

Utilització de *Text Analytics* per a identificar inconveniències en plataformes digitals

NATALIA AMAT-LEFORT

Science Based Business Group, Leiden Institute of Advanced Computer Science, Leiden University (Països Baixos)

STUART J. BARNES

Marketing, Operations and Systems Group, Newcastle University Business School, Newcastle University (el Regne Unit)

Data de recepció: 1-5-2023

Data d'acceptació: 22-9-2023

RESUM

Avui dia, el temps és el nostre recurs més valuós. Cada vegada més, els consumidors busquen productes i serveis que puguin estalviar-los temps i fer-los la vida més fàcil. Aquesta tendència ha portat a un gran creixement en les plataformes digitals que ofereixen serveis sota demanda (*on-demand*), i especialment les que envien menjar a domicili. La conveniència d'aquesta mena de serveis és el que més atreu els consumidors, i és per això que qualsevol inconveniència en el servei pot tenir un gran impacte en la satisfacció del client. Utilitzant *text analytics*, examinem l'impacte de les inconveniències en la satisfacció del client en el sector de les plataformes de menjar a domicili. En aquest estudi, analitzem 235.147 comentaris de clients mitjançant tècniques de *text mining* i identifiquem els temes clau relacionats amb cada inconveniència. Els resultats mostren que totes les inconveniències influeixen negativament en la satisfacció (especial-

ment les comandes cancel·lades i les incidències d'atenció al client), i els efectes s'accentuen quan es tracta de problemes que succeeixen sovint o quan el client percep que són incidents que podrien haver-se evitat. Aquests resultats ens permeten comprendre millor les inconveniències del servei i poden ajudar les plataformes a identificar i millorar àrees crítiques dels seus serveis.

Classificació JEL: G30, M40, M41.

PARAULES CLAU

Inconveniències del servei, plataformes digitals, serveis de menjar a domicili, *text analytics*.

ABSTRACT

Today, time is our most valuable resource. Increasingly, consumers are looking for products and services that can save them time and make their lives easier. This trend has led to a great growth in digital platforms that offer services on demand, and especially those that send food at home. The convenience of these types of services is what most attracts consumers, and that is why any inconvenience in the service can have a great impact on customer satisfaction. Using text analytics, we examined the impact of inconvenience on customer satisfaction in the food delivery platform industry. In this study, we analyzed 235,147 customer reviews using text mining techniques and identified the key themes related to each issue. The results show that all inconveniences negatively influence satisfaction (especially canceled orders and customer service incidents), and the effects are accentuated when dealing with problems that occur frequently or when the customer perceives that they are incidents that could have been avoided. These results allow us to better understand the inconveniences of the service and can help the platforms to identify and improve critical areas of their services.

JEL classification: G30, M40, M41.

KEYWORDS

Service inconveniences, digital platforms, food delivery services, text analytics.

1. Introducció

Comandes en un sol clic, lliuraments a domicili en 10 minuts... els consumidors d'avui dia busquen conveniència en tots els serveis i productes que consumeixen. Prova d'això és un estudi recent que va enquestar a 2.949 adults als EUA, i va trobar que 9 de cada 10 consumidors tenen més probabilitats de fer servir un servei si ho troben convenient (National Retail Federation, 2020). Des del començament de la pandèmia de covid-19, aquesta tendència a comprar productes i serveis més convenients s'ha intensificat encara més. A causa dels confinaments, les compres en línia i els lliuraments a domicili es van convertir en serveis essencials i la seva popularitat es va disparar. En conseqüència, molts consumidors es van acostumar a la comoditat de les compres en línia i els lliuraments a domicili (Wang *et al.*, 2021). Com a resposta a aquestes necessitats, les plataformes de serveis sota demanda (com les aplicacions de menjar a domicili) permeten als clients consumir un servei quan el necessitin, en qualsevol lloc i en qualsevol moment (Taylor, 2018). Donada la importància de la conveniència per als consumidors, fins i tot les petites inconveniències poden ser molt costoses per a les empreses. De fet, fins al 97% dels consumidors de l'estudi de National Retail Federation (2020) van afirmar haver-se "tirat enrere" d'una compra per haver topat amb alguna inconveniència, i el 52% va dir que la meitat o més de les seves compres estan influenciades per la conveniència. Per aquest motiu, és crucial comprendre com perceben els consumidors les inconveniències del servei i quins tipus d'inconveniències són més (o menys) crítiques per al client.

Quan els clients es troben una inconveniència en un servei, solen voler comprendre què va causar el problema. L'ésser humà està naturalment inclinat a buscar les causes de les coses que li succeeixen, especialment en el cas d'esdeveniments negatius (Weiner, 1985). En aquest context, les teories de l'atribució pretenen explicar com els individus perceben i determinen les causes de les accions d'altres persones. Concretament, existeixen dues dimensions d'atribució que poden influenciar les percepcions dels consumidors: l'estabilitat i la responsabilitat (van Vaerenbergh *et al.*, 2014; Hess, Ganesan i Klein 2003). L'estabilitat reflecteix el grau en què un consumidor