FindMed

Case study

O projekcie

FindMed to aplikacja, która ułatwia użytkownikom zakup oraz zarządzanie lekami. Naszym celem było zwiększenie wygody i satysfakcji użytkowników na każdym etapie zakupów leków - od momentu otrzymania recepty aż po zakończenie kuracji. Stworzyłyśmy aplikację do wyszukiwania leków oraz ich rezerwacji, a także do zarządzania dokumentacją i wizytami u specjalistów.

Projekt powstał w ramach studiów podyplomowych na SWPS w Katowicach, dzięki temu nad projektem czuwali eksperci na każdym etapie projektowania.

Czas trwania projektu:
9 miesięcy

Zespół:
Agata Chwalebny, Alicja Iwanicka, Anna Kurek, Mariana Popilevych

Mentorka:
Maria Leńczuk

Zespół i moja rola

Stworzenie projektu nie udałoby się gdyby nie ścisła współpraca zespołu. Nasz team składał się z dwóch Architektek, Art Content Leaderki oraz Specjalistki SEO. Pracowałyśmy spotykając się 2-3 razy w tygodniu omawiając kolejne kroki oraz robiąc burze mózgów.

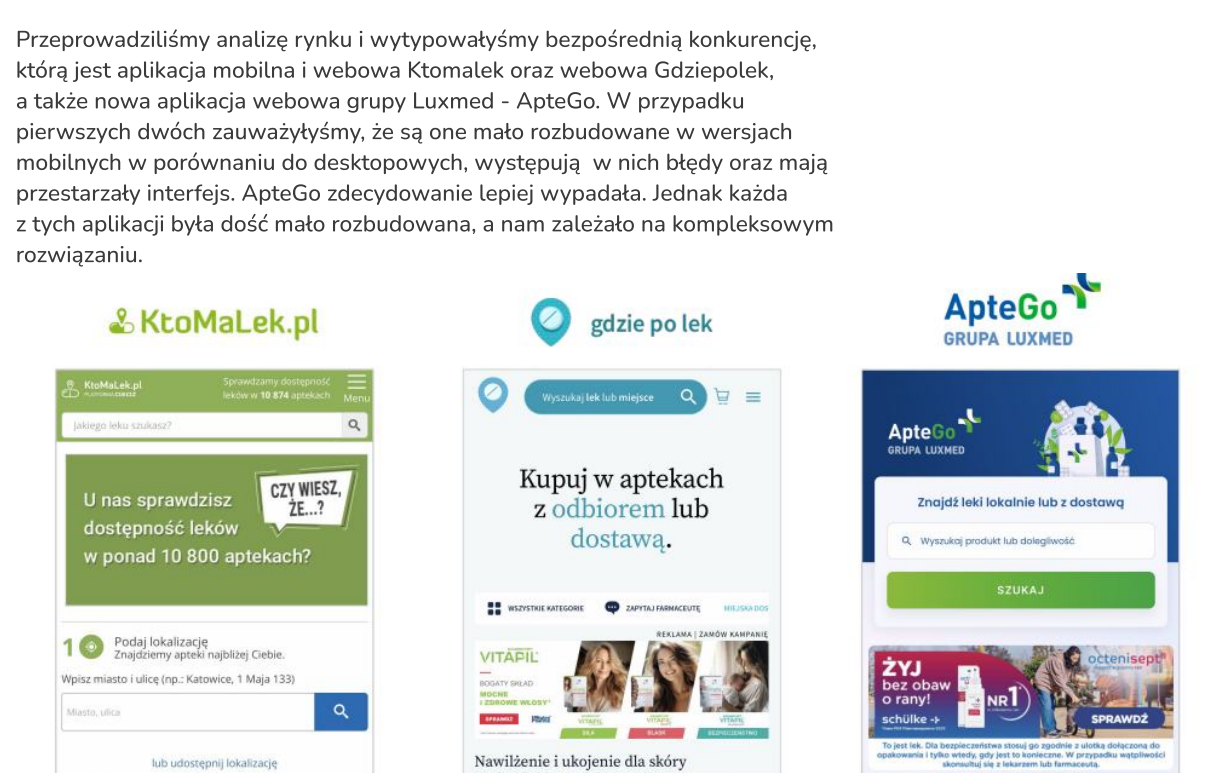
Uczestniczyłam ściśle w każdym z etapów (badanie potrzeb, empatyzacja, modelowanie, prototypowanie, testowanie) jako UX Designer. Podczas badań potrzeb udało mi się wziąć udział w wywiadach - część z nich moderowałam, w części byłam obserwatorem. Następnie byłam odpowiedzialna za stworzenie części Person oraz planu rozwoju produktu na przestrzeni lat. W kolejnym etapie stworzyłam scenariusz rejestracji i pierwszego użycia, User Flow oraz Wireflow tego procesu. Na koniec po stworzeniu prototypu przeprowadziłam badania użyteczności.

Agata
Alicja
Mariana
Anna

Reaserch i poznanie potrzeb

Analiza konkurencji

Przeprowadziliśmy analizę rynku i wytypowałyśmy bezpośrednią konkurencję, którą jest aplikacja mobilna i webowa Ktomalek oraz webowa Gdziepolek, a także nowa aplikacja webowa grupy Luxmed - ApteGo. W przypadku pierwszych dwóch zauważyłyśmy, że są one mało rozbudowane w wersjach mobilnych w porównaniu do desktopowych, występują w nich błędy oraz mają przestarzały interfejs. ApteGo zdecydowanie lepiej wypadała. Jednak każda z tych aplikacji była dość mało rozbudowana, a nam zależało na kompleksowym rozwiązaniu.


KtoMaLek.pl
U nas sprawdzisz dostępność leków w ponad 10 800 aptekach?
CZY WIESZ, ŻE...?
gdzie po lek
Kupuj w aptekach z odbiorem lub dostawą.
ApteGo GRUPA LUXMED
Znajdź leki lokalnie lub z dostawą
SZUKAJ

Wywiady

W wywiadach wzięty udział głównie osoby chorujące przewlekle lub które zażywały/zażywają stale leki przez jakiś okres czasu. A także zostały przeprowadzone wywiady eksperckie z farmaceutami.

Pytania badawcze:

- W jakim stopniu udzielane są informacje przez lekarza podczas wypisania recepty są wystarczające?
- Jak wygląda proces zakupu leków?
- Jakie czynniki wpływają na wybór konkretnej apteki lub sklepu, w którym kupują leki?
- Co lub kto wpływa na decyzję zakupową leków/suplementów?
- Jakie wyzwania i trudności napotykają podczas całego procesu zakupowego, od momentu otrzymania recepty aż po jej realizację?

Wnioski z wywiadów

#1 Nieaktualne informacje

Strony online oferujące informacje o asortymencie aptek nie aktualizują ich wystarczająco często. Zdarza się, że klienci nie mogą kupić tyle sztuk preparatu, ile się spodziewali.

“wyszukuje w interecie dostepności,aczkolwiek to co tam jest i tak nie pokrywa się najczęsciej ze stanem faktycznym w aptece.”
Kasia, l.40

#2 Długi czas oczekiwania

Długie kolejki i czas oczekiwania na realizację recepty potrafią być źródłem frustracji.

“Staram się unikać godzin szczytu, gdy ludzie wracają z pracy, aby nie stać w kolejkach, choć nie zawsze się to udaje, gdyż wielu emerytów przychodzi o różnych porach i i tak stoję.”
Hania, l.29

#3 Brak leków w aptece

Okazuje się, że te same preparaty w różnych aptekach potrafią mieć znaczne różnice w cenach, co wiąże się z wydaniem większej ilości pieniędzy.

“Najgorszą rzeczą dla kupującego jest brak leku po długim staniu w kolejce...”
Michał, farmaceuta

#4 Brak propozycji zamienników

Zdarza się, że klientom brakuje informacji o dostępnych tańszych zamiennikach, mimo obowiązku farmaceutów do ich oferowania.

#5 Rozbieżność cen

Okazuje się, że te same preparaty w różnych aptekach potrafią mieć znaczne różnice w cenach, co wiąże się z wydaniem większej ilości pieniędzy.

“Dzwonię po aptekach i szukam gdzie jest najlepsza cena, żeby zarezerwować. Niestety apteki często nie odbierają telefonów.”
Natalia, l.29

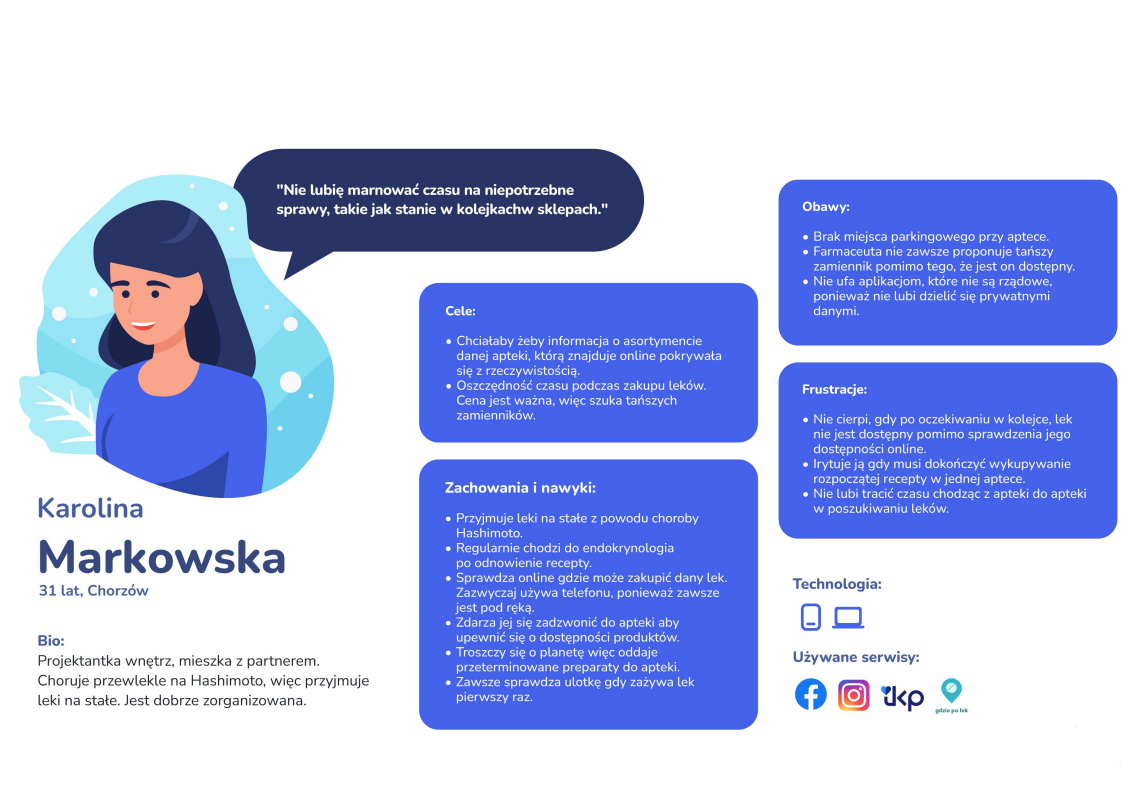
Empatyzacja

Perosny

Na podstawie wywiadów wyłoniły nam się dwa typy potencjalnych użytkowników:

- osoba, która przyjmuje leki regularnie dla której bardzo ważna jest organizacja
- osoba, która przyjmuje leki sporadycznie, dla której istotna jest cena oraz dbanie o swoje dane

Dlatego w kolejnym etapie postanowiłyśmy te dwa typy przedstawić w postaci dwóch person: **Karoliny i Jerzego**.



"Nie lubię marnować czasu na niepotrzebne sprawy, takie jak stanie w kolejkachw sklepach."

Karolina
Markowska
31 lat, Chorzów

Bio:
Projektantka wnętrz, mieszka z partnerem. Choruje przewlekle na Hashimoto, więc przyjmuje leki na stałe. Jest dobrze zorganizowana.

Cele:
- Chciałaby żeby informacja o asortymencie danej apteki, którą znajduje online pokrywała się z rzeczywistością.
- Oszczędność czasu podczas zakupu leków. Cena jest ważna, więc szuka tańszych zamienników.

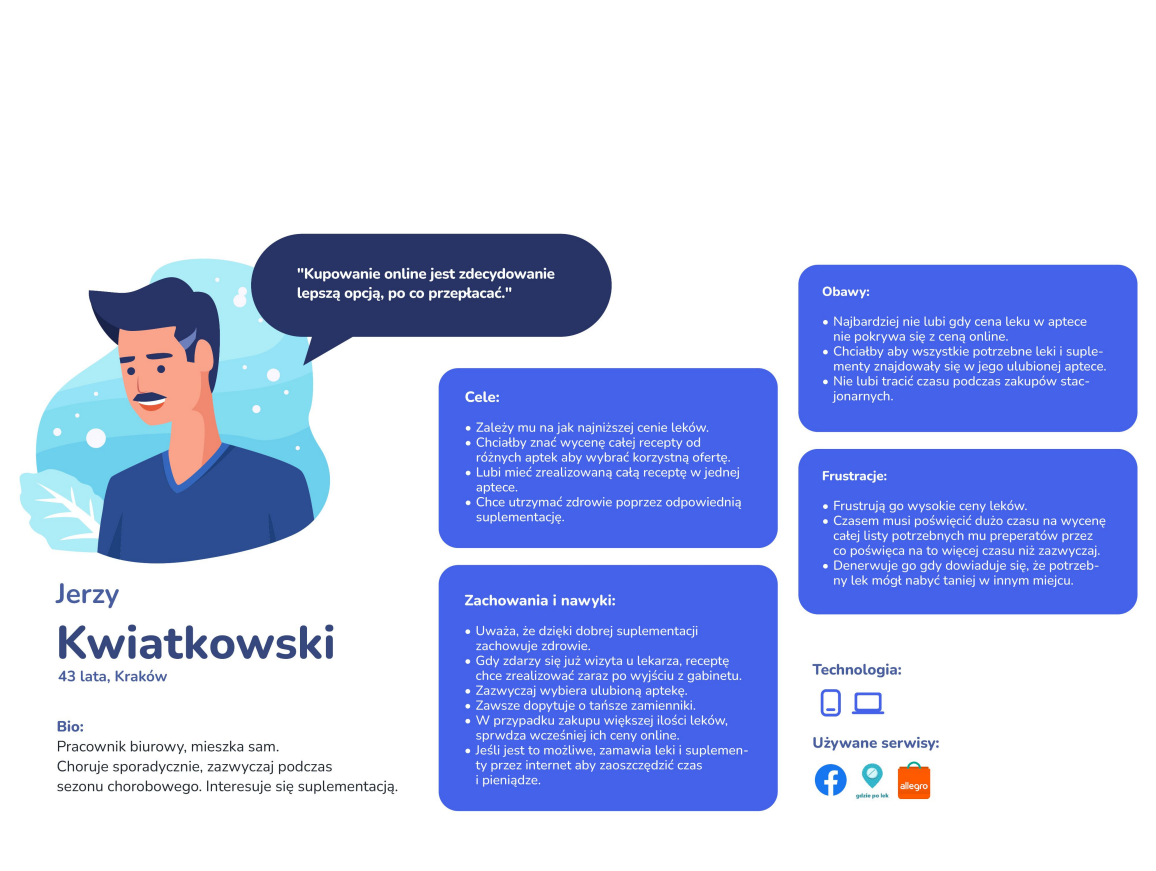
Zachowania i nawyki:
- Przyjmuje leki na stałe z powodu choroby Hashimoto.
- Regularnie chodzi do endokrynologa po odnowienie recepty.
- Sprawdza online gdzie może zakupić dany lek. Zazwyczaj używa telefonu, ponieważ zawsze jest pod ręką.
- Zdarza jej się zadzwonić do apteki aby upewnić się o dostępności produktów.
- Troszczy się o planetę więc oddaje przeterminowane preparaty do apteki.
- Zawsze sprawdza ulotkę gdy zażywa lek pierwszy raz.

Obawy:
- Brak miejsca parkingowego przy aptece.
- Farmaceuta nie zawsze proponuje tańszy zamiennik pomimo tego, że jest on dostępny.
- Nie ufa aplikacjom, które nie są rządowe, ponieważ nie lubi dzielić się prywatnymi danymi.

Frustracje:
- Nie cierpi, gdy po oczekiwaniu w kolejce, lek nie jest dostępny pomimo sprawdzenia jego dostępności online.
- Irytuje ją gdy musi dokończyć wykupywanie rozpoczętej recepty w jednej aptece.
- Nie lubi tracić czasu chodząc z apteki do apteki w poszukiwaniu leków.

Technologia:

Używane serwisy:



"Kupowanie online jest zdecydowanie lepszą opcją, po co przepłacać."

Jerzy
Kwiatkowski
43 lata, Kraków

Bio:
Pracownik biurowy, mieszka sam. Choruje sporadycznie, zazwyczaj podczas sezonu chorobowego. Interesuje się suplementacją.

Cele:
- Zależy mu na jak najniższej cenie leków.
- Chciałby znać wycenę całej recepty od różnych aptek aby wybrać korzystną ofertę.
- Lubi mieć zrealizowaną całą receptę w jednej aptece.
- Chce utrzymać zdrowie poprzez odpowiednią suplementację.

Zachowania i nawyki:
- Uważa, że dzięki dobrej suplementacji zachowuje zdrowie.
- Gdy zdarzy się już wizyta u lekarza, receptę chce zrealizować zaraz po wyjściu z gabinetu.
- Zazwyczaj wybiera ulubioną aptekę.
- Zawsze dopytuje o tańsze zamienniki.
- W przypadku zakupu większej ilości leków, sprawdza wcześniej ich ceny online.
- Jeśli jest to możliwe, zamawia leki i suplementy przez internet aby zaoszczędzić czas i pieniądze.

Obawy:
- Najbardziej nie lubi gdy cena leku w aptece nie pokrywa się z ceną online.
- Chciałby aby wszystkie potrzebne leki i suplementy znajdowały się w jego ulubionej aptece.
- Nie lubi tracić czasu podczas zakupów stacjonarnych.

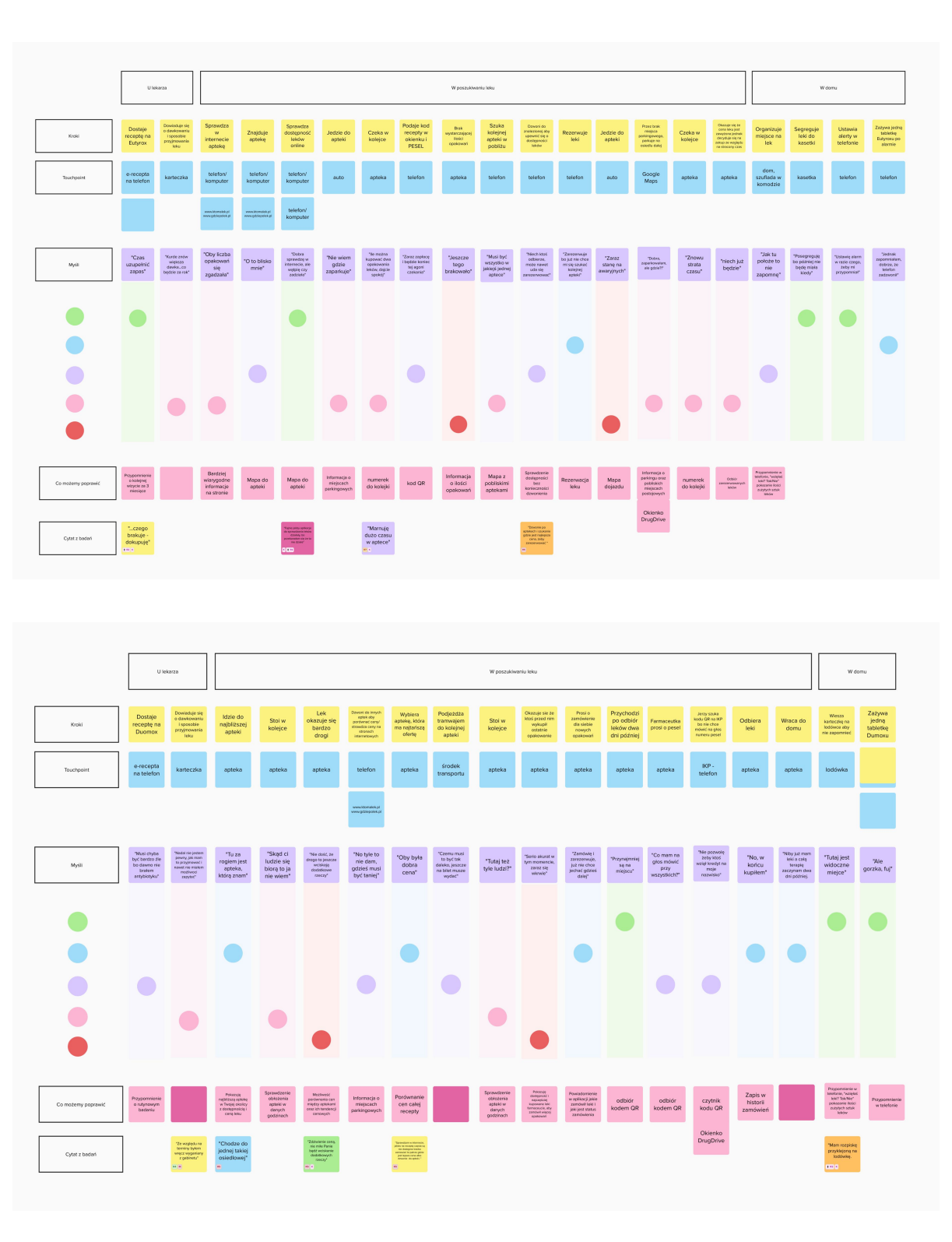
Frustracje:
- Frustrują go wysokie ceny leków.
- Czasem musi poświęcić dużo czasu na wycenę całej listy potrzebnych mu preparatów przez co poświęca na to więcej czasu niż zazwyczaj.
- Denerwuje go gdy dowiaduje się, że potrzebny lek mógł nabyć taniej w innym miejscu.

Technologia:

Używane serwisy:

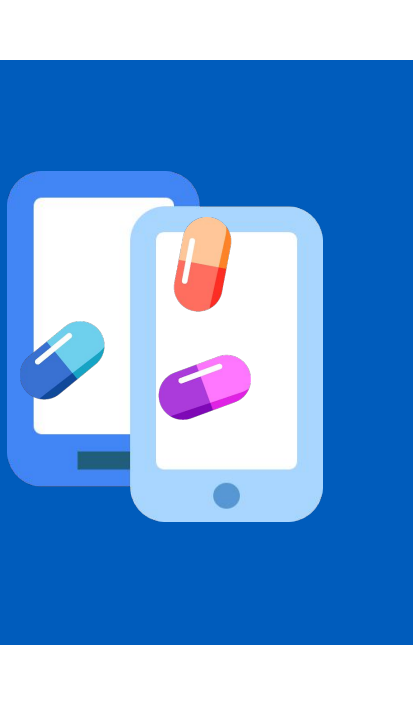
Customer Journey Map

Rozrysowanie Customer Journey Map pokazało nam, że problemy, choć nieco różne, mają wspólny mianownik, a mianowicie rozczarowanie z powodu braku leku. Dodatkowo pokazało nam, że posiadanie względnej pewności, jaką jest rezerwacja leku, nie rozwiązuje innych problemów, które może napotkać użytkownik.



System

Na tym etapie już wiedziałyśmy, że nasz produkt musi być aplikacją mobilną. Wskazywały na to badania potrzeb, że produkt musi być dostępny pod ręką w każdej chwili, gdyż proces pozyskiwania leków jest bardzo dynamiczny i zmienny. Dodatkowo analiza konkurencji wskazywała, że istniejące rozwiązania, skierowane są głównie w stronę desktopu. Zauważyłyśmy tu szansę oraz lukę, którą postanowiłyśmy zapełnić. Dodatkowo Customer Journey Map, wskazało nam, że największe problemy, na które napotykają nasze persony zlokalizowane są poza domem.



Modelowanie

Najważniejsze Elementy Aplikacji

Na podstawie wyników z analiz badań potrzeb oraz CJM podjęłyśmy decyzję jakie elementy będą kluczowe do działania naszej aplikacji.

Wyszukiwanie leków

Użytkownicy naszej aplikacji będą mogli wyszukiwać i rezerwować leki, których będą potrzebować. Będą mieć dowolność w wyborze formy wprowadzenia nazw leków. Pierwszą podstawową będzie wprowadzanie ich ręcznie przy użyciu klawiatury, drugim sposobem będzie wczytywanie poprzez zeskanowanie kodu kreskowego lub podanie kodu recepty oraz numeru PESEL.

Kod QR

Aplikacja będzie umożliwiała generowanie kodu QR, który użytkownik będzie pokazywał podczas wizyty w aptece. Dzięki temu rozwiązaniu poufne dane użytkownika będą chronione podczas kupowania leków.

Obawa o dane osobiste

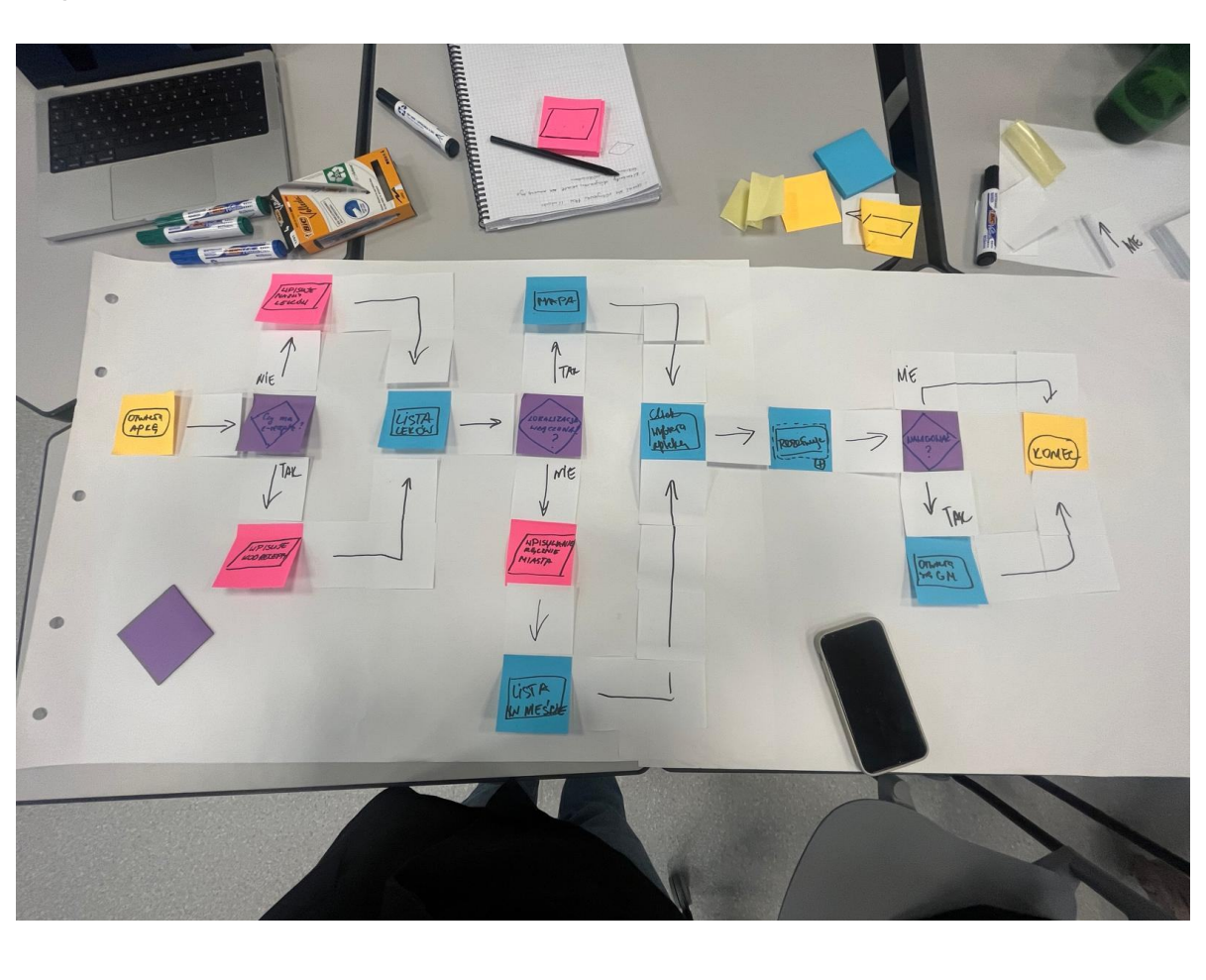
Wymawianie na głos swojego numeru PESEL może wywoływać dyskomfort podczas zakupów.

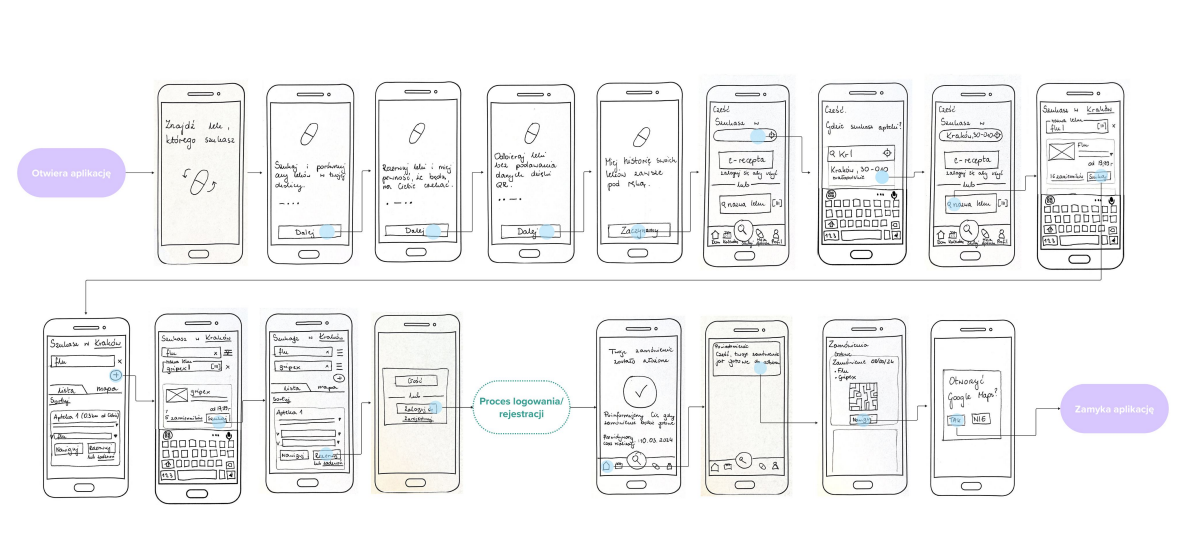
Najlepsza cena i alternatywa

Możliwość porównywania cen oraz poznanie tańszych zamienników, często dostępnych tylko w niektórych aptekach, pozwala użytkownikom podjąć odpowiednią dla siebie decyzję zakupową

Pierwsze użycie jako wyznacznik dostępu

Istotnym aspektem, który przewijał się w naszych dyskusjach była kwestia dostępu. Zdawałyśmy sobie sprawę, że kwestia leków jest bardzo delikatna i należy sprawić, aby użytkownik czół się komfortowo używając naszej aplikacji. Chciałyśmy także, aby aplikacja była prosta w obsłudze i nie wymagała od użytkownika wieloetapowego procesu rezerwacji leków. Dlatego w pierwszej kolejności skupiłyśmy się na określeniu co będzie dostępne dla użytkownika niezalogowanego, a następnie określiłyśmy jakie korzyści będzie posiadać po zarejestrowaniu/zalogowaniu.



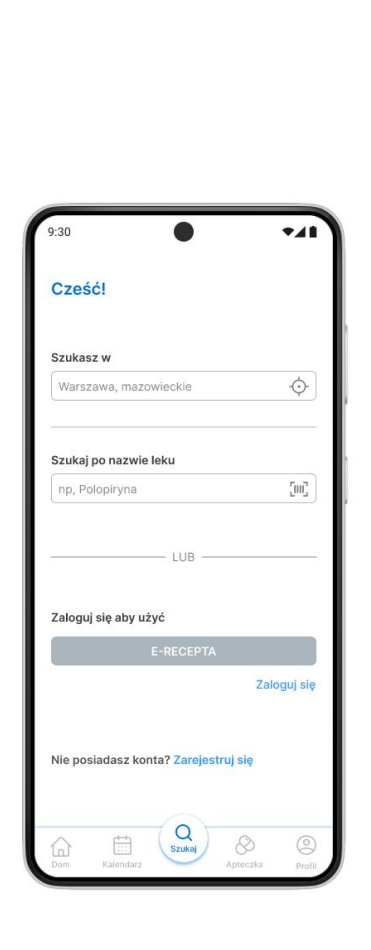


Scenariusze i ręcznie rysowane prototypy (link)

Prototyp

Od papieru do interaktywnego prototypu

Na podstawie papierowych WireFlow stworzyłyśmy klikalny prototyp Mid-Fi w Figmie z 5 głównymi ścieżkami. Został on stworzony z myślą, aby respondenci, którzy będą go testować mieli wybór czy będą wykonywać zadania jako zalogowani czy też nie. Następnie przeprowadziłyśmy testy użyteczności, które pozwoliły wyłapać błędy w naszym prototypie. Uwagi respondentów dały nam do myślenia co jeszcze mogłoby znajdować się w naszej aplikacji.



Gdyby było więcej czasu...

Zdajemy sobie sprawę, że to jest dopiero początek aplikacji. Zdajemy sobie sprawę z niedociągnięć, ale i tak jesteśmy dumne z tego co powstało i mamy pomysł jak dalej mogłoby się to rozwijać.

1. Wprowadzenie koszyka

Podczas badań użyteczności koszyk, a właściwie jego brak okazał się sporym wyzwaniem dla respondentów. Mimo iż w aplikacji nie można kupować niczego- służy ona do rezerwacji, dla respondentów okazało się logiczne użycie koszyka. Problem okazał się na tyle istotny, że wprowadziłyśmy dodatkowy button zatwierdzający poszukiwane leki. Nie jest to rozwiązanie idealne, jedynie tymczasowe.

2. Profil opiekuna

W pierwszej fazie aplikacji użytkownik posiada tylko jeden profil. W przyszłości chciałybyśmy, aby mógł zarządzać kilkoma profilami na raz - jako rodzic lub opiekun. Pozwoliłoby to zachować porządek i podział swojego leczenia oraz drugiej osoby, a także proste odłączenie profilu np. w przypadku osiągnięcia pełnoletności przez podopiecznego.

3. System dla aptek

Obecnie zamówienia składane przez użytkowników będą dostarczane do aptek za pomocą Kamsofu (wiodącego dostawcy oprogramowania dla aptek) bądź poprzez API, jednak w przyszłości chciałybyśmy zając się rozszerzeniem marki i stworzeniem programu dla aptek, dzięki czemu zamówienia byłby składane bezpośrednio wewnątrz spójnego systemu.

4. Opinie

Chciałybyśmy, aby nasza aplikacja była również miejscem, które jest tworzone przez użytkowników, dlatego też w przyszłości planujemy wprowadzenie możliwości dodawania opinii oraz gwiazdek. Pozwoliłoby to aptekom lepiej zrozumieć potrzeby klientów co przyczyniałoby się do podnoszenia standardów.

Lekcje

#1 Higiena prowadzenia badań jes kluczowa

Podczas pierwszego wywiadu przekonałam się jak kluczowa jest dobra organizacja. Wówczas byłam w roli obserwatorki i tak się zdarzyło, że moderatorka utknęła w korku, więc ja musiałam przejąć respondentkę w biurze. Wdałyśmy się w luźną rozmowę, a problem zaczął się wtedy, gdy nagle - po rozpoczęciu wywiadu - musiałam przestać odpowiadać na jej pytania. Mimo, że moderatorka przedstawiła nasze role w badaniu, respondentka często kierowała pytania i odpowiedzi do mnie, co było niekomfortowe zarówno dla mnie jak i dla moderatorki, dla której również był to pierwszy wywiad.

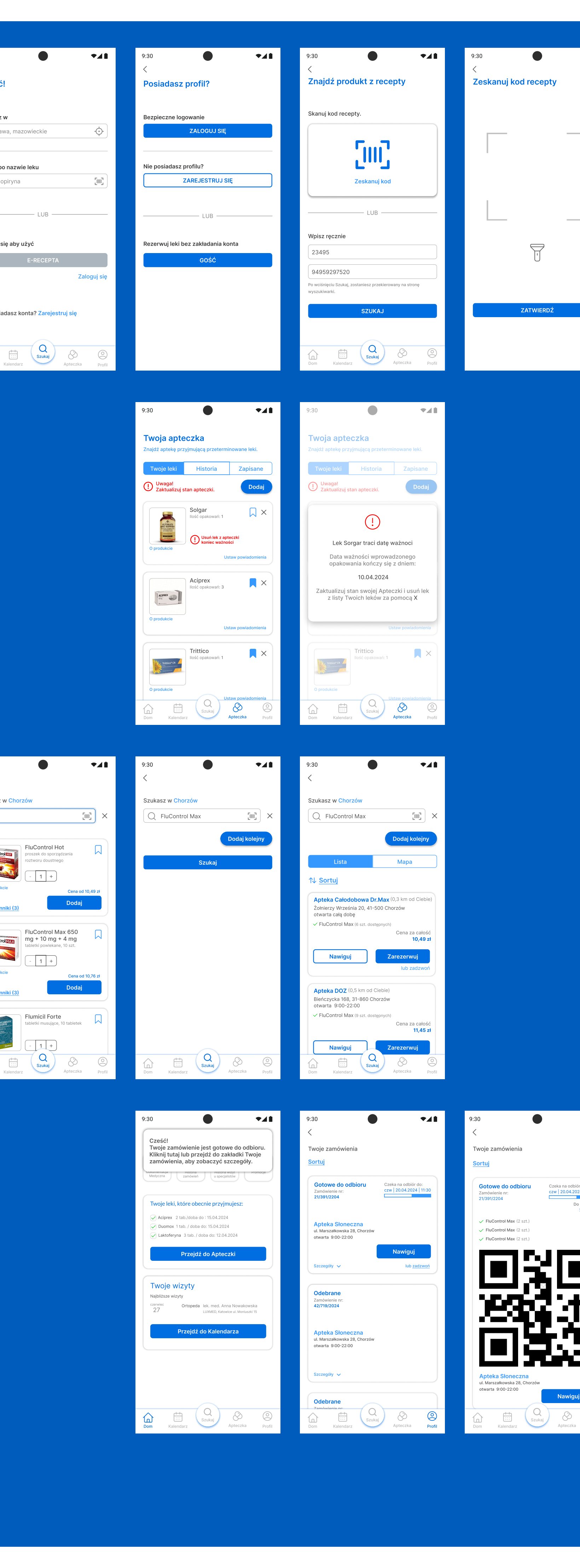
#2 Zadania w testach użyteczności mogą zaburzyć wyniki innych zadań

W trakcie prowadzenia badań użyteczności dwa zadania miały początek w tym samym miejscu - ustawienia powiadomień. Zadanie wykonywane jako pierwsze było dla niektórych respondentów problematyczne, zaś zadanie wykonywane jako drugie nie sprawiało większych trudności. Problem jednak jest w tym, że nie wiemy obecnie czy było to spowodowane intuicyjnością rozwiązania czy dzięki nauczeniu się w pierwszym zadaniu, gdzie szukać tej opcji. Potrzebne byłyby kolejne osobne testy, aby to zweryfikować.

#3 Nie lekceważ architektury informacji

Zaczynając pracę nie spodziewałyśmy się, że projekt tak będzie rozbudowany. W programie nauczania nie było wymaganie stworzenie architektury informacji, dlatego też skupiłyśmy się na innych rzeczach. Uważam, że był to błąd z naszej strony, który dał o sobie znać w momencie projektowania powiadomień - miałyśmy dużą trudność w ulokowaniu tej funkcjonalności w częściowo zrobionym prototypie. Myślę, że burza mózgów nad architekturą informacji mogłaby nam pozwolić tego uniknąć.

#4 AI jako cichy sprzymierzeniec

Podczas całego procesu towarzyszył nam ChatGPT. Wciąż uważam, że daleko mu do zastąpienia człowieka w wielu aspektach, a niektóre odpowiedzi sprawiały, że uśmiechałyśmy się do ekranu, ale uważam, że wiele czasu pozwolił nam zaoszczędzić, głównie jako punkt zaczepienia, rozplanowania zadań, redakcji tekstu i innych.