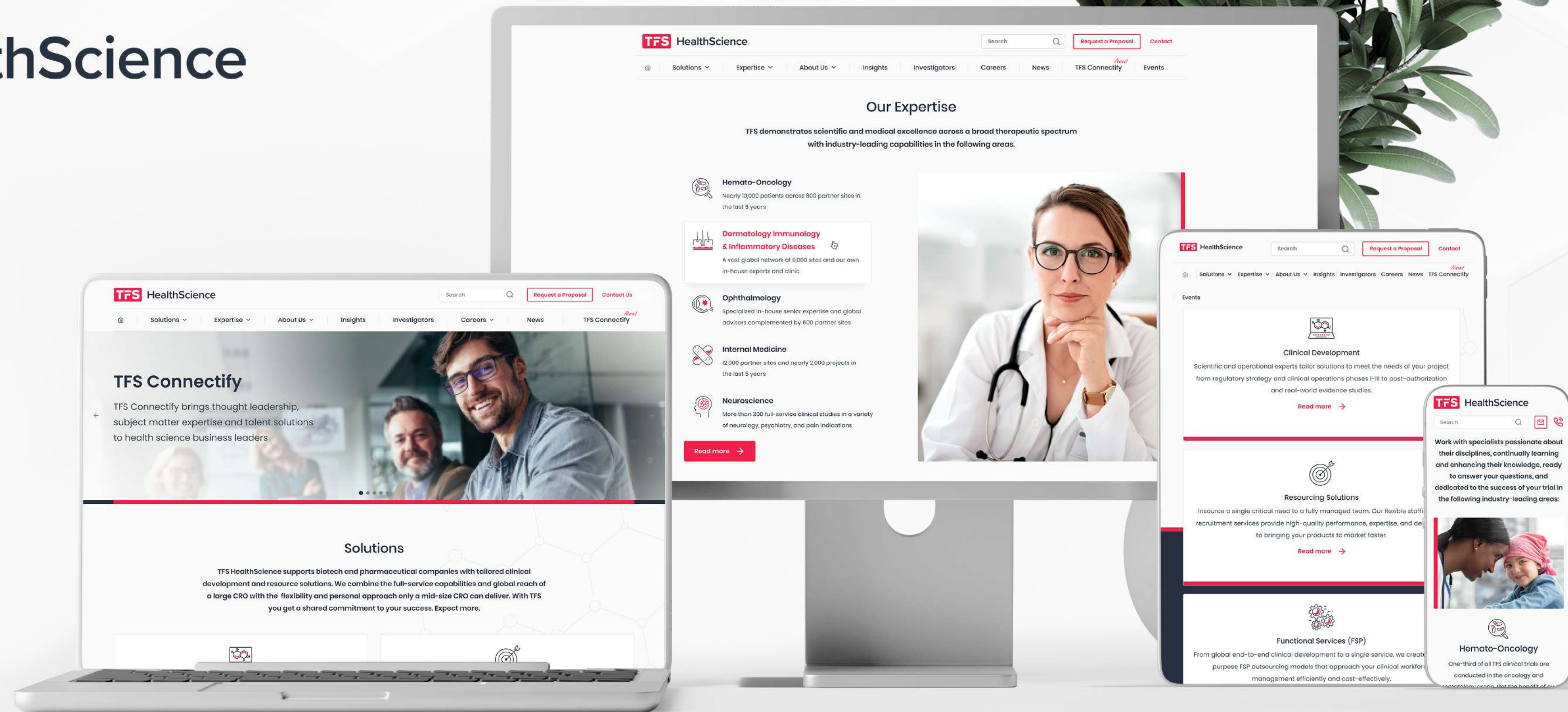


UX/UI CASE STUDY

STRONA INTERNETOWA TFS HEALTHSCIENCE



TFS HealthScience to firma badawcza, która pomaga firmom farmaceutycznym i biotechnologicznym w procesie rozwoju klinicznego na całym świecie.

Zadaniem naszej agencji było stworzenie nowej strony internetowej, która będzie spójna z opracowaną strategią marketingową firmy, podkreśli profesjonalizm marki TFS HealthScience, będzie łatwa w obsłudze i przyjazna dla użytkowników, a także zwiększy konwersję.

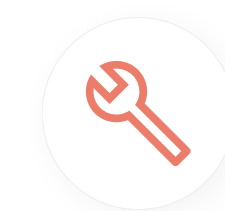
Zaprojektowaliśmy nowy serwis, wykorzystując w projekcie analizy, makiety UX i projekt graficzny UI. Realizacja obejmowała także testy oraz wdrożenie projektu. W efekcie klient otrzymał nową stronę WWW, która spełniła wszystkie założenia.

Obecnie realizujemy dodatkowe usługi, takie jak projektowanie bieżących materiałów marketingowych i graficznych.



Etapy pracy

- UX research
- UX testing
- Wireframing
- Prototyping
- UI design



Narzędzia

- Google Analytics
- Figma
- Adobe Photoshop



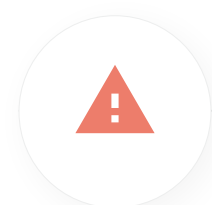
Czas trwania

7 miesięcy



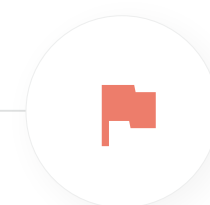
Metodologia Design Thinking

Ten iteracyjny proces pozwala na ciągłe ulepszanie rozwiązania i dostosowywanie go do potrzeb użytkowników, co jest kluczowe w projektowaniu skutecznych produktów.



Problem

Pierwotna strona TFS HealthScience nie spełniała swoich celów: informacyjnego, sprzedażowego, generowania leadów oraz budowania pozycji i wizerunku marki adekwatnie do jej pozycji rynkowej. Odwiedzający mieli problemy ze znajdowaniem odpowiednich informacji, korzystaniem z nadmiernie rozbudowanych formularzy, znalezieniem potrzebnych danych dotyczących oferty i zakresu usług firmy. Strona nie spełniała również aktualnych standardów technicznych i użytkowych, była nieczytelna i niespójna estetycznie.



Cele projektu

Przebudowa strony w taki sposób, aby korzystanie z niej było efektywne i zgodne z potrzebami odwiedzających, a także by realizowała **cele TFS HealthScience takie jak:**

- zwiększenie liczby odwiedzin strony, zmniejszenie współczynnika odrzuceń,
- poprawa konwersji i liczby generowanych leadów zarówno w kontekście pozyskiwania nowych klientów, jak i nowych pracowników (wysokiej jakości specjalistów do współpracy),
- budowa wizerunku i pozycji rynkowej firmy zgodne ze stanem faktycznym,
- poprawa odbioru strony przez użytkowników, aby korzystanie z niej było wygodne, przyjemne oraz łatwe,
- skrócenie drogi użytkowników w znajdowaniu informacji oraz optymalizacja hierarchii informacji i ich struktury,
- spełnienie standardów technologicznych (prawidłowe wsparcie RWD).

Punktem wyjścia w procesie projektowania naszego rozwiązania była **analiza potrzeb** użytkowników. **Aby dobrze poznać ich preferencje, motywacje, zachowania i cele** przeprowadziliśmy wywiady, wykonaliśmy analizy danych i opracowaliśmy proto-persony, by następnie określić wytyczne.

Dzięki nim **konsekwentnie realizowaliśmy projekt, tak aby stanowił skuteczne i funkcjonalne rozwiązanie dla użytkowników**. Swoje działania prowadziliśmy w taki sposób, by zapewnić użytkownikom pozytywne doświadczenie, dostosowane do ich potrzeb.

68%

użytkowników miała problem z odnalezieniem informacji dotyczących oferty

70%

ankietowanych wskazała jako duży problem błędy w responsywności strony

82%

badanych nie akceptowała zbyt długich formularzy

36%

respondentów nie wiedziata, gdzie zacząć poszukiwania informacji dotyczących ich grupy docelowej (potencjalni klienci oraz potencjalni współpracownicy)

Przeanalizowaliśmy **6 głównych firm konkurencyjnych** i na bazie tej analizy przedstawiliśmy wnioski i braki w kontekście poprzedniej wersji strony.

- Premier Research
- Pharm-Olam
- Public Services International
- Synteract
- Ergomed
- Clinipace



Przed wprowadzeniem zmian na stronie TFS HealthScience zidentyfikowaliśmy następujące problemy:

- problemy techniczne, między innymi brak pełnego wsparcia RWD,
- brak jasnego opisu dostępnych usług,
- niewykorzystane możliwości lead generation,
- prezentacja informacji na stronie z perspektywy struktury firmy, a nie spojrzenia klienta (brak podejścia zorientowanego na użytkownika),
- niespójna i niewygodna nawigacja,
- błędy w interfejsie,
- obiektywnie przestarzały design i brak spójności, który nie oddawał profesjonalnego charakteru firmy i wysokiej klasy kompetencji, które są ważnymi aspektami tożsamości marki.

S

Mocne strony (Strengths)

- Duża ilość wartościowego contentu
- Prace nad poprawą jakości komunikacji (strony WWW, jak i całego branding), co pozytywnie wpłynie na wizerunek firmy oraz pozwoli dotrzeć do nowych klientów
- Duża elastyczność i jednocześnie profesjonalizm firmy, które warto podkreślić również na stronie

W

Słabe strony (Weaknesses)

- Brak czytelności i wyróżnionych CTA
- Mimo użytecznego contentu — problemy z hierarchią informacji
- Nieintuicyjna nawigacja
- Nadmiernie rozbudowane i skomplikowane formularze
- Brak prawidłowej obsługi RWD
- Przystarzały i niepraktyczny design
- Brak zorientowania na użytkownika

O

Szanse (Opportunities)

- Wzrost popytu na usługi badań klinicznych
- Wprowadzenie nowych technologii i innowacyjnych rozwiązań
- Współpraca z nowymi partnerami biznesowymi i instytucjami
- Zwiększenie świadomości konsumentów na temat znaczenia badań klinicznych i samej działalności firmy
- Nacisk na fakt, że TFS HealthScience to mid-size CRO

T

Zagrożenia (Threats)

- Konkurencja ze strony dużych i ugruntowanych firm
- Zmiany regulacji prawnych i wymogów dotyczących badań klinicznych
- Brak dostępności specjalistów i ekspertów
- Ograniczenia budżetowe i nacisk na koszty

Osobowość:

Bardzo ambitna i skupiona na karierze.

Hobby:

Uwielbia podróże i jogę.

Praca:

Pracuje w firmie biotechnologicznej, która poszukuje nowych produktów i globalnego zasięgu. Maria jest odpowiedzialna za wprowadzenie nowej cząsteczki w obszarze dermatologii. Po pozytywnych testach na zwierzętach potrzebuje pełnego wsparcia w prowadzeniu badań klinicznych fazy I – IV w USA i Europie.

Oczekiwania:

Ze względu na wcześniejsze doświadczenie z dużym CRO, teraz oczekuje lepszej komunikacji, śledzenia projektów i zarządzania czasem.



MARIA GUTIERREZ



Wiek:

40 lat



Miejsca zamieszkania:

Los Angeles, USA



Rodzina:

Dwie córki



Stanowisko:

Główny specjalista ds. medycznych w średniej wielkości szybko rozwijającej się firmie biotechnologicznej

Hobby:

Kocha szybkie samochody i jazdę na nartach w Szwajcarii.

Cel:

Koncentruje się na zarabianiu pieniędzy.

Praca:

Z powodzeniem od roku sprzedaje swój nowy lek okulistyczny w Europie. Poszukuje możliwości rozwoju na rynku globalnym, zwłaszcza w zakresie zgodności z przepisami oraz przeprowadzenia dodatkowych badań, aby poszerzyć obszary terapeutyczne stosowania leków OTC.

Oczekiwania:

Poszukuje CRO z dobrym lokalnym doświadczeniem, nawet w odległych i nieoczywistych krajach ekspansji. Ważna jest dla niego atrakcyjna cena w połączeniu z dedykowanym podejściem do zarządzania ryzykiem. Jako menedżer — nie naukowiec — oczekuje jasnej i osobistej komunikacji z zespołem CRO, a także przejrzystych i jasnych warunków i procedur realizacji kontraktu.



ABELARD LOCHMANN



Wiek:

55 lat



Miejsca zamieszkania:

Dortmund, Niemcy



Rodzina:

Singiel



Stanowisko:

Dyrektor generalny w średniej wielkości niszowej firmie farmaceutycznej

Osobowość:

Jest głodny nowych wyzwań intelektualnych i zmieniających świat idei. Nie znosi skamieniałych struktur, formalnych korporacyjnych relacji, ani intryg.

Hobby:

Lubi jogging i ekstremalne trekkingi: Indie, Borneo itp.

Praca:

Szuka nowych możliwości zawodowych z dala od szpitala, bo lepiej czuje się jako naukowiec niż lekarz. Chciałby ratować życie, ale bezpośrednia praca z pacjentami nie jest dla niego odpowiednia.

Oczekiwania:

Praca w środowisku globalnej firmy, z dużymi możliwościami podróżowania i poznawania różnych kultur.



LASZLO KOVACS



Wiek:

36 lat



Miejsca zamieszkania:

Budapeszt, Węgry



Rodzina:

Żona i nowo narodzony syn



Stanowisko:

Lekarz medycyny

Hobby:

Uwielbia piesze wędrówki, nordic walking i biegi narciarskie. Zimą często bierze krótkie urlopy, by podróżować po północnej Szwecji. Lubi Włochy, Hiszpanię i tamtejszy styl życia — bez stresu, z dobrą kuchnią i dużą ilością wolnego czasu spędzanego z przyjaciółmi.

Praca:

Zrobiła karierę na Uniwersytecie w Göteborgu. Szukając nowych możliwości, najpierw dostała pracę w firmie CRO, i obecnie jest kierownikiem operacji klinicznych. Jej podejście zmieniło się z nastawienia na naukę na nastawienie na karierę i pieniądze.

Oczekiwania:

Dzięki swojemu doświadczeniu w firmie CRO dokładnie wie, czego chce: wysokiej jakości naukowej i doskonałego poziomu działania, aby projekty były realizowane w terminie i w ramach określonego budżetu. Oczekuje też dobrej komunikacji z pracownikami związanymi z badaniami klinicznymi i innymi pracownikami firmy CRO.



ASTRID ELIASSON



Wiek:

44 lata



Miejsca zamieszkania:

Kopenhaga, Dania; urodzona w Szwecji



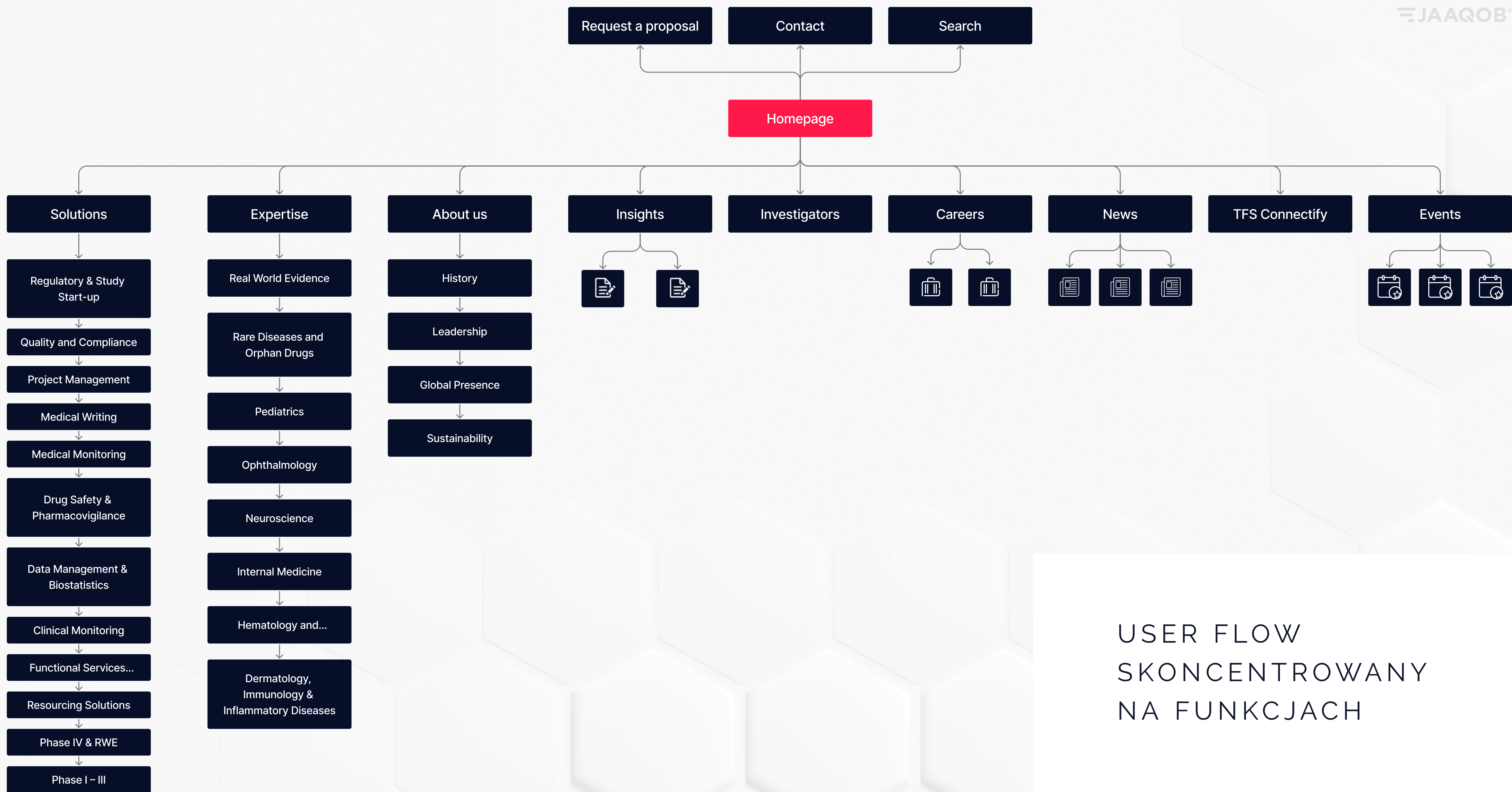
Rodzina:

Mąż



Wykształcenie i stanowisko:

Kierownik operacji klinicznych w firmie biofarmaceutycznej

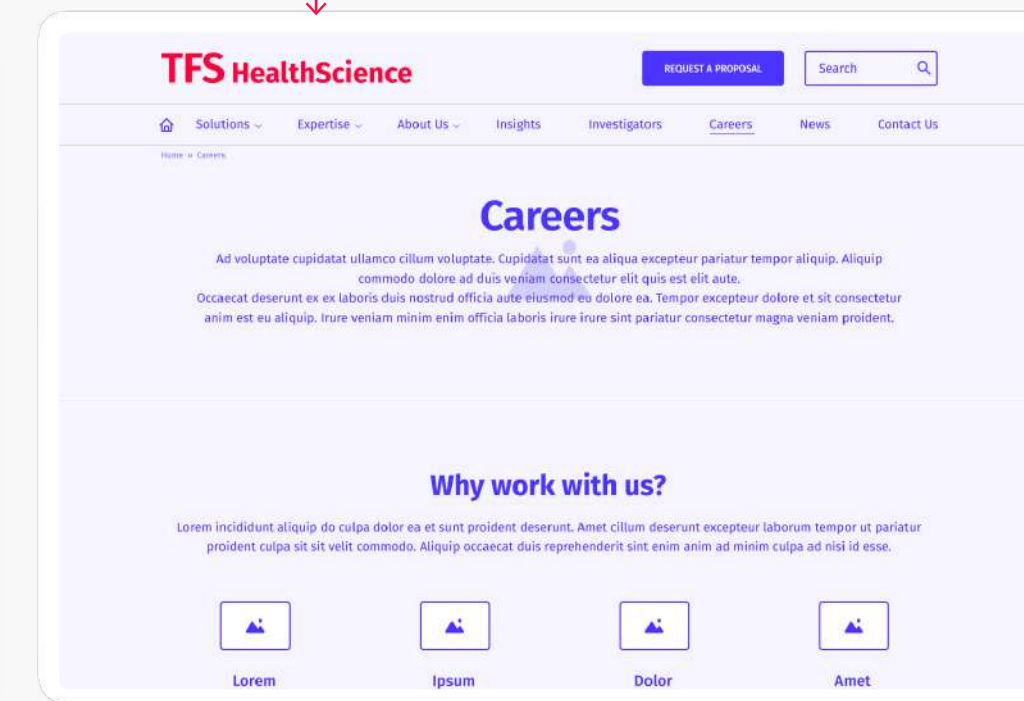
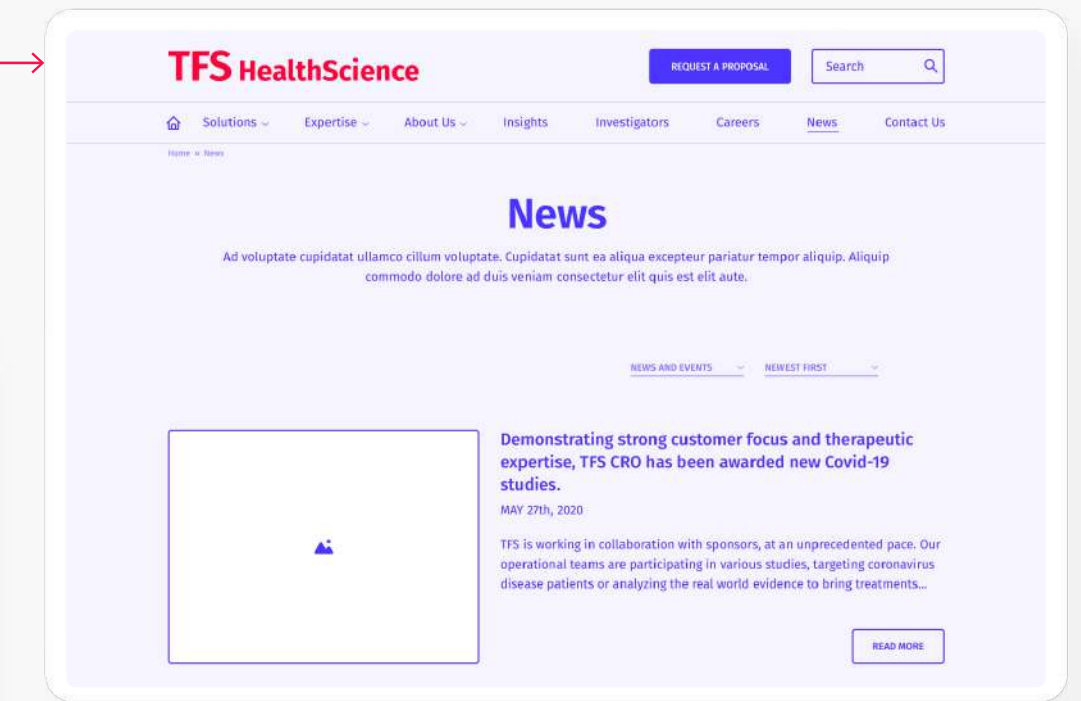
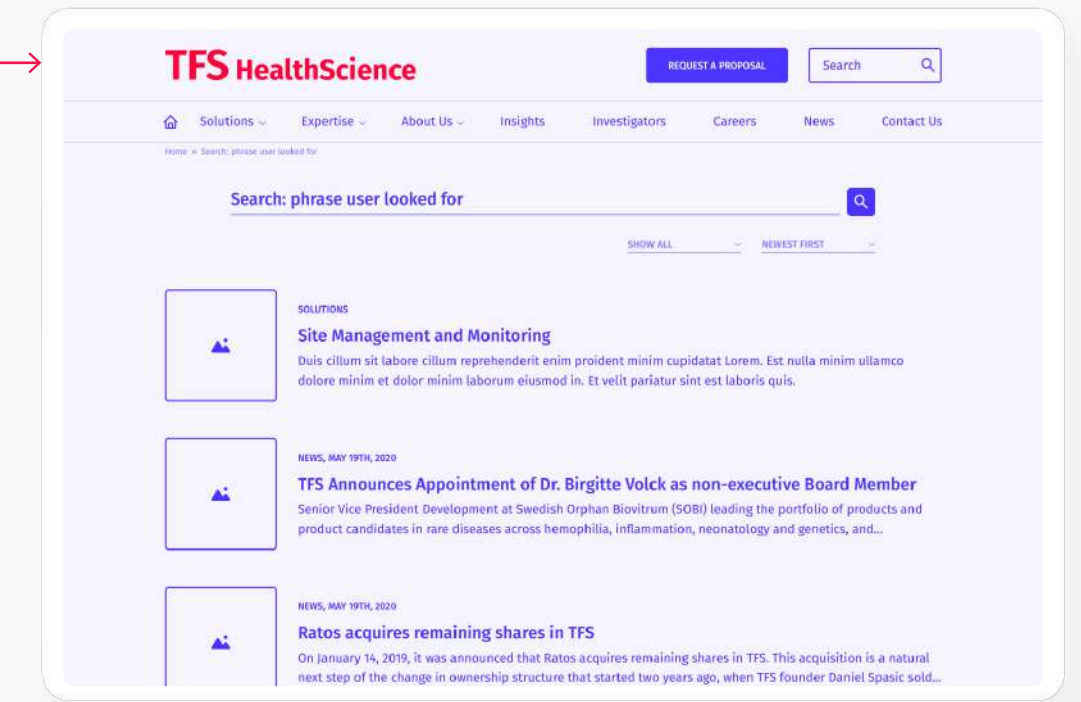
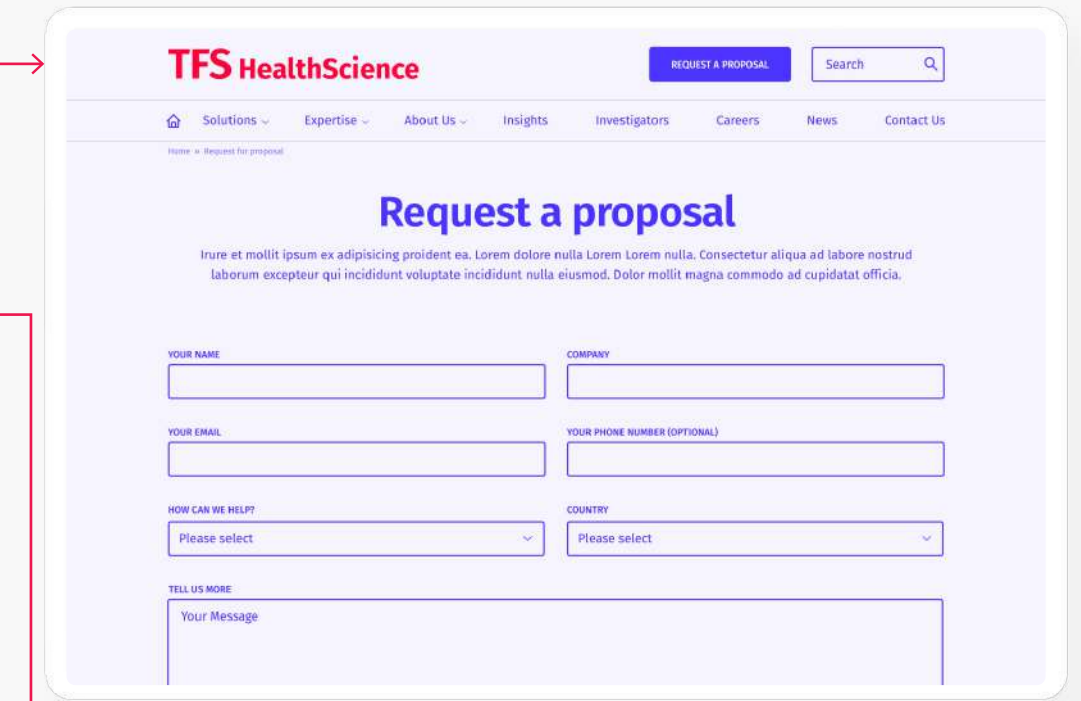
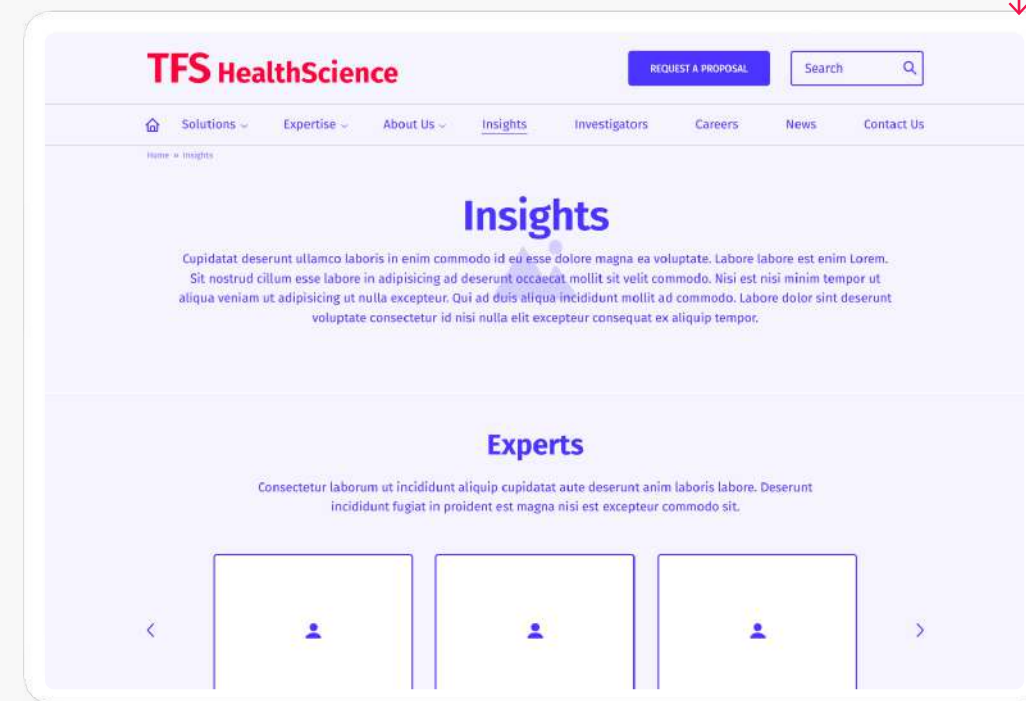
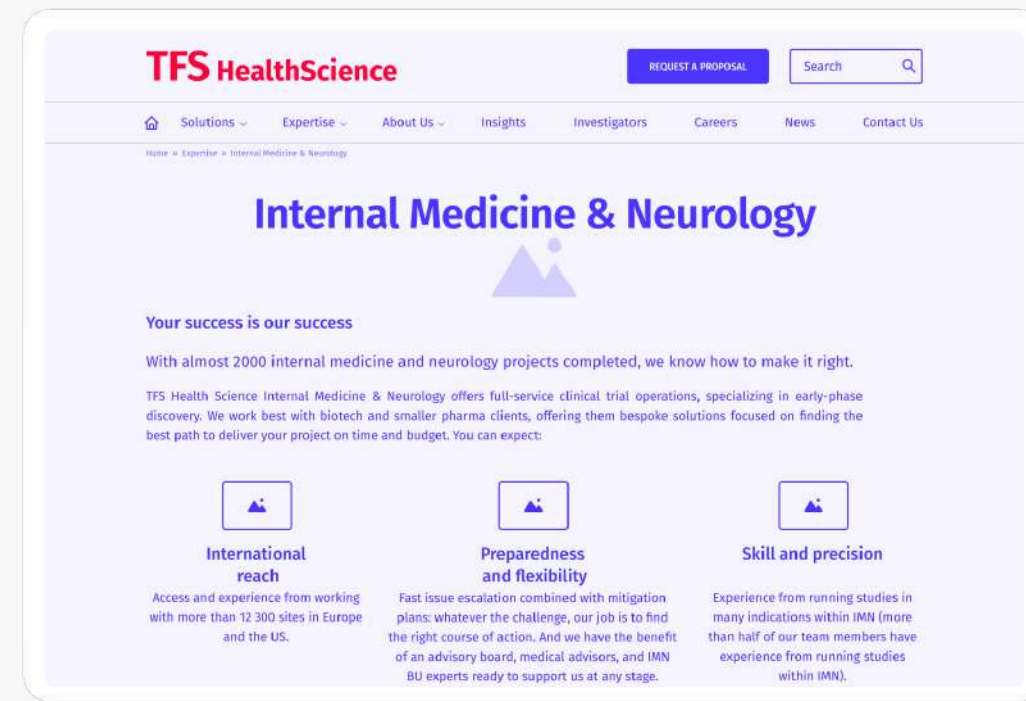
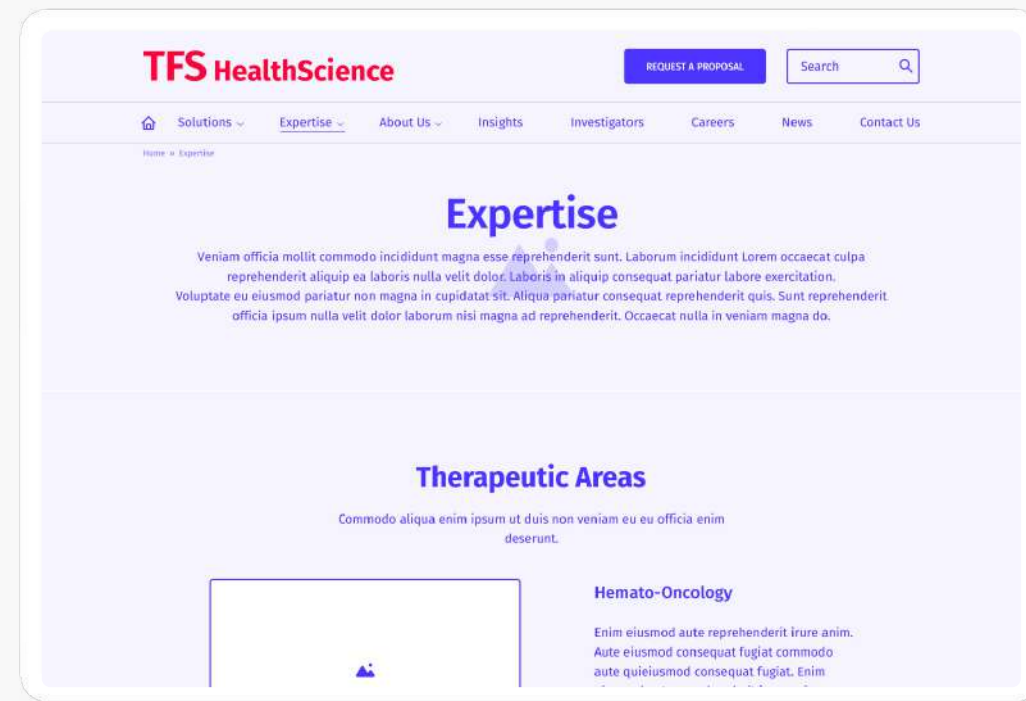
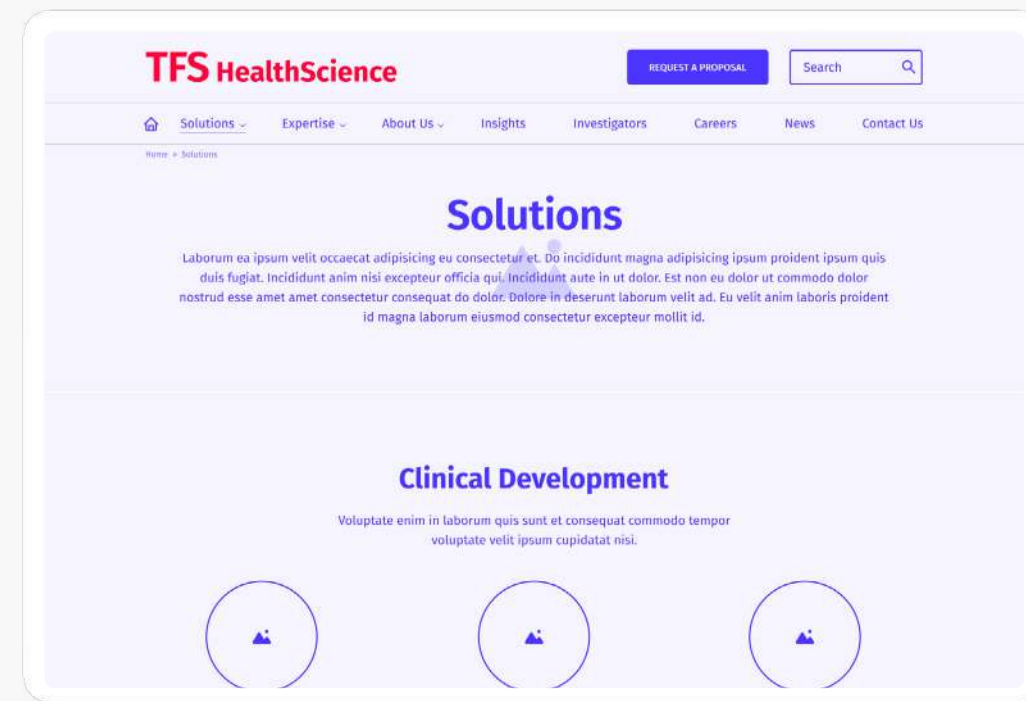


USER FLOW
SKONCENTROWANY
NA FUNKCJACH

WIREFRAMES



WIREFRAMES





TFS It's all about trust

HOME ABOUT US SERVICES DIVISIONS EXPERTISE CAREERS NEWS & EVENTS CONTACT US

GLOBAL in Mindset

TFS CDS™
Clinical Development Services

TFS SRS™
Strategic Resourcing Solutions

TFS NEWS
Sign up here

Careers

- View Open Positions
- Employee Testimonials
- Upload your CV

Welcome to TFS

The leading global mid-size clinical Contract Research Organization

For comprehensive, clinical development services, TFS offers the highest level of competence, experience and personal attention to ensure we achieve the best results for our customers. With our suite of offerings, our customers' clinical trials will be handled with care and expertise.

TFS is in the business of improving and refining the delivery of better healthcare outcomes to ensure our customers' successes. We genuinely believe that being GLOBAL IN MIND AND LOCAL AT HEART is the core of our success; our

The Dermatology Centre of Excellence

TFS Dermatology Ce... ⋮

Latest News

TFS CEO featured in Pharma Boardroom
December 13th, 2019 [READ MORE](#)






Highlight Events


28 JAN **Secrets to Biotech Success Munich**
[Click here for more information.](#)

20-24 MAR **AAD 2020**
[Contact us to pre-arrange](#)

Our Expertise

TFS demonstrates scientific and medical excellence across a broad therapeutic spectrum with industry-leading capabilities in the following areas.

-  **Hemato-Oncology**
Nearly 10,000 patients across 800 partner sites in the last 5 years
-  **Dermatology Immunology & Inflammatory Diseases**
A vast global network of 9,000 sites and our own in-house experts and clinic
-  **Ophthalmology**
Specialized in-house senior expertise and global advisors complemented by 600 partner sites
-  **Internal Medicine**
12,000 partner sites and nearly 2,000 projects in the last 5 years
-  **Neuroscience**
More than 300 full-service clinical studies in a variety of neurology, psychiatry, and pain indications





About Us

- ABOUT US
- OUR HISTORY
- VISION & VALUES
- LEADERSHIP
- CUSTOMER TESTIMONIALS
- CORPORATE RESPONSIBILITY

Your Trusted Partner in Clinical Research – 'Global in Mind, Local at Heart'



OUR ROOTS

Originating in Europe, TFS was founded in 1996 in Sweden by Mr. Daniel Spasic. Today the company is the leading global mid-size clinical Contract Research Organization (CRO).

VALUES

TFS bases its philosophy and values on trust. We have professionals in every major field, and to learn more about the minds behind TFS, view our leadership team. TFS has an enduring commitment to the highest ethical standards thereby ensuring the safety and care of patients in our clinical development programs.

CUSTOMER FOCUS

As the leading global mid-size clinical CRO, TFS has the global and regional experience and infrastructure to conduct its customers' clinical trials. TFS guides customers from clinical development planning to regulatory filing, providing flexible solutions whilst ensuring budget and deadlines are met and reducing customers' risks and delays.

EXPERTISE

The depth and breadth of our service offerings along with our therapeutic expertise and scientific experts, key opinion leaders and international project managers ensure you have the best minds working towards the success of your clinical development program.



Trust

It's about confidence, reliability, and fulfilling expectations at every stage.



Quality

This is our standard and constant objective: quality of performance, delivery, and results.



Flexibility

Supporting our clients throughout the entire clinical development journey, responding to each challenge with agility focused on a successful outcome.



Passion

Our professionalism is fueled by dedication and a desire to deliver excellence.

TFS HealthScience

25 years

Our journey began over 25 years ago in Sweden, in the city of Lund. As a global CRO with the ultimate goal of ensuring patients' safety and well-being, we provide biotechnology and pharmaceutical companies with tailored clinical development solutions.



Therapeutic Expertise

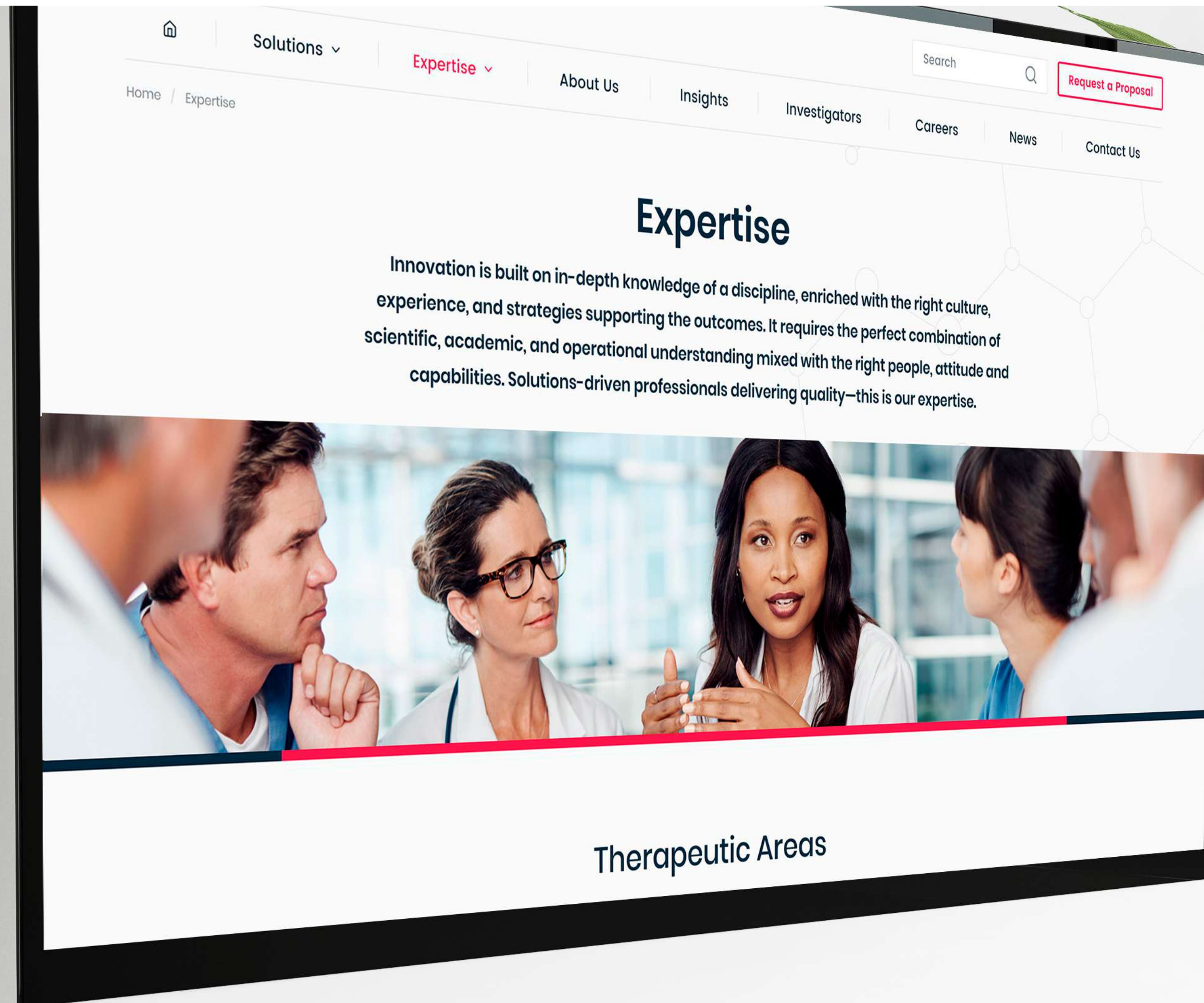
- THERAPEUTIC EXPERTISE**
 - KEY THERAPEUTIC AREAS
 - THERAPEUTIC EXPERTS
 - REGULATORY EXPERTISE
 - REGULATORY EXPERTS
 - CASE STUDIES
 - WHITE PAPERS

TFS has worked in the Life Science Industry initiating, conducting and reporting clinical trials in all clinical phases and in all clinical disciplines since 1996.



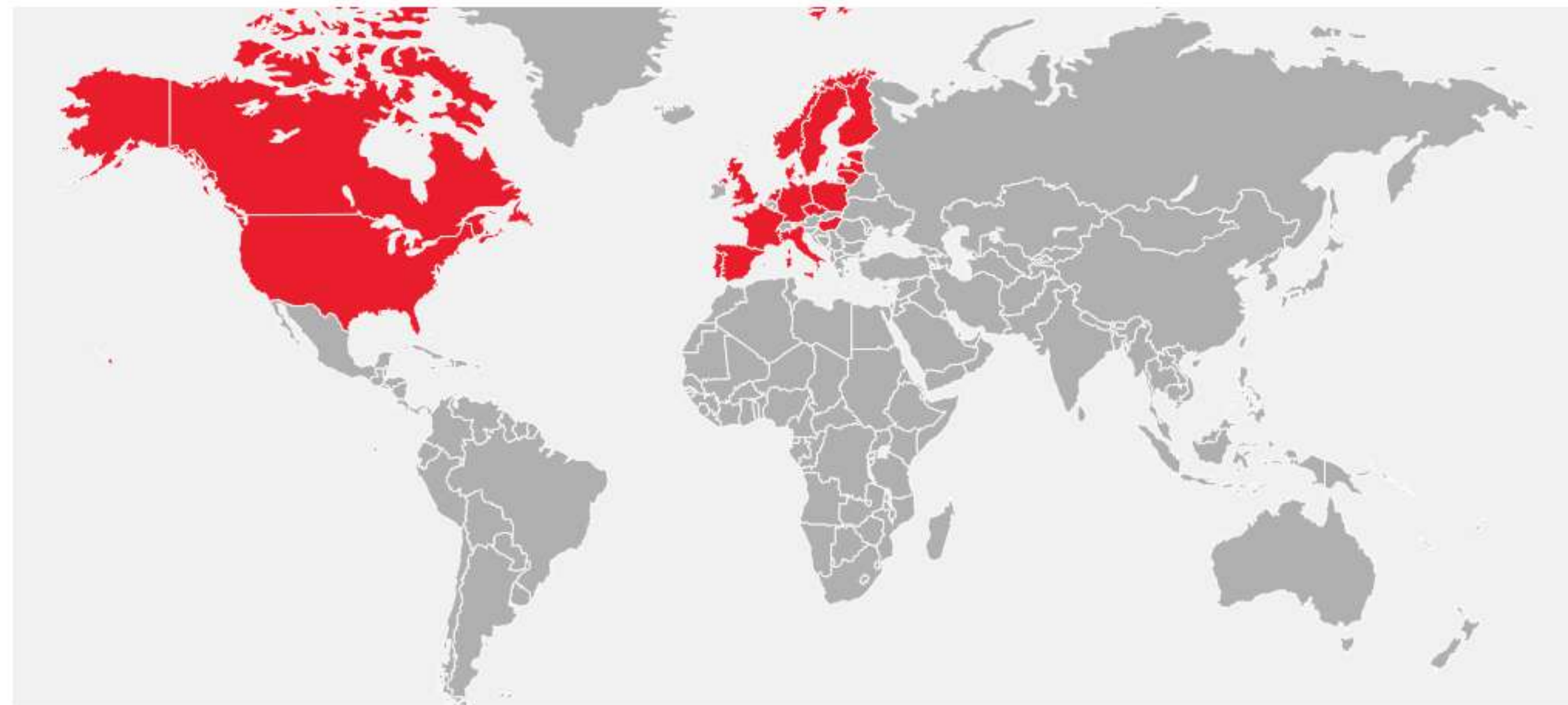
At TFS, we collaborate with leading companies in each industrial segment: pharmaceutical, biotech, medical device, biosimilars, diagnostics, generics and functional food companies – all with unique and, specific needs.

Our broad range of experience and dedicated service are two of the reasons that TFS has proven to be a trusted partner. It is for these reasons that we have developed longstanding relationships with some of the most reputed life science companies and hospitals in the world and have gained access to a broad range of clinical sites and patients.





It's all about presence



Contact us

Thank you for visiting the TFS website. To request information on any of the areas below, please click on the area and send your request.

General Enquiry



Media Relations



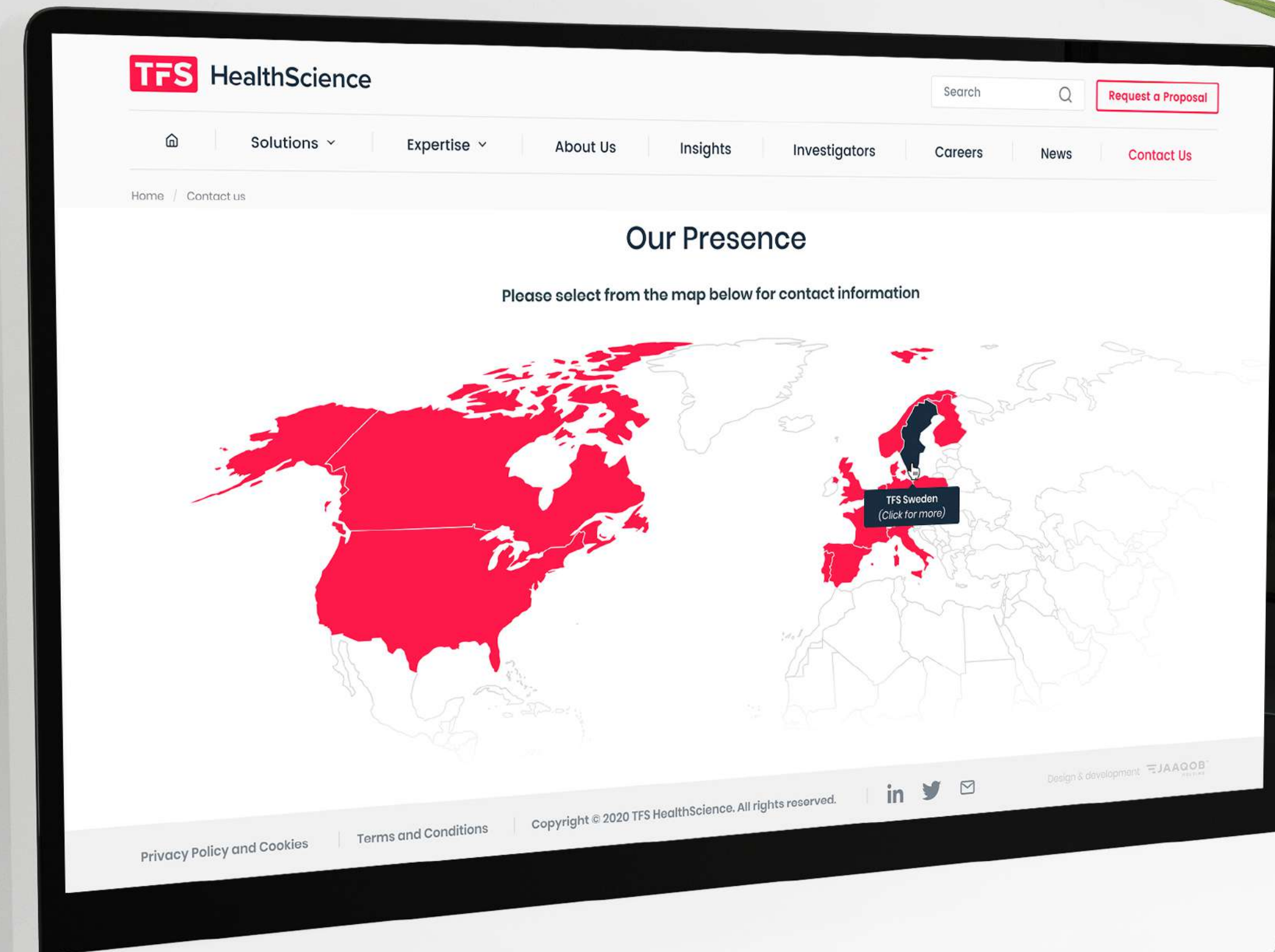
Please click on the map above or select from the list below for contact information:

Please select location

TFS Global HQ



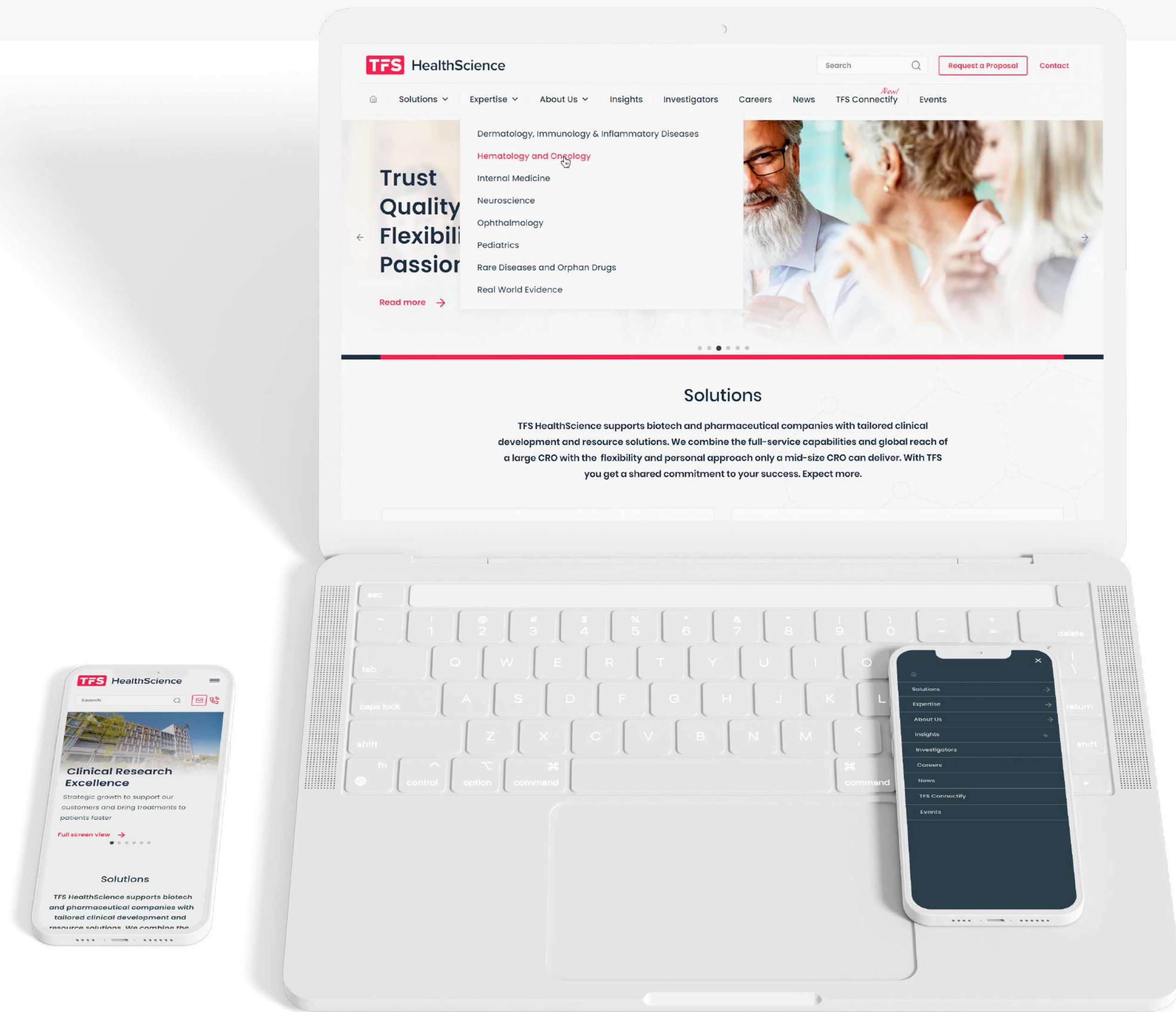
TFS International AB
PO Box 165



HIGH FIDELITY DESIGNS \ PERFEKCYJNA NAWIGACJA

Perfekcyjna nawigacja strony pozytywnie wpływa na doświadczenie użytkownika.

Nowa strona została przeprojektowana w taki sposób, aby przejścia pomiędzy poszczególnymi zakładkami były naturalne i intuicyjne. Obecnie dużo łatwiej można znaleźć wszelkie informacje, co bardzo poprawiło doświadczenie użytkownika. Lepsza nawigacja bezpośrednio wpływa na wydłużenie czasu pozostawania na stronie, co z kolei ma niebagatelny wpływ na pozycjonowanie witryny.



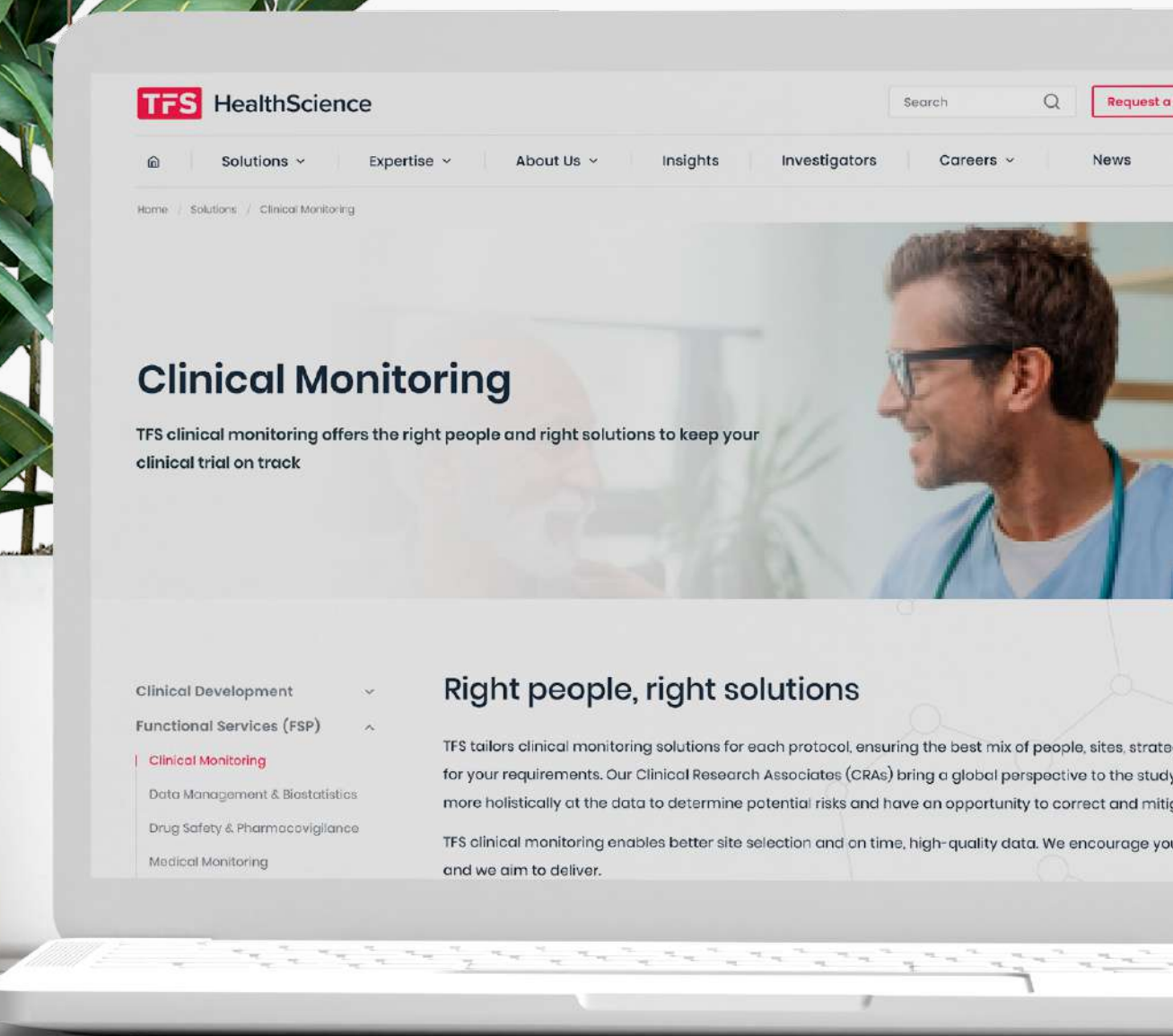
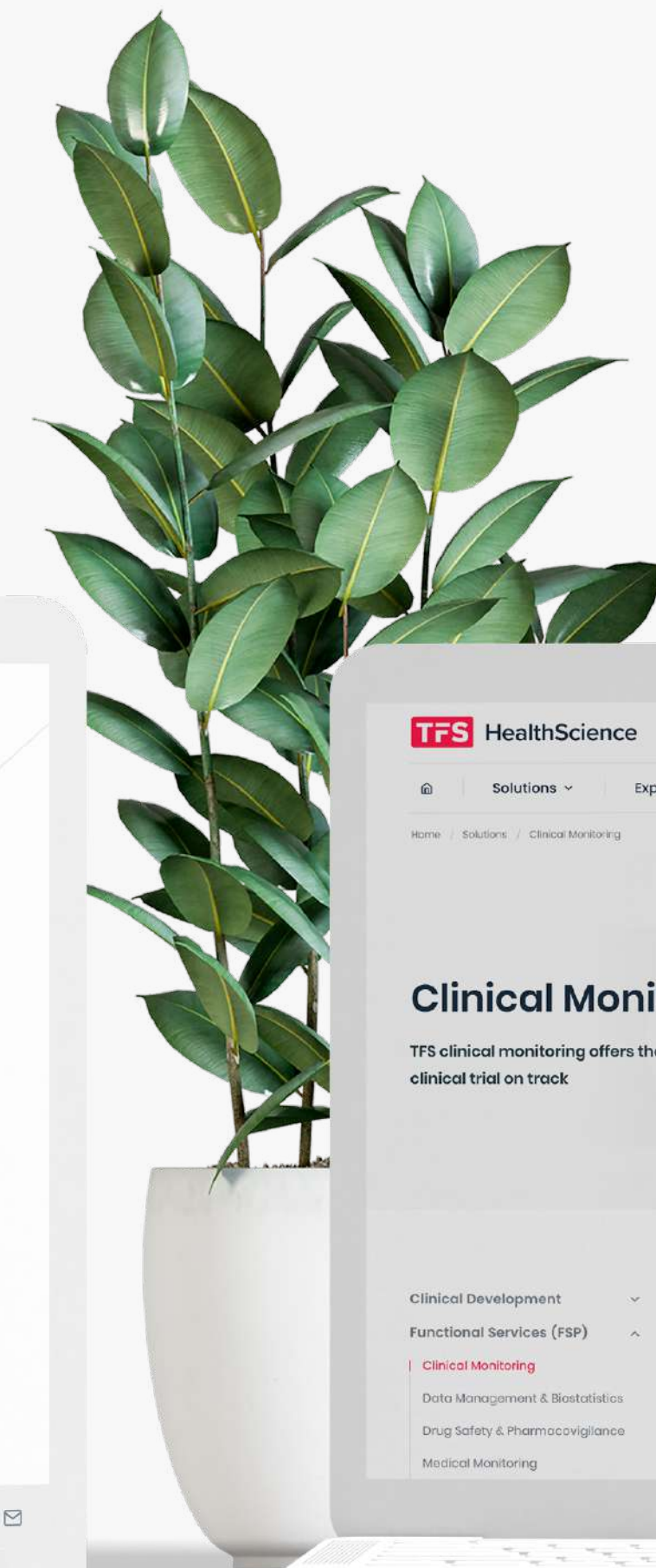
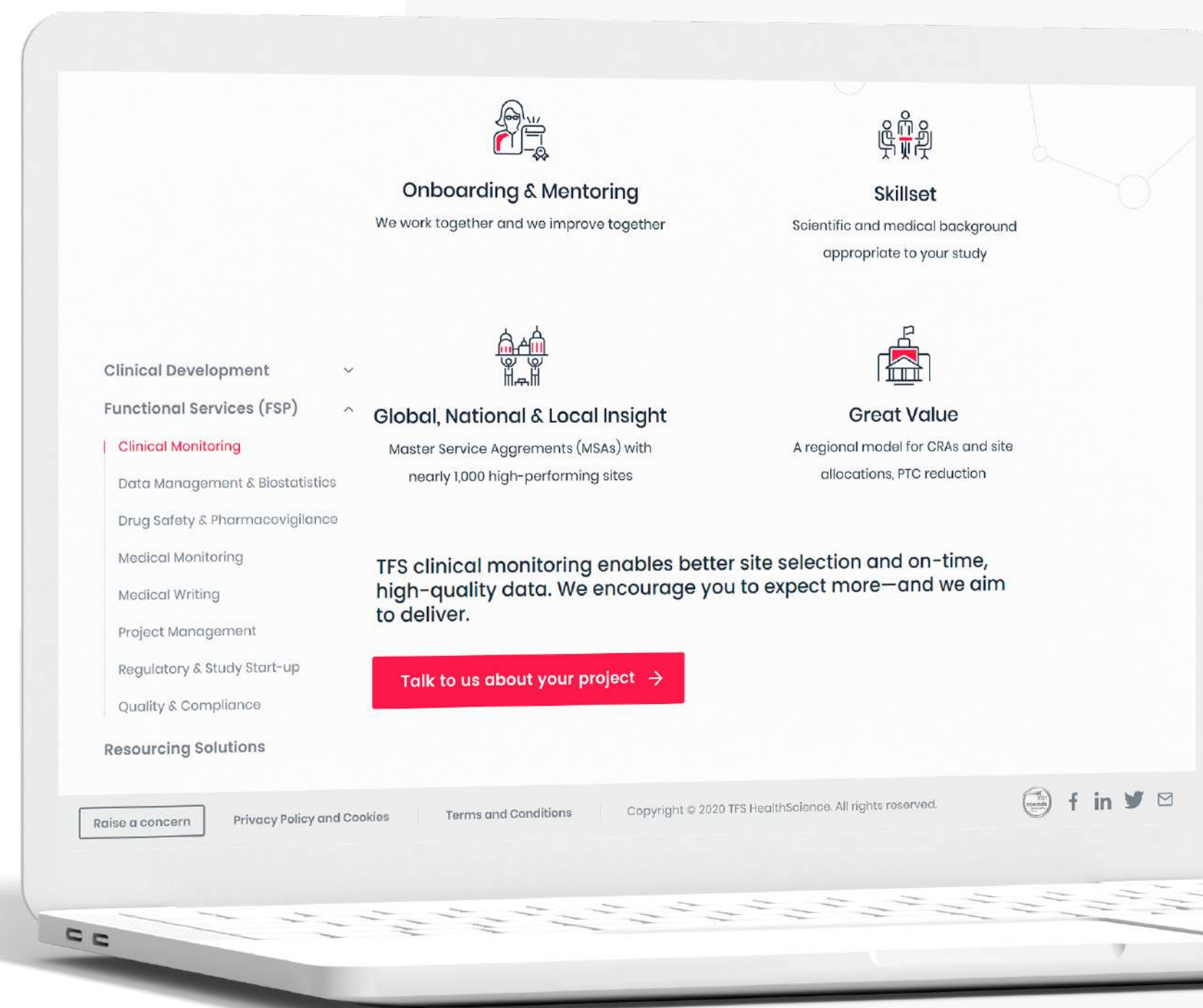
Wyraźna struktura strony ułatwia skuteczną komunikację.

Strona główna została podzielona na dwie strefy: „**Solutions**” oraz „**Our Expertise**”, co bardzo wyraźnie określa tematykę poszczególnych części. Odmienny kolor tła i wyraźne nagłówki jednoznacznie wskazują na podział tematyczny. Jednocześnie ich spójna kolorystyka koreluje ze stylistyką całej strony. Uzyskana w ten sposób struktura ułatwia wyszukanie treści przez poszczególne grupy odbiorców, wpływając tym samym na realizację założonych celów.



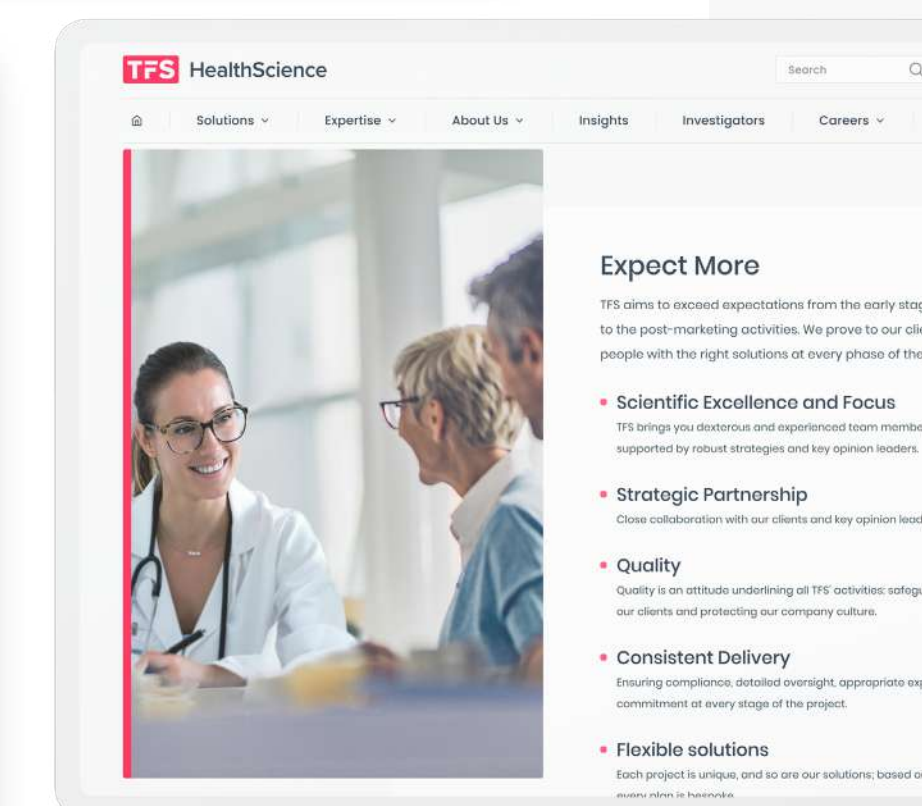
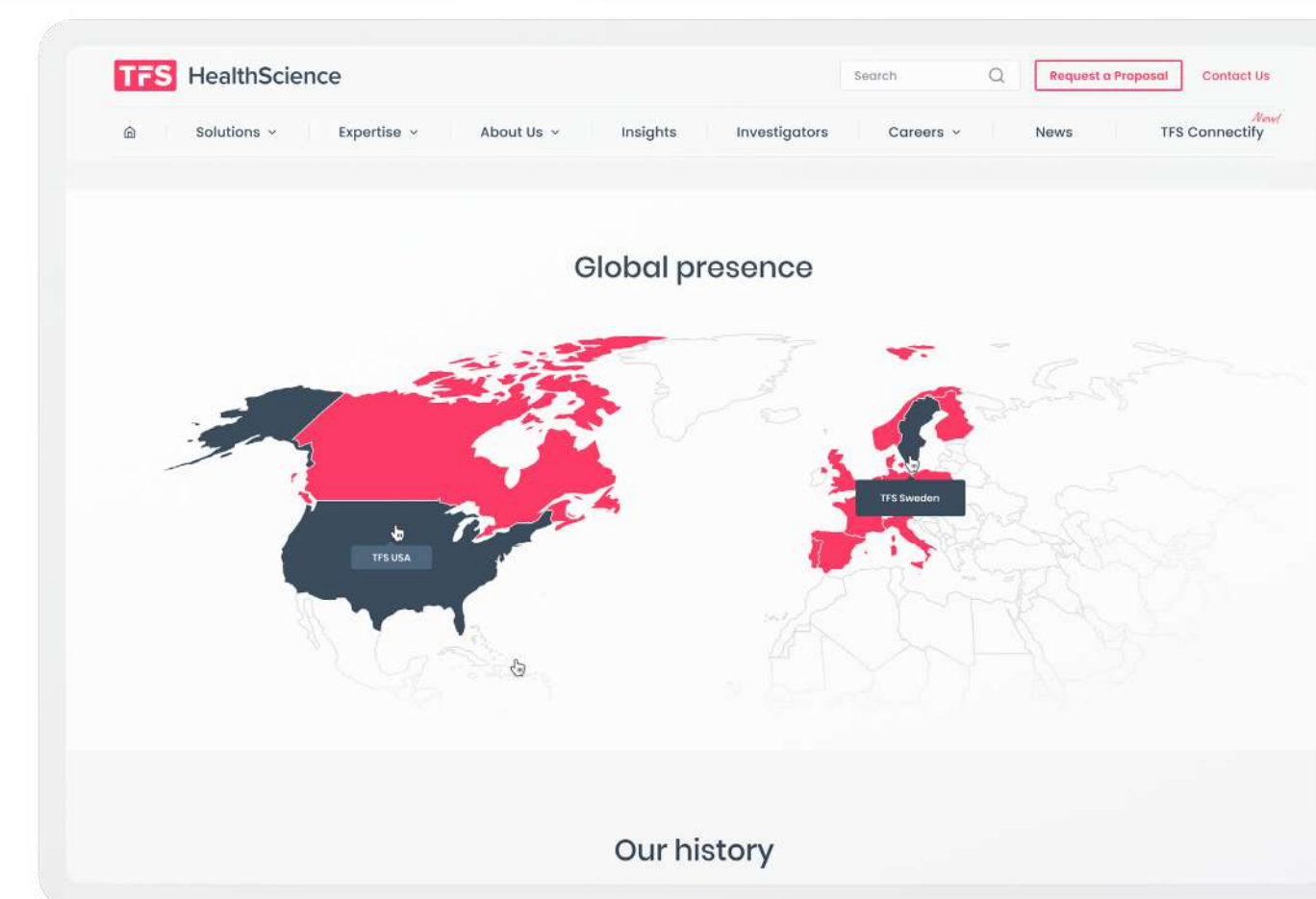
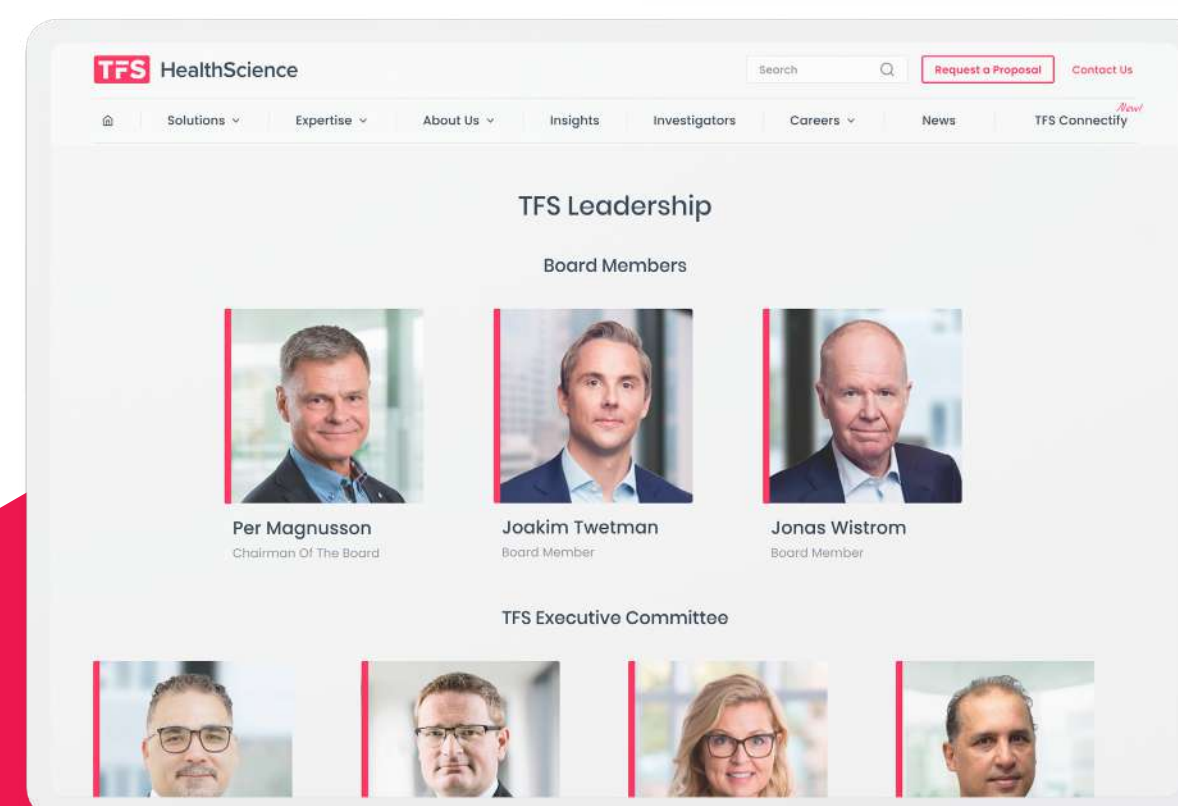
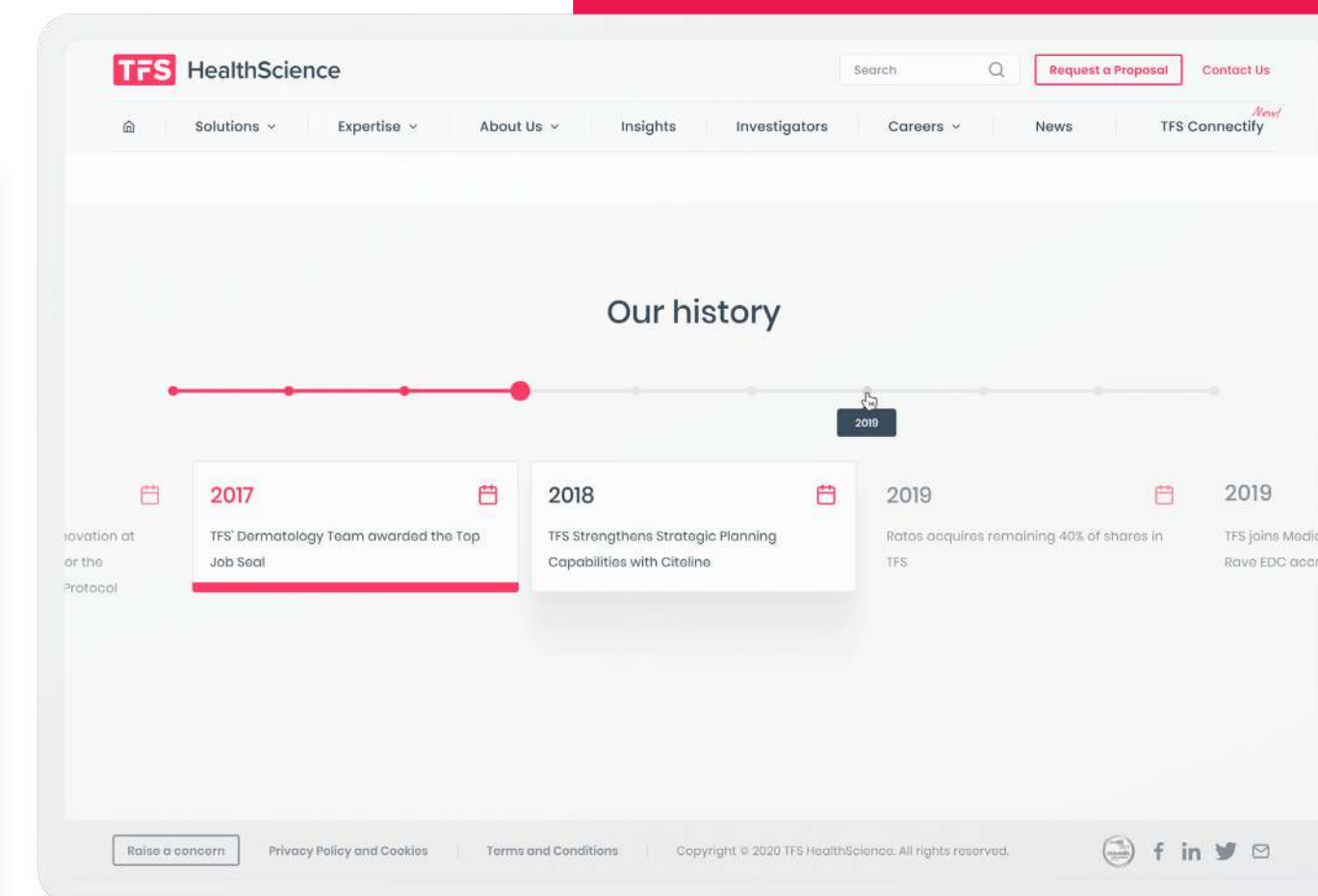
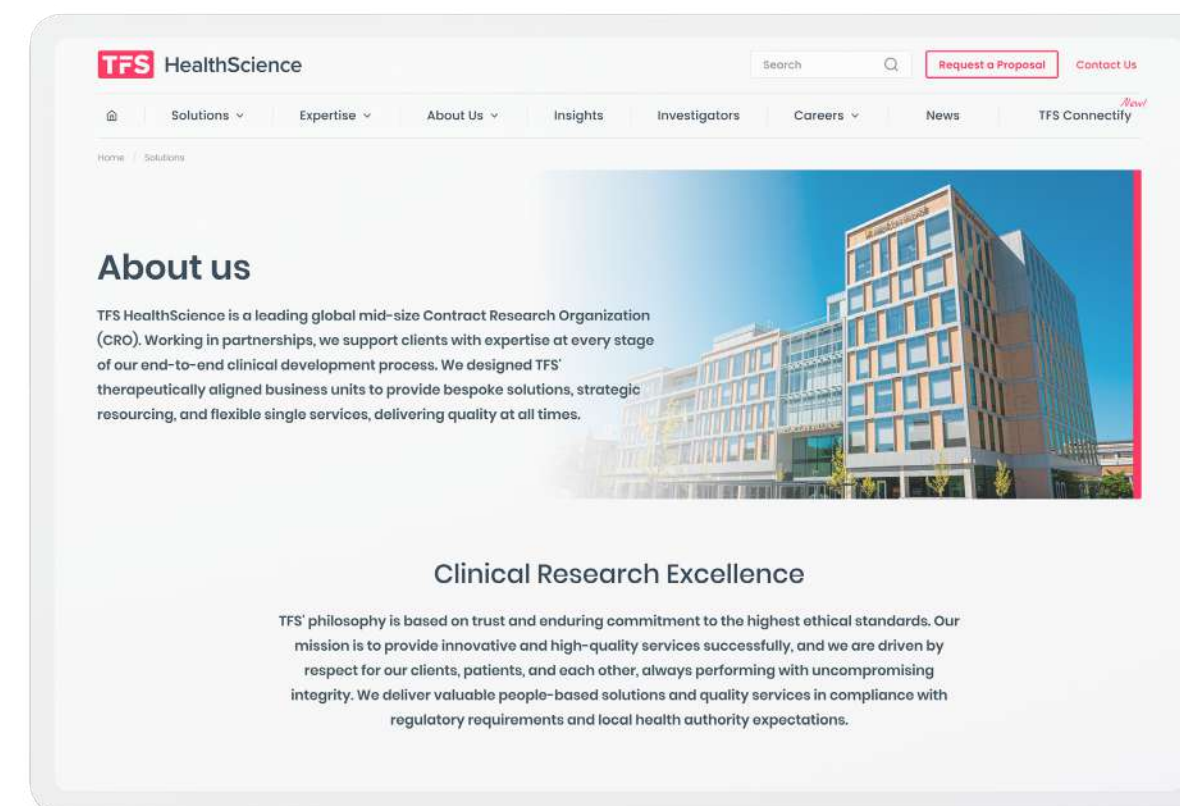
Prawidłowe Call To Action poprawia konwersję.

W witrynie TFS zadaliśmy o bardzo wyraźne CTA, stosując kontrast, odpowiedni format i właściwą lokalizację przycisków, co zachęca użytkownika do dalszej aktywności. W efekcie strona generuje większą liczbę zgłoszeń i zapytań, które klienci i potencjalni pracownicy kierują do TFS.



Czytelny przekaz na temat firmy buduje pozytywny wizerunek marki.

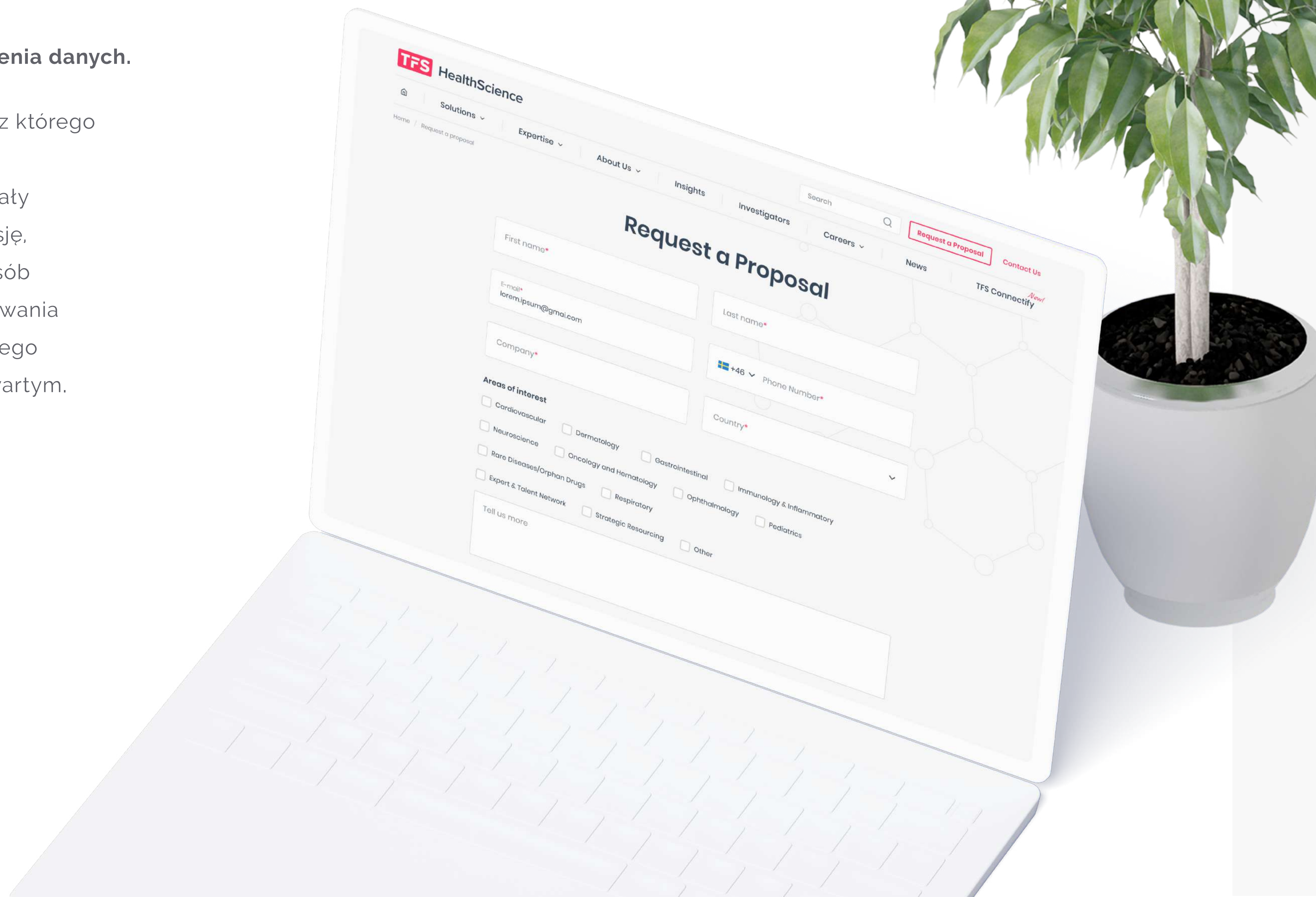
Informacje o TFS HealthScience zostały zebrane w jednym miejscu, co ułatwia wyszukanie wszystkich danych na temat firmy. Zarówno klienci, jak i potencjalni współpracownicy mogą szybko znaleźć interesujące ich zagadnienia, takie jak: profil firmy, cele, wartości, kadra zarządzająca, zasięg działalności, dane na temat CSR czy historię przedsiębiorstwa.



HIGH FIDELITY DESIGNS \ PROSTE FORMULARZE

Uprozczone formularze zachęcają do pozostawienia danych.

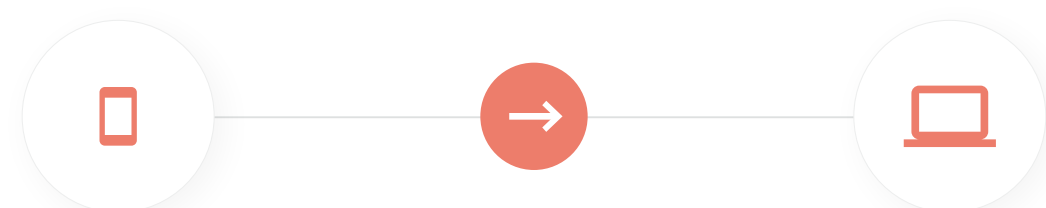
Dzięki wykonanym analizom zyskaliśmy feedback, z którego wynikało, że dotychczasowe formularze na stronie klienta były zbyt długie, skomplikowane i zniechęcały do wypełniania. Dlatego opracowaliśmy nową wersję, która z jednej strony pozwala w bardzo szybki sposób wprowadzić najważniejsze dane i zakres zainteresowania ofertą, a z drugiej pozostawia przestrzeń do dłuższego opisanie swoich potrzeb w dedykowanym polu otwartym.



HIGH FIDELITY DESIGNS \ MOBILE FIRST

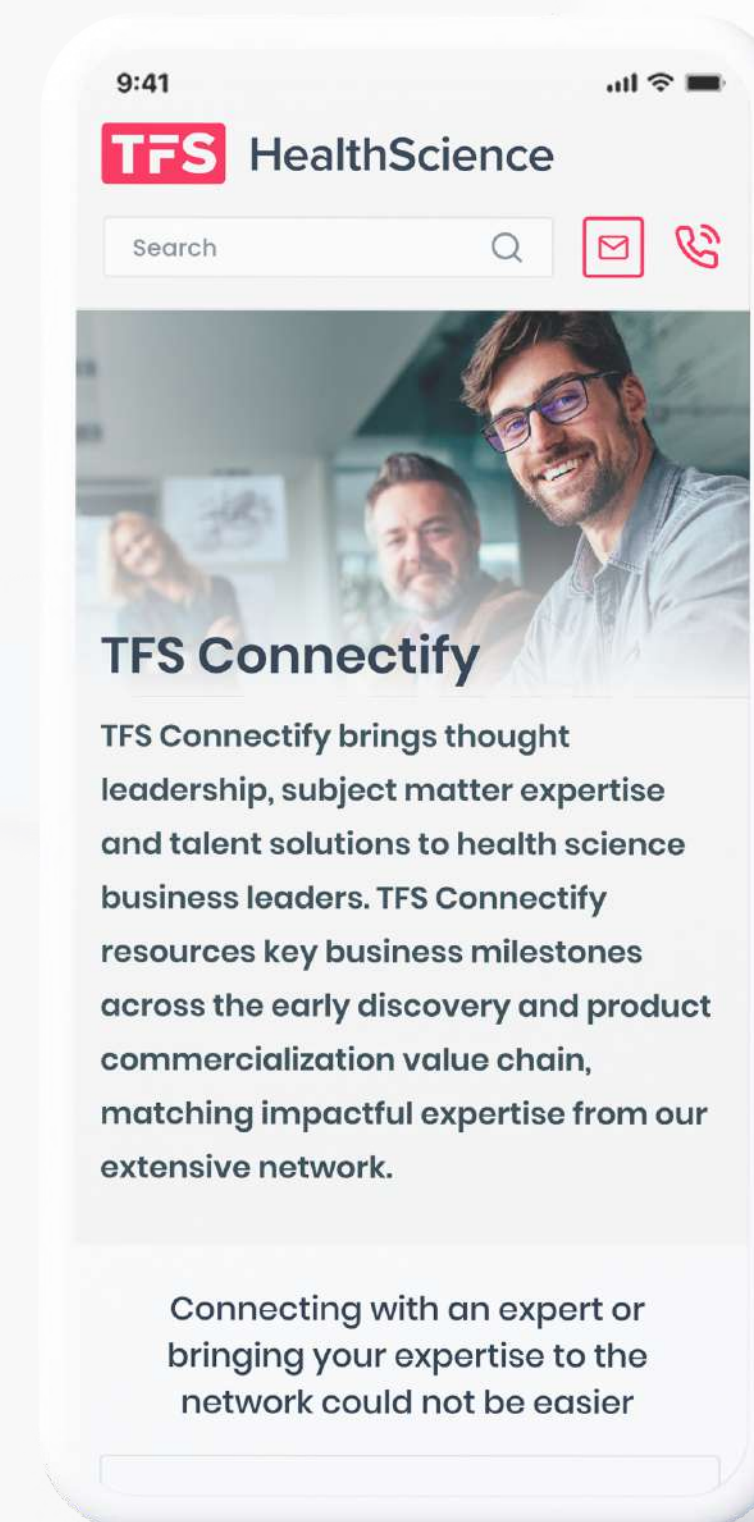
Mobile First, czyli dostosowanie strony do obecnych zachowań użytkowników.

Dotychczasowa niska responsywność strony wymagała gruntownej poprawy. Stale rosnąca liczba użytkowników korzystających z przenośnych urządzeń w celach służbowych sprawia, że czytelna wersja mobilna jest równie istotna, jak wszystkie inne aspekty, które modyfikowaliśmy. Dzięki nowej wersji, TFS HealthScience obecnie dociera ze swoim komunikatem do wszystkich potencjalnych odbiorców, niezależnie od stosowanych przez nich urządzeń.



1. Mobile design

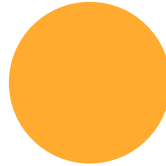

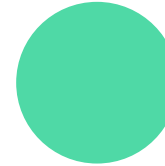
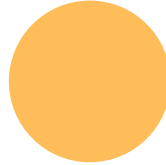

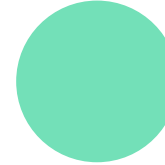
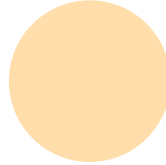

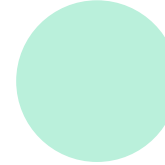
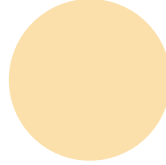
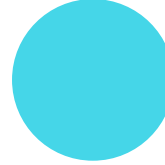
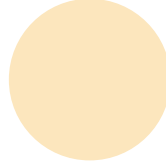
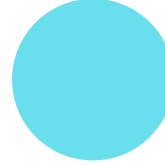


2. Desktop design

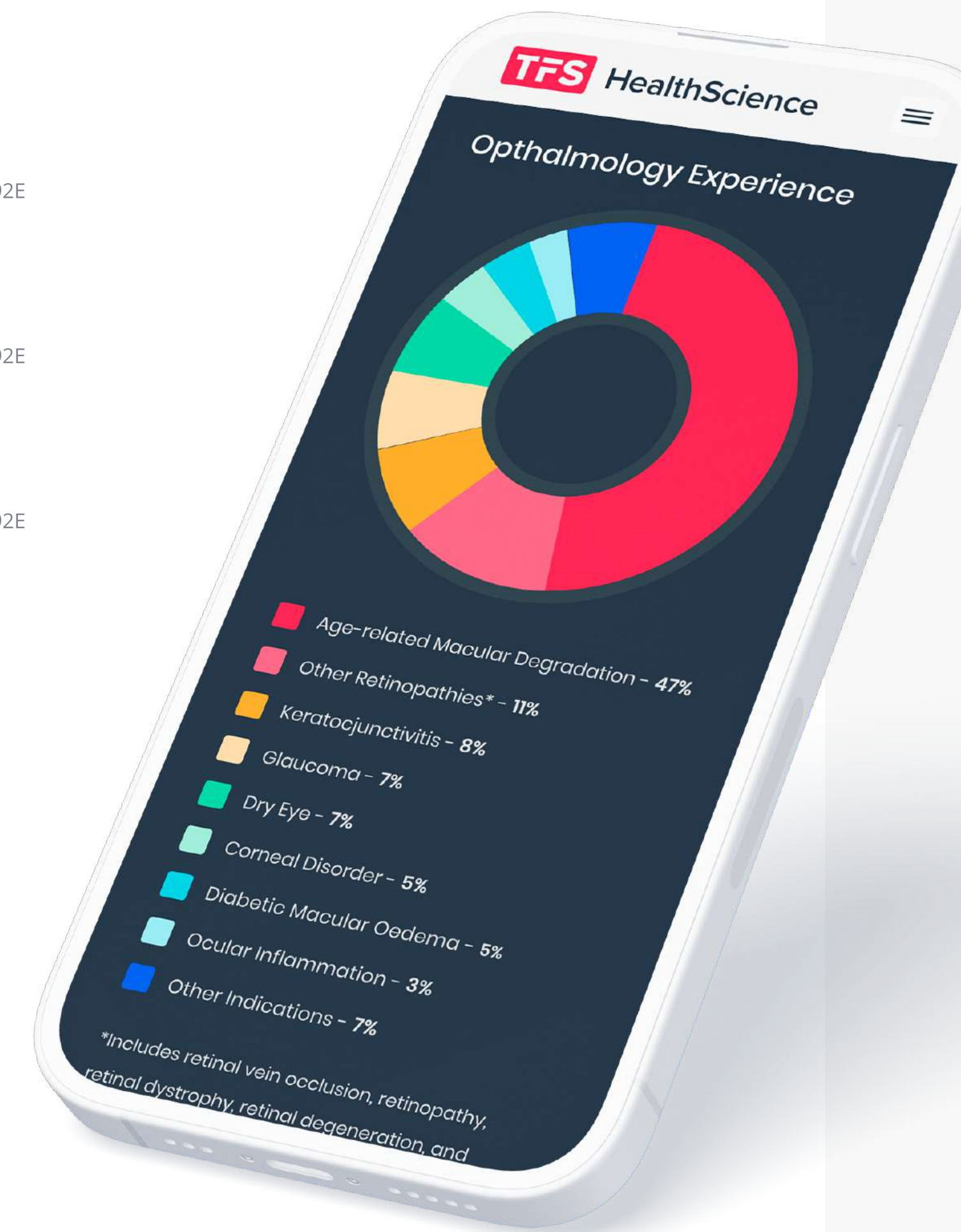


Kolorystyka podstawowa

 Primary / Red 1 HEX: #12192E	 Gray 1 HEX: #12192E
 Red 2 HEX: #12192E	 Gray 2 HEX: #12192E
 Red 3 HEX: #12192E	 Gray 3 HEX: #12192E
 Red 4 HEX: #12192E	 Gray 4 HEX: #12192E
 Red 5 HEX: #12192E	 Gray 5 HEX: #12192E
 Red 6 HEX: #12192E	 Gray 6 HEX: #12192E

Kolorystyka uzupełniająca

 Orange 1 HEX: #12192E	 Dark Blue 1 HEX: #12192E	 Green 1 HEX: #12192E
 Orange 2 HEX: #12192E	 Dark Blue 2 HEX: #12192E	 Green 2 HEX: #12192E
 Orange 3 HEX: #12192E	 Dark Blue 3 HEX: #12192E	 Green 3 HEX: #12192E
 Creamy 1 HEX: #12192E	 Blue 1 HEX: #12192E	
 Creamy 2 HEX: #12192E	 Blue 2 HEX: #12192E	
 Creamy 3 HEX: #12192E	 Blue 3 HEX: #12192E	



Poppins ExtraBold

Poppins Bold

Poppins SemiBold

Poppins Medium

Poppins Regular

Poppins Light

Poppins ExtraLight

Poppins Thin

Headline 1 - 42px
test line-height

Headline 2 - 32px
test line-height

Headline 3 - 26px
test line-height

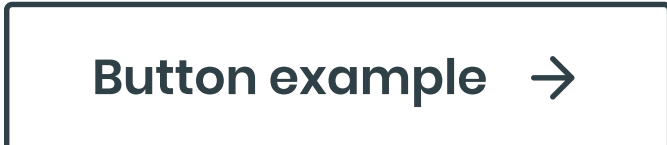
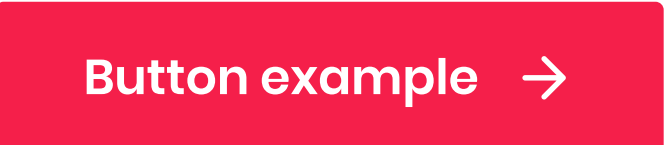
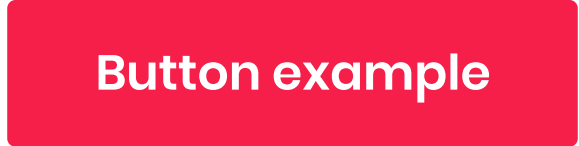
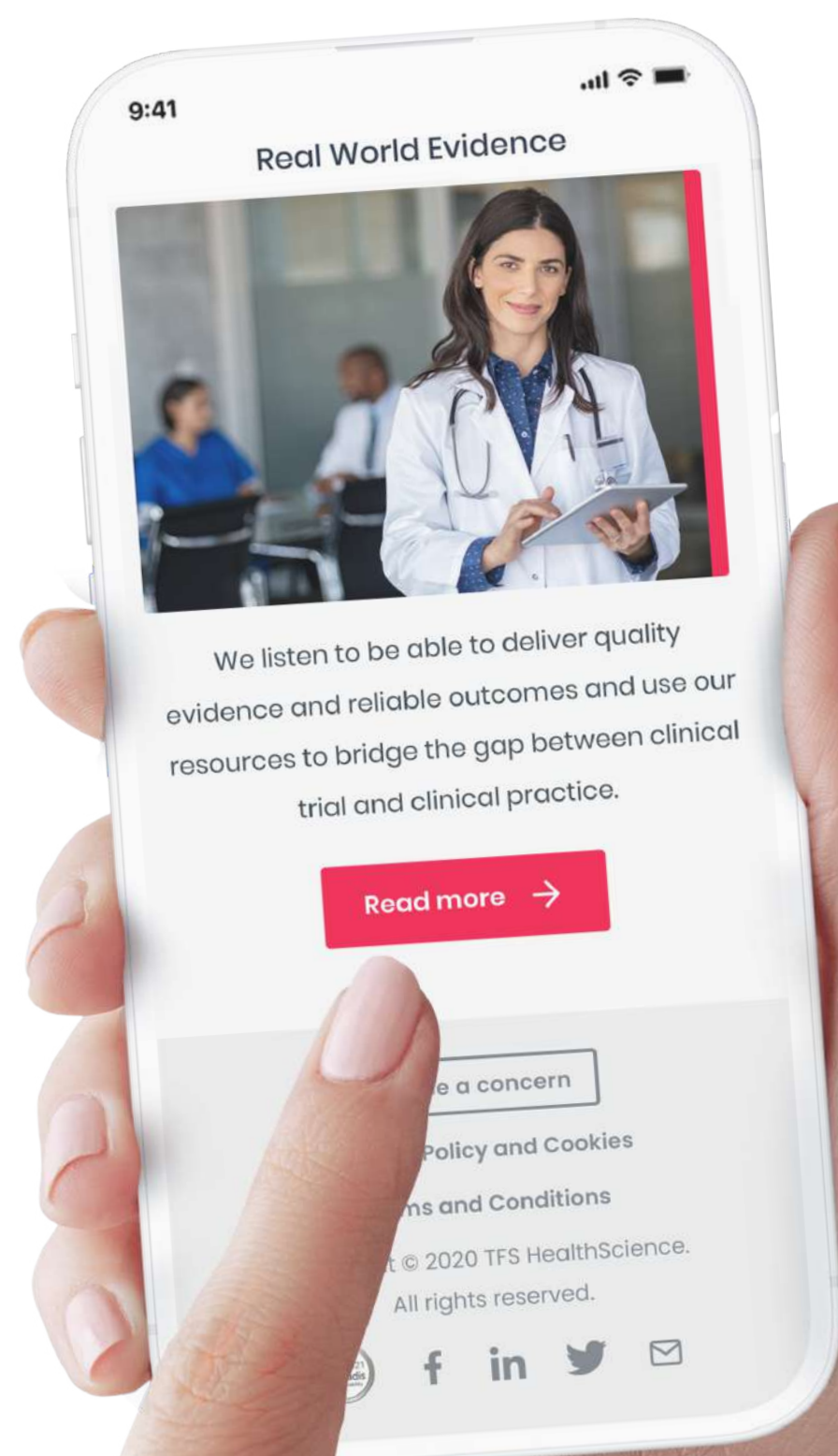
Headline 4 - 22px
test line-height

HEADLINE 5 (UPPERCASE) - 18PX
TEST LINE-HEIGHT

Paragraph Lead - 17px
Paragraph Lead Semibold - 17px

Paragraph (default) - 15px
Paragraph (default) Semibold - 15px

Paragraph small - 13px
Paragraph small semibold - 13px



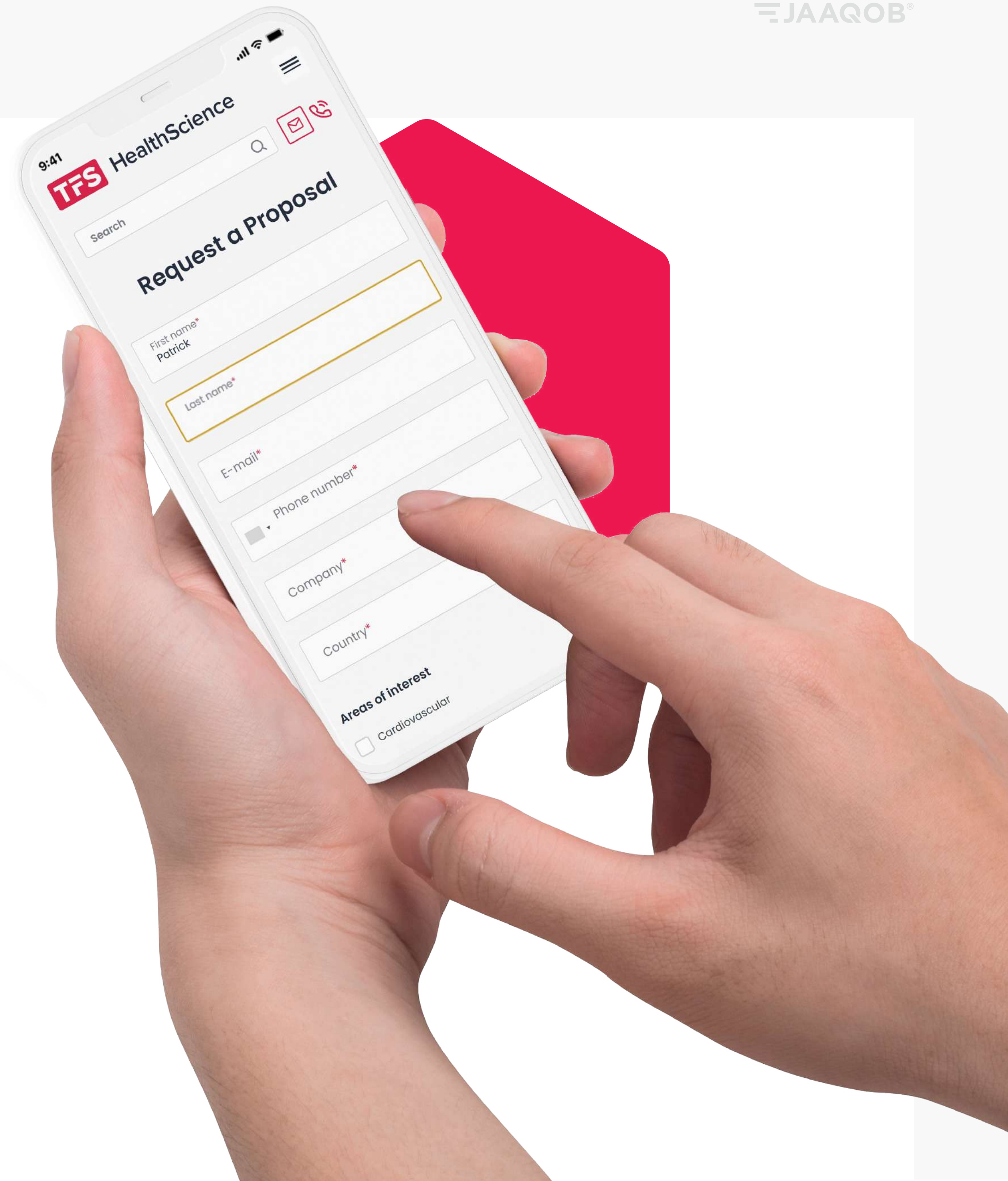
Helper text

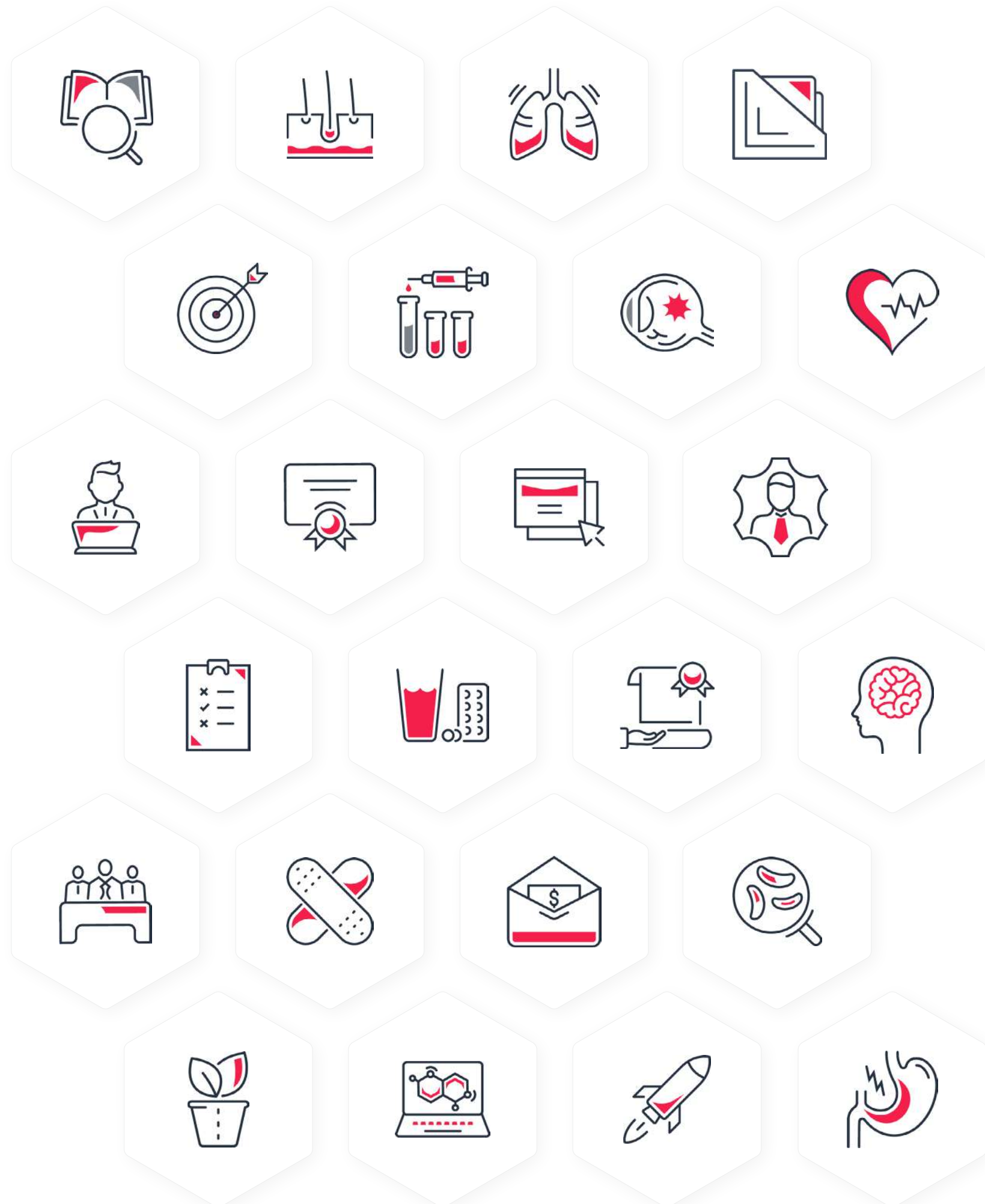
Helper error

Helper text

 Lorem ipsum Lorem ipsum Lorem ipsum Lorem ipsum

Maximum file size 12Mb - acceptable file types: jpg, jpeg, gif, png





+38%

wzrost liczby unikalnych
wyświetleń strony

+41%

średni czas spędzony
na stronie

51 800

obserwujących na
LinkedIn — wzrost o 14
000 (organiczny wzrost)

ponad **260**

postów firmy na LinkedIn
w 2021 roku, z rosnącym
zaangażowaniem i wskaźnikami CTR

1 500

wizyt z wyszukiwarką
— wprowadzono
wyszukiwanie na stronie

ponad **11 000**

wizyt na nowej stronie
kontaktowej

do września 2021 TFS HealthScience był

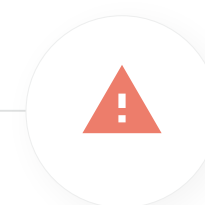
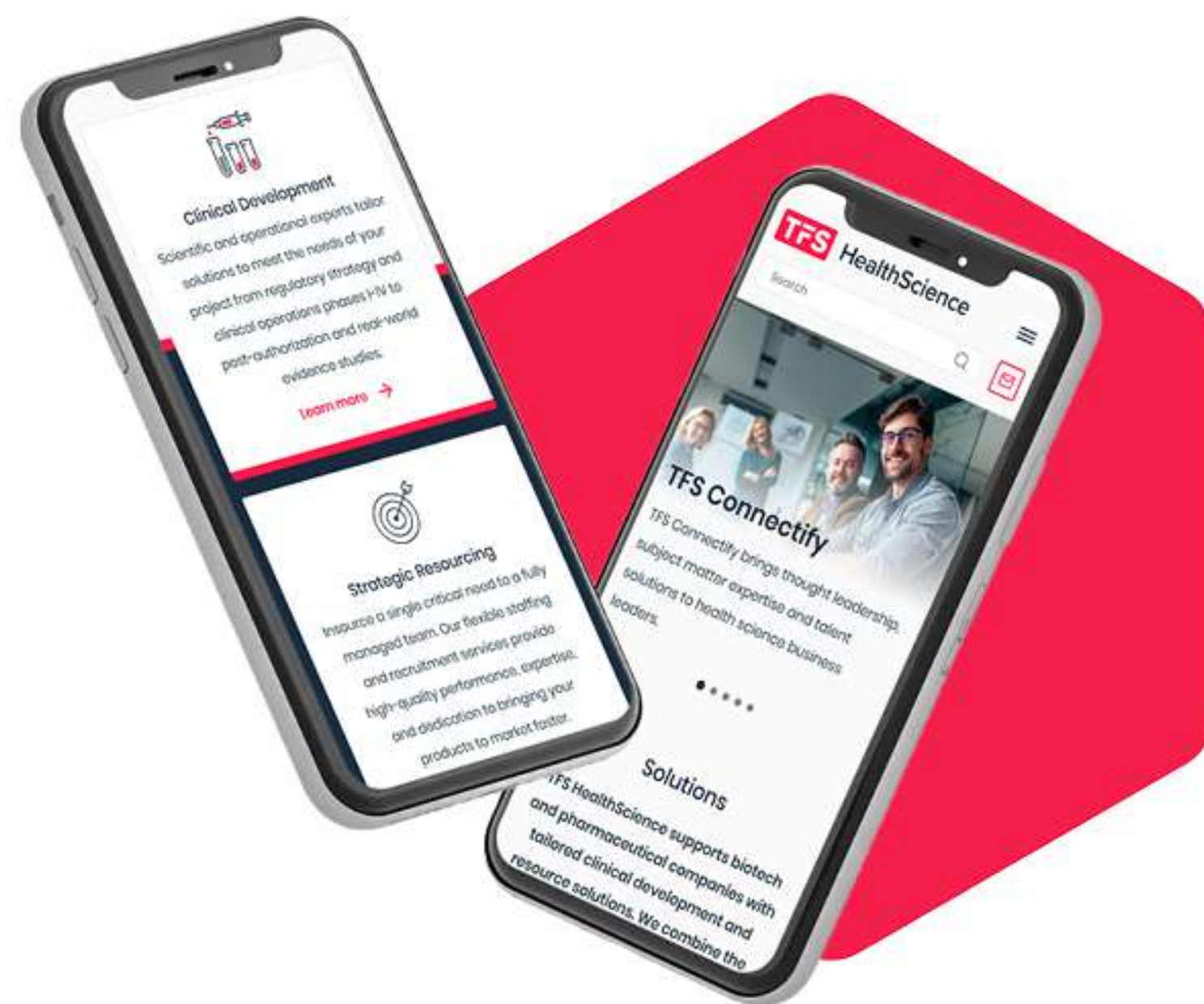
18-tą

najbardziej aktywną firmą farmaceutyczną
na LinkedIn w Europie



Założenia

Celem projektu była modernizacja strony TFS HealthScience, a w szczególności uzyskanie wyższej efektywności i poziomu zaspokojenia potrzeb użytkowników.



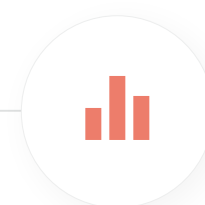
Identyfikacja problemu

Punktem wyjścia było **przeprowadzenie analizy** – kluczowej dla wyznaczenia kierunku realizacji projektu. Wyniki wskazały na problemy z nawigacją, czy zbyt długie formularze, które zniechęcały potencjalnych klientów do ich wypełniania, przez co całkowicie rezygnowali oni z kontaktu z firmą. Ponadto strona była nieresponsywna, a treści trudne do odnalezienia, co również miało negatywny wpływ na user-experience.



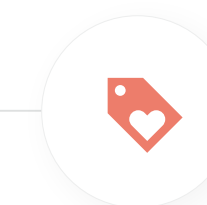
Działania i efekty

Przeprojektowaliśmy stronę, tak aby była bardziej przyjazna dla użytkownika. W tym celu **poprawiliśmy nawigację i strukturę** strony. Zbyt długie formularze zostały skrócone i uproszczone. Obecnie **CTA są bardziej widoczne, a treści na temat firmy zgromadzone w jednym miejscu**, dzięki czemu użytkownicy dużo łatwiej znajdują wszystkie kluczowe informacje na jej temat. Ponadto strona jest czytelna zarówno **w wersji desktopowej, jak i mobilnej**, dlatego firma nie traci już części swoich potencjalnych odbiorców. Wprowadziliśmy **wyszukiwarkę** i nową **stronę kontaktową**. Wszystkie zmiany pozytywnie wpłynęły na doświadczenie użytkownika.



Poprawa statystyk

Statystyki pokazują **wzrost o 13% unikalnych odston** strony, **1500 odwiedzin** przy użyciu wyszukiwarki, **wzrost o 12% średniego czasu** spędzonego na stronie oraz **ponad 11 000 odwiedzin na nowej stronie kontaktowej**.



Korzyści dla klienta

Przebudowa strony TFS HealthScience przyniosła oczekiwane rezultaty i pomogła firmie osiągnąć założone cele. O skuteczności projektu świadczy między innymi wzrost unikalnych odston i czasu spędzonego na stronie. Klient notuje lepszą **konwersję**. Cały projekt przeprowadzony przez zespół JAAQOB HOLDING® przyczynił się do **wzmocnienia wizerunku marki** TFS HealthScience i zapewnił **wzrost jej pozycji rynkowej**.

DZIĘKUJEMY ZA ZAINTERESOWANIE NASZYM PROJEKTEM!

Serdecznie zapraszamy do kontaktu
w celu omówienia projektu dla Twojej firmy.

Umów się na bezpłatną konsultację ekspercką

Zadzwoń: +48 (22) 101 44 94

Napisz: office@jaaqob.com

