

SETTORE RICERCA E SVILUPPO

CASE STUDY

Analizzare i commenti aperti per comprendere le sfumature di giudizio dei dipendenti nell'indagine di clima è stato l'obiettivo della collaborazione di Enel al progetto di Ricerca di Piazza Copernico.

La numerosità dei commenti raccolti nelle grandissime organizzazioni richiede un notevole sforzo di impegno e di tempo per la lettura, nonché un significativo accordo nei criteri di analisi da parte dei valutatori. Per questo Enel ha deciso di sperimentare con Piazza Copernico l'applicazione di tecniche semantiche e di analisi sentiment per comprendere, misurare e confrontare le opinioni in modo statisticamente valido e riducendo l'effort complessivo.

MISURARE IL SENTIMENT DEI DIPENDENTI NELL'INDAGINE DI CLIMA DI ENEL

 Per raggiungere l'obiettivo sono stati applicati:

- l'algoritmo semantico basato su Structural Topic Model;
- l'algoritmo di analisi del sentiment.

Il primo ha permesso di individuare la struttura dei contenuti più rappresentativa su base probabilistica. Mediante la lettura ragionata della struttura dei topic elaborati è stato possibile identificare le tematiche "calde" e comprenderne tutti i significati associati.

Successivamente è stata condotta l'analisi del sentiment per ogni commento, cioè la verifica della polarità (positiva o negativa) dei giudizi espressi nei commenti testuali. Questa analisi ha permesso di capire con quale **valutazione intrinseca** erano stati scritti i testi. Sono stati inoltre elaborati degli indici di sentiment diversificati per ruolo, età, genere, seniority e team leadership, potendo così valutare i diversi giudizi per ogni categoria.

In conclusione, questa analisi ha permesso di leggere i contenuti aperti dell'indagine di clima attraverso una loro sintesi significativa e comprenderne meglio il giudizio associato e le forme comunicative in cui esso è espresso.

Per Piazza Copernico, questa applicazione è risultata significativa per l'applicazione degli algoritmi semantici nell'ambito settore dei questionari aperti (formativi e non), survey, analisi di community, contest, e ogni altro ambito di espressione scritta di contenuti ed opinioni.