Fase	ZONA DE ATRAÇÃO	TOPO DE FUNIL	MEIO DE FUNIL		FUNDO DE FUNIL	USO/EXPERIÊNCIA		PÓS-VENDA & FIDELIZAÇÃO				
Etapa	ANTES	APRENDIZAGEM E DESCOBERTA	RECONHECIMENTO DO PROBLEMA	CONSIDERAÇÃO DA SOLUÇÃO	DECISÃO DE COMPRA	Etapa 1	Etapa 2	Etapa 1	Etapa 2			
Experiência	**Escala de Emoção** Como a percepção da persona nesta fase pode ser representada em um gráfico, sendo 10 a percepção mais positiva e 0 a mais negativa.	Ana Maria se mudou para o Campeche e está muito confiante em relação ao novo momento que está passando em sua vida.	Estava dando sua primeira caminhada matinal na avenida principal do bairro e se interessou pela feira de orgânicos realizada na frente da loja.	Descobre que a loja possui quase todos os alimentos que consome. Compra alguns produtos (pois está caminhando e não quer carregar peso), se cadastra no Sistema de Pontos e acha isso o máximo.	Volta na semana seguinte de carro, pois deseja fazer uma compra completa. Está acompanhada de sua filha.	Se frustra por não achar uma vaga em frente à loja ou próxima e acaba indo embora. Decide realizar a compra na parte da tarde, quando estiver sozinha.	Ao voltar no período da tarde, comenta sobre o ocorrido e é informada que pode fazer seu pedido via WhatsApp para retirada ou entrega a domicílio. Realiza a compra e leva o cartão da loja com o número para realizar seu pedido.	Ana monta sua lista de produtos e envia na sexta-feira via WhatsApp. Está se sentindo tranquila, pois receberá suas compras em casa e poderá fazer o almoço de sábado para receber suas amigas.	Fica apreensiva, pois não recebe resposta de confirmação nas 4hrs posteriores ao envio de seu pedido.	Ana se frustra pois suas compras acabaram chegando muito próximas da hora do almoço, acelerando demais sua rotina.	Apesar do contratempo com a entrega, sua receita é um sucesso entre as amigas. Ana comenta sobre sua experiência e recomenda a loja pela qualidade e bom preço.	Descobre que em breve a loja irá oferecer um serviço de compras online e se empolga muito com o novo serviço.	Está feliz, que encontrou uma loja completa próxima de casa. Sempre que possível passa na loja para fazer suas compras e pontuar em seu Cartão Fidelidade. Busca no futuro propor uma parceria entre seu centro e o Armazém Campeche.
Insights	**Oportunidades e Melhorias** O que pode ser feito para melhor a experiência do usuário?	**Divulgar a loja por meio de mídia física é uma maneira de estar presente na rotina das pessoas.**	**Posicionar algum tipo de toten/ banner/bandeira flutuando na frente da loja para chamar atenção e atrair clientes para a feira de orgânicos.**	**Realizar uma Pesquisa de Intenção e Satisfação dos Clientes para conhecer melhor suas necessidades. Destacar o Sistema de Pontos como vantagem.**	**Muitos clientes realizam suas compras de carro.**	**O estacionamento da loja conta com 4 vagas de carro e 3 suportes para bicicletas.**	**Durante a Pandemia, a demanda e interesse dos clientes pelo sistema de entrega em domicílio cresceu muito, porém a loja ainda não oferece um serviço otimizado.**	**Receber os pedidos pelo WhatsApp muitas vezes se torna um trabalho difícil. Por não existir uma padronização na forma de realizar os pedidos, cada cliente faz da sua maneira, necessitando passar por várias revisões até a compra ser finalizada.** **Criação de uma Lista de Transmissão do WhatsApp para envio de ofertas, anúncios etc.**	**Muitas vezes as mensagens de clientes se perdem por não haver uma centralização dos meios de comunicação.**	**Oferecer dias e horários específicos para a realização das entregas em domicílio, com a opção de reservar um pedido para data específica.**	**Aba de "receitas" ou "modo de uso" dentro do perfil de cada produto pode ajudar a alavancar a venda dos mesmos, por demonstrar as inúmeras maneiras de se utilizar determinado alimento.**	**Realizar um planejamento de marketing para divulgação do novo serviço.**	**Implementar um espaço dentro da plataforma para parceiros.**