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.

Insights

Oportunidades e Melhorias

O que pode ser feito para melhor a experiência do usuário?

Conteúdo Blog: Conheça os alimentos mais utilizados para potencializar seu rendimento esportivo.	Posicionar algum tipo de toten/ banner/bandeira flutuando na frente da loja para chamar atenção e atrair clientes para a feira de orgânicos.	Entregar algum tipo de "lembrete interativo" contendo um QRCode para direcionar o cliente até nossa plataforma online.	Introduzir dentro da plataforma online uma função de montagem de cesta orgânica, na qual serão informados os produtos disponíveis e ausentes.	Quando um cliente cadastrado no Sistema de Pontos realizar uma compra, será necessário preencher ou atualizar os dados ausentes. Com os dados atualizados e com a autorização do cliente, esse receberá a comunicação de ofertas da loja.	Geração de mensagens automáticas para otimização dos processos e direcionamento das demandas. ***pesquisar viabilidade, benefícios e recursos.	Carrinho de compras atualizável até 1 h antes da entrega, para pedidos agendados.	Introduzir um *Sistema de Agendamento de Entrega*, o cliente é informado quando seu pedido está a caminho. A ordem de entrega é feita respeitando a melhor logística possível.	Tornar o produto "indisponível" na vitrine de vendas. Tornar a logística do estoque funcional.	Montar um planilha com os pedidos recorrentes da feira para controle de pedidos e estoque.	Estabelecer condições para parcerias.	Perfil editável para os usuários adicionarem suas necessidades e demandas pessoais vinculadas às características dos produtos à venda.