Opinion Mining and Sentiment Analysis

Benoit Perruche

Plan

I. Qu’est-ce que l’Opinion Mining

II. Les motivations

III. Le marché

IV. Méthode d’analyse d’opinion

I. Qu’est-ce que l’Opinion Mining ?

- Une discipline récente
- Extraction de sentiments ou d’opinions à partir d’un texte
- L’interet offert par les réseaux sociaux
- Entreprises et acheteurs

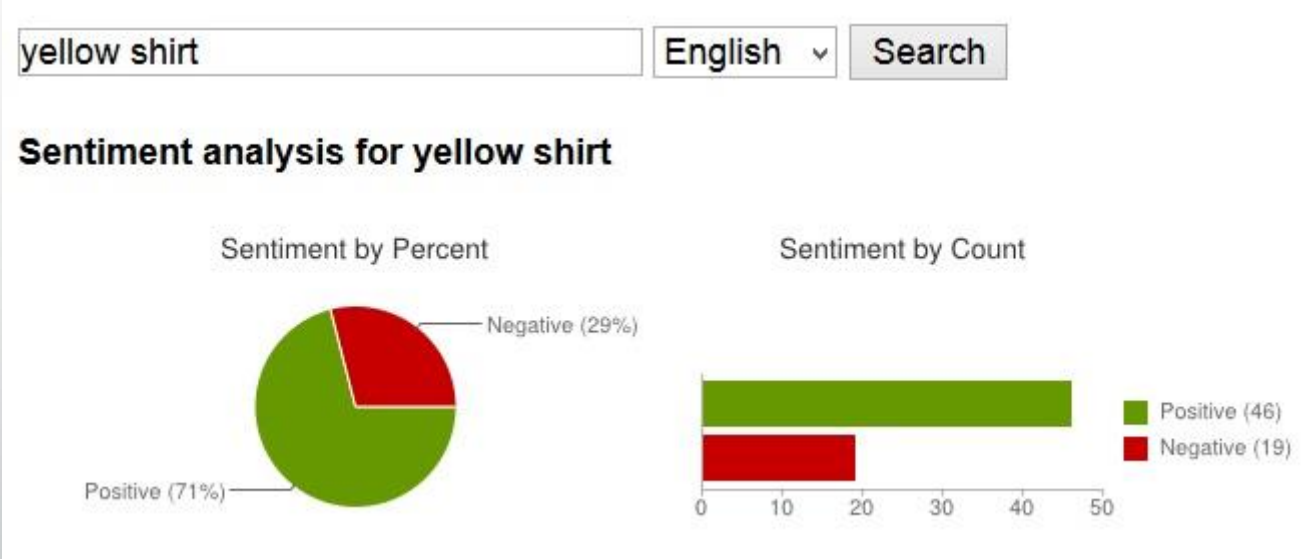
II. Les motivations

- Déduire ce que désire une personne à partir de son historique sur les réseaux sociaux
- Amazon
- Interet des entreprises

III. Le marché

- Applications d'Opinion Mining sur les réseaux sociaux :

  Exemple : Twitter Sentiment



- Derwent Capital Markets

IV. Méthode d’analyse d’opinion

- Confiance, autorité et influence
- Attribution d’un score pour certains termes
- Source et cible (attention aux spams)
- Interets explicites, implicites et associatif

Conclusion

- Prédiction du résultat d'élections, du succès d'un film ou d'un nouveau produit
- Permet de dégager des axes de stratégies commerciales et de communication pour les entreprises