tudo mais fácil:

*temos todas as informações armazenadas em histórico, facilidade para customização das informações, automatização para melhorias operacionais e conquistamos uma **padronização do nosso trabalho enquanto time**"*





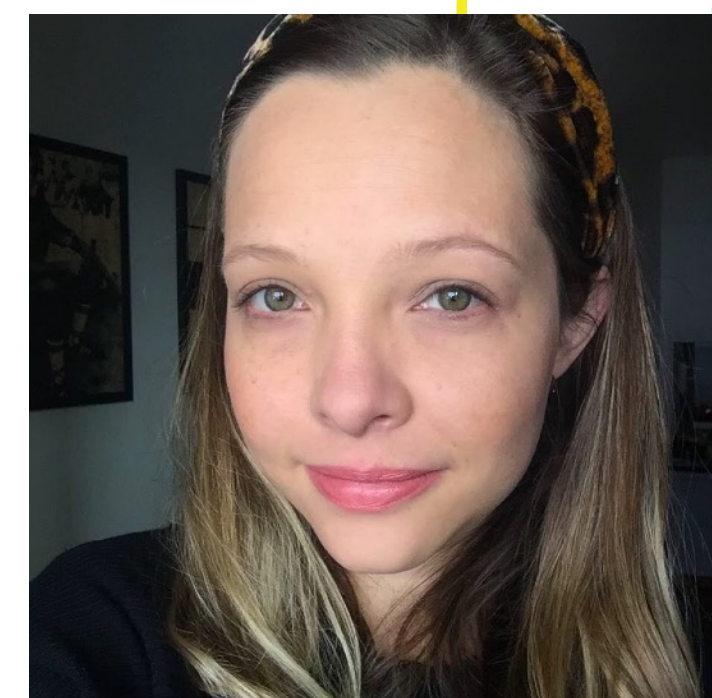
E para manter esse fluxo de melhorias contínuas e aprimoramento da operação,

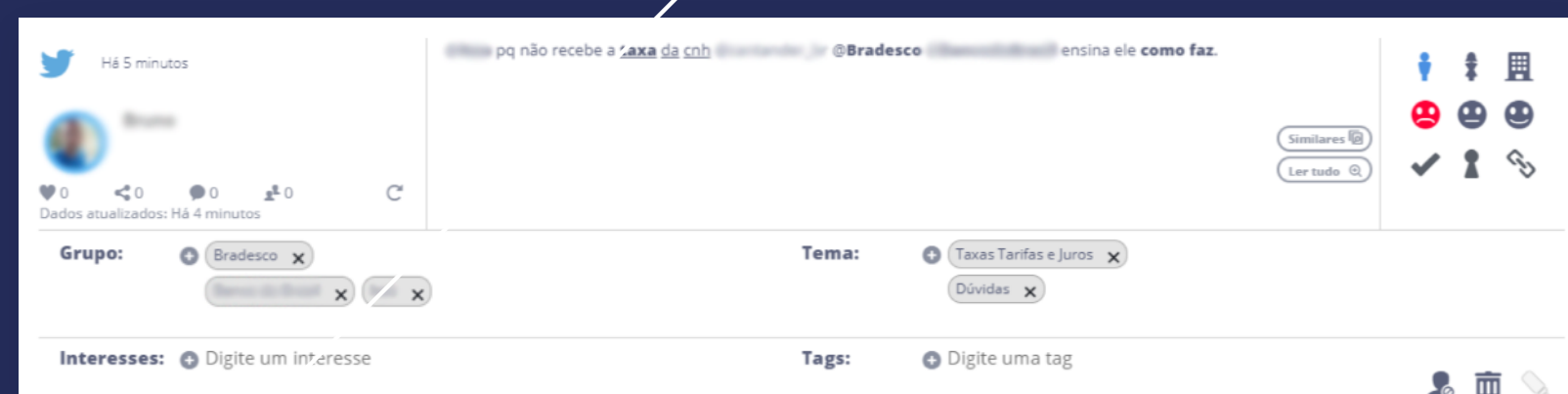
Bianca Andres, Customer Success Manager da STILINGUE, destaca:

*"Entendemos que a operação de Redes do Bradesco sempre teve objetivos muito claros e específicos dentro do **ecossistema** do banco, e para isso, conseguimos atuar em uma parceria com*

olhar muito direcionado à eficiência operacional.

*Atuamos **alinhados às estratégias do cliente**, entendendo cada vez mais de que forma conseguimos evoluir e trabalhar a tecnologia STILINGUE de acordo com cada necessidade deles"*

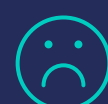




Com este objetivo em comum,
o Bradesco passou a adotar
também em sua estratégia
o uso de **classificadores sob medida**
da STILINGUE, uma tecnologia personalizada
capaz de alcançar
resultados mais específicos:

via machine learning,

as menções são processadas e classificadas
de acordo com **regras de sentimentalização**
customizadas para o segmento.



The screenshots show a social media monitoring interface for Bradesco. Each screenshot includes a tweet, a sentiment analysis icon (happy, neutral, or sad), and a table of results.

Screenshot 1 (Happy): Tweet: "Esse Bradesco hoje tá me enchendo de orgulho 🥰". Sentiment: Happy. Results: Grupo: Bradesco, Tema: Não Classificados, Tags: Digite uma tag.

Screenshot 2 (Neutral): Tweet: "Diretora de Relações de Consumo e Comunicação da #CNseg debaterá o papel das mulheres na transformação da saúde em webinar do Fórum Inovação Saúde." Sentiment: Neutral. Results: Grupo: Bradesco, Tema: Inovação, Tags: Digite uma tag.

Screenshot 3 (Sad): Tweet: "pq não recebe a taxa da cdb... @Bradesco ensina ele como faz." Sentiment: Sad. Results: Grupo: Bradesco, Tema: Taxas Tarifas e Juros, Dúvidas, Tags: Digite uma tag.

Conheça os **Classificadores de Sentimento** verticalizados por setor da STILINGUE e aumente a acurácia de qualificação da sua operação.

Para análises mais densas, melhores resultados, mais eficiência e agilidade operacional,

os classificadores personalizados da STILINGUE trazem **mais precisão** e **elevam índice de assertividade** na classificação de sentimento, ao desenvolver regras específicas considerando desafios e variações linguísticas típicas de cada segmento.

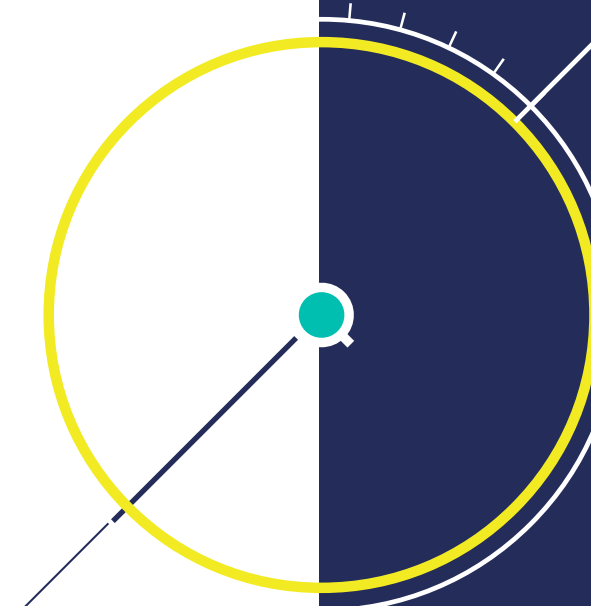


Durante a evolução deste motor de classificação, **Amanda Oliveira**, Machine Teacher da STILINGUE, participou ativamente dos estudos e re-calibrações para manter as regras adequadas ao formato de comunicação da vertical financeira:



“O contexto de bancos traz vários desafios linguísticos.

*principalmente em casos de dúvidas e reclamações complacentes, em que temos **palavras positivas** em **contextos negativos**, por exemplo. Para solucionar estes casos e outros desafios que identificamos ao longo da operação, mapeamos as variações linguísticas para que a I.A compreendesse essa nova lógica típica das redes sociais. Nosso esforço em trabalhar cotidianamente em melhorias trouxe **resultados incríveis de performance na classificação de sentimento** do Bradesco, mas não trabalhamos sozinhos, o time de Redes Sociais sempre nos recebeu de braços abertos e trouxeram feedbacks valiosos que nos ajudaram a traçar o melhor caminho.”*



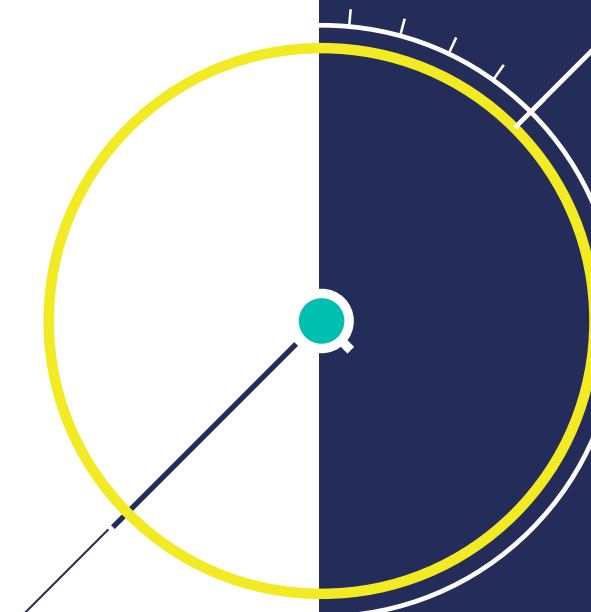


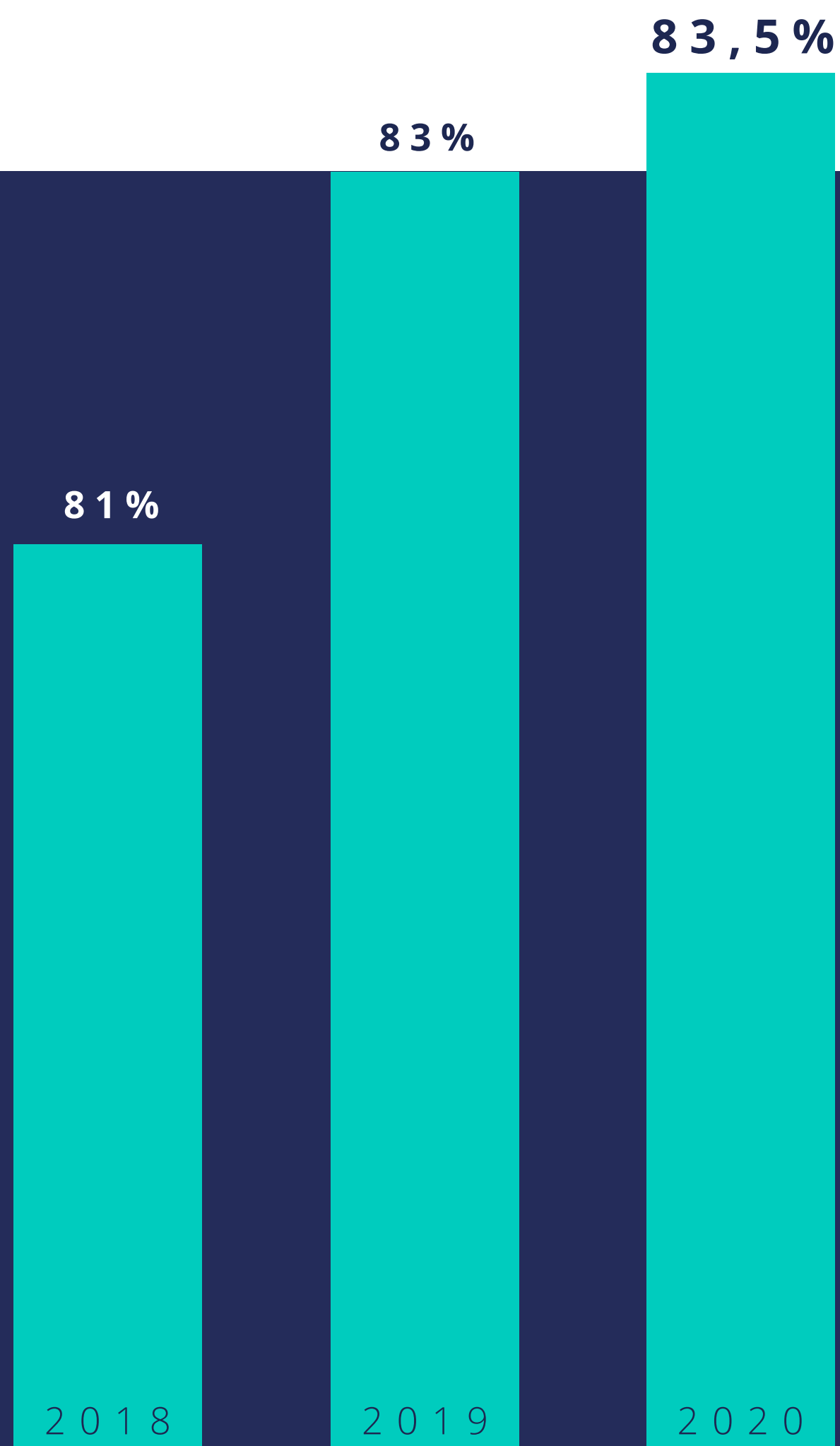
Ao que, **João Mascarenhas**, Cientista de Dados da STILINGUE, complementou:



*“Bancos e meios de pagamento fazem parte da nossa rotina e, por isso, se inserem nos mais diversos contextos. O primeiro desafio para o desenvolvimento do classificador de sentimento de Bradesco foi justamente **construir uma base suficientemente diversa** que representasse esse contexto tão amplo da pesquisa. Ao longo do tempo, testamos **diversas tecnologias disponíveis e métodos novos lançados pela academia**, sempre focando em um classificador que se assemelhasse ao máximo com a metodologia de anotação do Bradesco. Com isso, conseguimos construir uma base muito representativa e uma metodologia de atualizações no modelo que nos permitem estar cada vez*

mais próximos das evoluções da linguagem e mudanças de contexto.





O resultado deste projeto é uma **evolução crescente** na acurácia de classificação de sentimento do Bradesco.



O resultado deste projeto é uma **evolução crescente** na acurácia de classificação de sentimento do Bradesco.

Ao longo de 2 anos de aplicação, o índice variável de acurácia de classificação atingiu

83,5% de assertividade,

promovendo uma **economia** de

145 horas

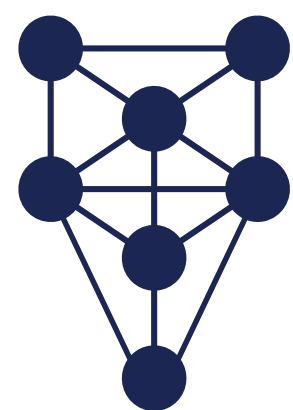
para o time de Estratégia de Dados do Bradesco em 2020 (*considerando 1 minuto investido em cada anotação*).



"A nossa preocupação no Bradesco sempre foi com o qualitativo, antes do quantitativo."

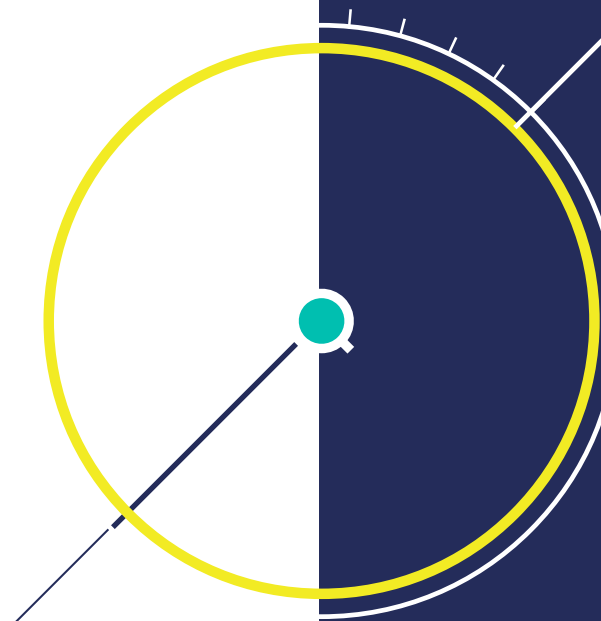
Por isso, hoje é uma ferramenta que a gente não consegue abrir mão.
Com as **automatizações** e a **acurácia elevada de classificação**, a STILINGUE garante para a gente essa **visão "infravermelha"** das conversas nas redes sociais: a gente consegue enxergar a conversa por dentro, ler as entrelinhas, entender de fato o que as pessoas estão falando sobre nós e de forma rápida", concluiu **Nayara Ruiz**, gerente de Redes Sociais do Bradesco.

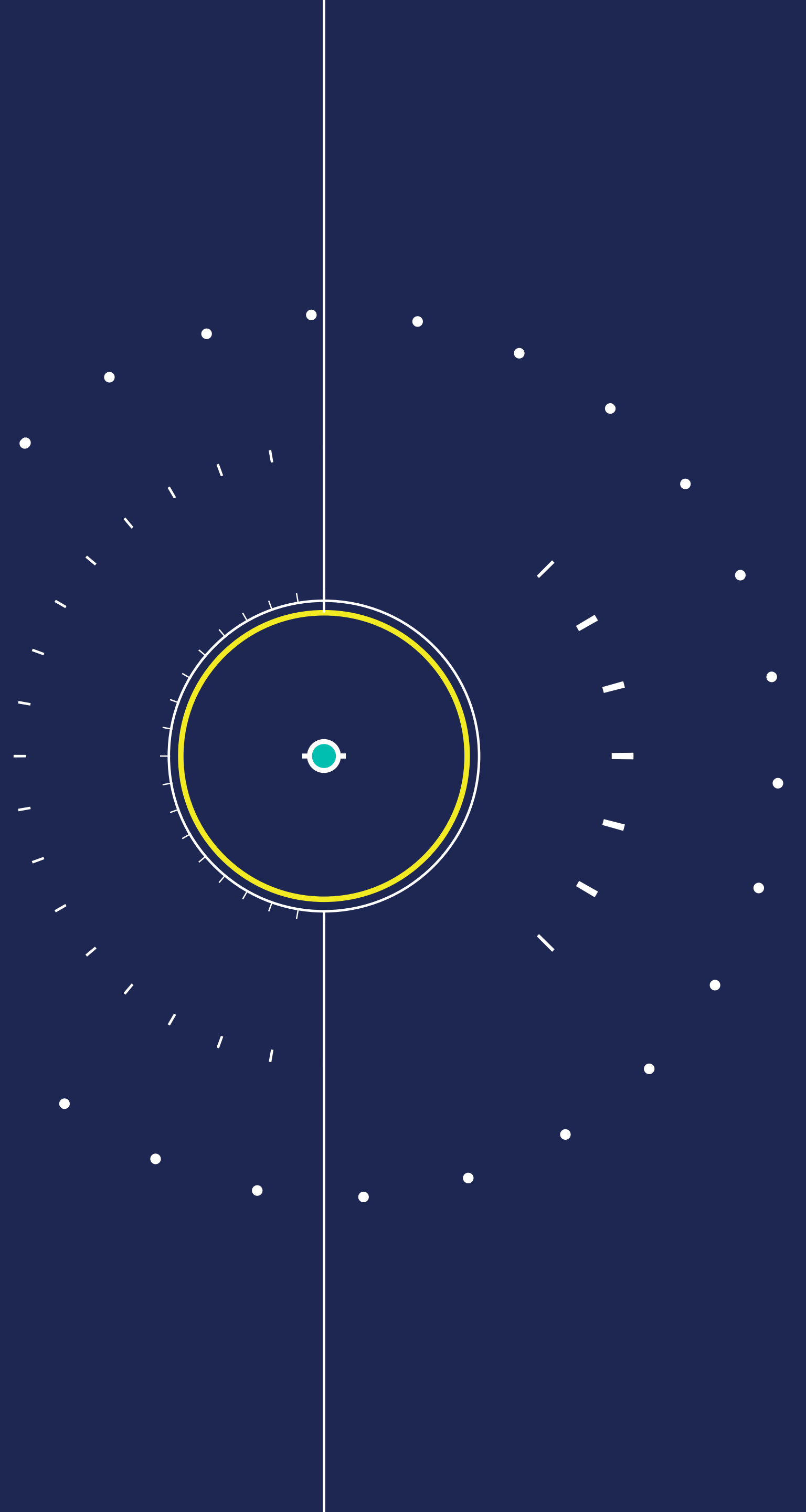




STILINGUE

Fundada em 2014 em Ouro Preto (MG), a STILINGUE organiza **em um só lugar** as conversas derivadas das redes sociais, avaliações em sites e aplicativos, notícias, CRM e demais canais públicos e privados, para que marcas possam **extrair relatórios, despertar insights e responder diretamente seus clientes**, centralizando assim, toda sua estratégia de social media e comunidades, atendimento ao consumidor e inteligência de mercado em um só lugar.





STILINGUE

O poder de significar dados e despertar insights.

stilingue.com.br