

Big data: Vraag 2 – oefening 5

A. Analyse van de 30 representatieve reviews:

➔ Belangrijkste patronen

1. Algemene sentimentanalyse:

- Overwegend positieve toon: de meeste ratings liggen tussen 4-5 sterren.
- Klanten zijn vaak tevreden met de kwaliteit en gebruiksvriendelijkheid van producten.

2. Veelgenoemde thema's in positieve feedback:

- Snelle en correcte levering.
- Producten werken zoals verwacht of beter.
- Gebruiksgemak en kwaliteit worden vaak genoemd.

3. Dominante thema's in negatieve feedback:

- In deze subset is weinig negatieve feedback aanwezig, maar wanneer dit voorkomt, gaat het over productfunctionaliteit, maatvoering of verwachtingen die niet overeenkomen.

4. Trends per productcategorie:

- Kleding & Accessoires en Smartphone & Tablet zijn vaak genoemd, wat kan wijzen op hoge aankoopfrequentie of tevredenheid in deze categorieën.
- Klanten focussen bij kleding vaak op pasvorm en kwaliteit, bij elektronica op functionaliteit en gebruiksgemak.

5. Algemene klantbehoefte:

- Klanten hechten veel waarde aan duidelijke productinformatie, snelle levering, en betrouwbare kwaliteit.

B. Vier nuttige voorspellingen op basis van de patronen:

Voorspelling	Toelichting
1. Dominant thema in negatieve reviews: productverwachtingen en functionaliteit	Aangezien de positieve reviews vooral de kwaliteit en gebruiksgemak benadrukken, zullen negatieve reviews waarschijnlijk gaan over producten die niet voldoen aan de verwachtingen of specifieke functionaliteiten missen.
2. Wat werkt het beste volgens klanten: snelle levering en gebruiksvriendelijkheid	Deze aspecten worden consistent geprezen in de positieve reviews, dus het verbeteren en behouden hiervan maximaliseert klanttevredenheid.

Voorspelling	Toelichting
3. Aspecten met grootste impact op tevredenheid: kwaliteit en betrouwbaarheid	Reviews met hoge ratings benadrukken dat het product doet wat beloofd wordt. Producten die deze verwachting niet waarmaken, leiden sneller tot negatieve feedback.
4. Verbetering met grootste positieve impact: duidelijke productinformatie en verwachtingmanagement	Door klanten goed te informeren over maat, functionaliteit en toepassingsgebied van producten, kan negatieve feedback worden verminderd en positieve ervaring versterkt.

C. Extra inzichten:

- **Patroonherkenning:** Positieve patronen domineren in de dataset; negatieve patronen zijn subtiel maar belangrijk om toekomstige klanttevredenheid te voorspellen.
- **Strategische focus:** Verbeter communicatie rond producteigenschappen, blijf snelle levering garanderen, en onderhoud hoge kwaliteit en gebruiksvriendelijkheid.
- **Marketingkans:** Gebruik positieve feedback rond snelle levering en kwaliteit als USP's in marketingmateriaal.

D. Conclusie:

- op basis van de representatieve 30 reviews van de 10.000 kan men redelijk veilig voorspellen dat kwaliteit, gebruiksgemak, en leveringstijd de belangrijkste drijfveren zijn voor klanttevredenheid, terwijl verwachtingsmanagement de belangrijkste factor is voor het reduceren van negatieve feedback.