

Państwowe usługi w cyfrowym świecie

Audyt porównawczy użyteczności serwisów
internetowych instytucji publicznych i prywatnych

Czerwiec 2019



Słowo wstępu

Państwo musi znać Internet

Funkcjonalne, przyjazne dla użytkowników, intuicyjne, dostępne, dostosowane do potrzeb, wywołujące pozytywne doświadczenia, łatwe w obsłudze, skuteczne... Tak opisujemy dobrze zaprojektowane strony internetowe. Wspólnym mianownikiem wszystkich tych cech jest klient. To on chce w łatwy sposób zrealizować swoje cele – zdobyć informacje, dokonać zakupu, zarejestrować się na wizytę czy skontaktować z obsługą. Wraz ze wzrostem świadomości cyfrowej użytkowników, rosną ich oczekiwania względem oferowanych rozwiązań. Czy instytucje państwowe są gotowe, aby im sprostać? Jak wypadają na tle prywatnych firm realizujących podobne usługi?

Zapraszam do lektury raportu.



Maciej Płonka

UX Team Lead

EDISONDA

Grupa Grant Thornton

Kluczowe wnioski



W 2 z 5 zbadanych obszarów to państwowe instytucje były górną nad prywatnymi usługodawcami – są to **OŚWIATA i KULTURA**



Największą różnicę między sektorem publicznym a prywatnym widać w **OCHRONIE ZDROWIA** – publiczni usługodawcy zdobyli tu tylko **353 pkt**, wobec **418 pkt** w sektorze prywatnym



We wszystkich kategoriach najczęściej pojawiały się błędy związane z **responsywnością**, co może dziwić przy powszechnym wzroście korzystania z urzędzeń mobilnych



○ badaniu



Idea badania

Internet zmienił sposób świadczenia usług. Dotyczy to nie tylko prywatnych firm, ale też państwowych instytucji. Jak sobie z tym radzą?

Polska gospodarka, podobnie jak gospodarka całego świata, przechodzi obecnie transformację cyfrową i każda organizacja musi się z tym wyzwaniem zmierzyć. Kto dostosuje się do nowych trendów, tzn. odpowiednio szybko i skutecznie przeniesie swoje procesy biznesowe (sprzedaż, HR, obsługa klienta, księgowość itd.) do Internetu, ma szansę wygrać z konkurencją. Spóźnieni zostaną zepchnięci na margines.

Rewolucja cyfrowa dotyczy nie tylko firm prywatnych, ale też instytucji państwowych. Niezależnie od tego, czy właścicielem danego podmiotu jest skarb państwa, samorząd czy

prywatna firma, świadczone usługi powinny być jak najwyższej jakości, tzn. dostarczane w sposób najbardziej dogodny i wartościowy dla klienta. Nowe technologie dają tu niemal nieograniczone możliwości – pozwalają skokowo poprawić efektywność i jakość świadczonych usług. Dlatego ważne jest, aby państwowi usługodawcy również chcieli i potrafili z nich korzystać. W przeciwnym razie będą tracili użytkowników na rzecz strefy prywatnej.

Dotyczy to nie tylko sektorów, w których państwo bezpośrednio konkuruje z prywatnymi firmami (np. transport czy edukacja), ale też w obszarach, w których teoretycznie takiej konkurencji nie ma, np. administracja państwowa czy ubezpieczenia społeczne. Doświadczenia wielu krajów, w tym w pewnym stopniu również Polski, pokazują, że nawet takie usługi – jeśli są świadczone przez państwo w sposób nieefektywny – mogą być prywatyzowane. Właśnie dlatego w Polsce od pewnego czasu ogromną popularnością cieszą się prywatne

abonamenty medyczne, czy trzecie filary systemów emerytalnych (w Polsce OFE, a wkrótce też PPK).

Wielka Brytania kilka lat temu przeprowadziła potężną reformę „prywatyzacji” usług związanych z pośrednictwem pracy (rozpoczęto zlecanie zadań aktywizację bezrobotnych prywatnym agencjom), której pilotażowe próby odbyły się też w Polsce. Nawet administracja państwowa może być stopniowo „prywatyzowana”, czego przykładem jest np. możliwość składania wniosku o 500+ w prywatnych bankach, zazwyczaj w łatwiejszy i bardziej dogodny sposób dla użytkownika.

Postanowiliśmy sprawdzić, jak państwowe instytucje radzą sobie z cyfryzacją usług dla obywateli, tzn. jak pod kątem użyteczności dla użytkownika (user experience – UX) zaprojektowane są ich serwisy internetowe oraz jak wypadają na tle prywatnych firm oferujących podobne, bądź takie same usługi.

Jak badaliśmy?

Wybraliśmy pięć obszarów, w których państwo jest ważnym usługodawcą – administracja, kultura, ochrona zdrowia, oświata i transport. Dla każdej z nich wytypowaliśmy po pięć przykładowych instytucji publicznych, zestawionych z pokrewnymi przykładami z sektora prywatnego. W niektórych przypadkach nie udało się nam znaleźć prywatnego odpowiednika, dlatego staraliśmy się znaleźć serwisy oferujące podobne usługi, z których użytkownicy korzystają na co dzień. Wybrane strony poddane zostały audytowi.

Audyt jest narzędziem mającym za zadanie określenie, jak bardzo przyjazny dla użytkownika jest serwis. Badacz zapoznaje się ze stroną i ocenia, czy poszczególne elementy strony są zgodne z dobrymi praktykami w zakresie użyteczności. W tym badaniu nie ocenialiśmy wszystkiego, odnieśliśmy się do ogólnych zasad

projektowych, bazując na 10 wybranych kryteriach (tzw. heurystykach). Każdej z kategorii przyznawaliśmy punkty w skali 0-10, tak więc każda instytucja po zsumowaniu mogła dostać od 0 do 100 punktów. W ten sposób oceniliśmy 50 stron.

Jak konkretnie wyglądało przydzielanie punktów? Na przykładzie responsywności – gdy strona wyświetlała się poprawnie na urządzeniach mobilnych, serwis dostawał 10 pkt, jednak jeżeli jakieś elementy nie działały lub responsywna była np. część serwisu odejmowaliśmy odpowiednią liczbę punktów. Jeżeli strona nie była responsywna, dostawała 0 pkt.

Na potrzeby raportu pod uwagę braliśmy jedynie podstawowe elementy dostosowania dostępności dla różnych grup odbiorców, nie

oceniając np. kwestii związanych z zastosowaniem słownych opisów grafik i zdjęć, dodawania napisów do nagrań dźwiękowych, czy dostosowania do specyfikacji WCAG 2.0, gdzie zostały szczegółowo opisane wytyczne dotyczące dostępności.

Jednocześnie nie jest to analiza wykorzystania stron przez użytkownika. Nie ocenialiśmy, jak witryna ułatwia przejście najważniejszych ścieżek, np. zakupu biletu, czy znalezienia informacji na stronie. Aby ocena była pełna należałoby przeprowadzić znacznie bardziej rozwinięty audyt.

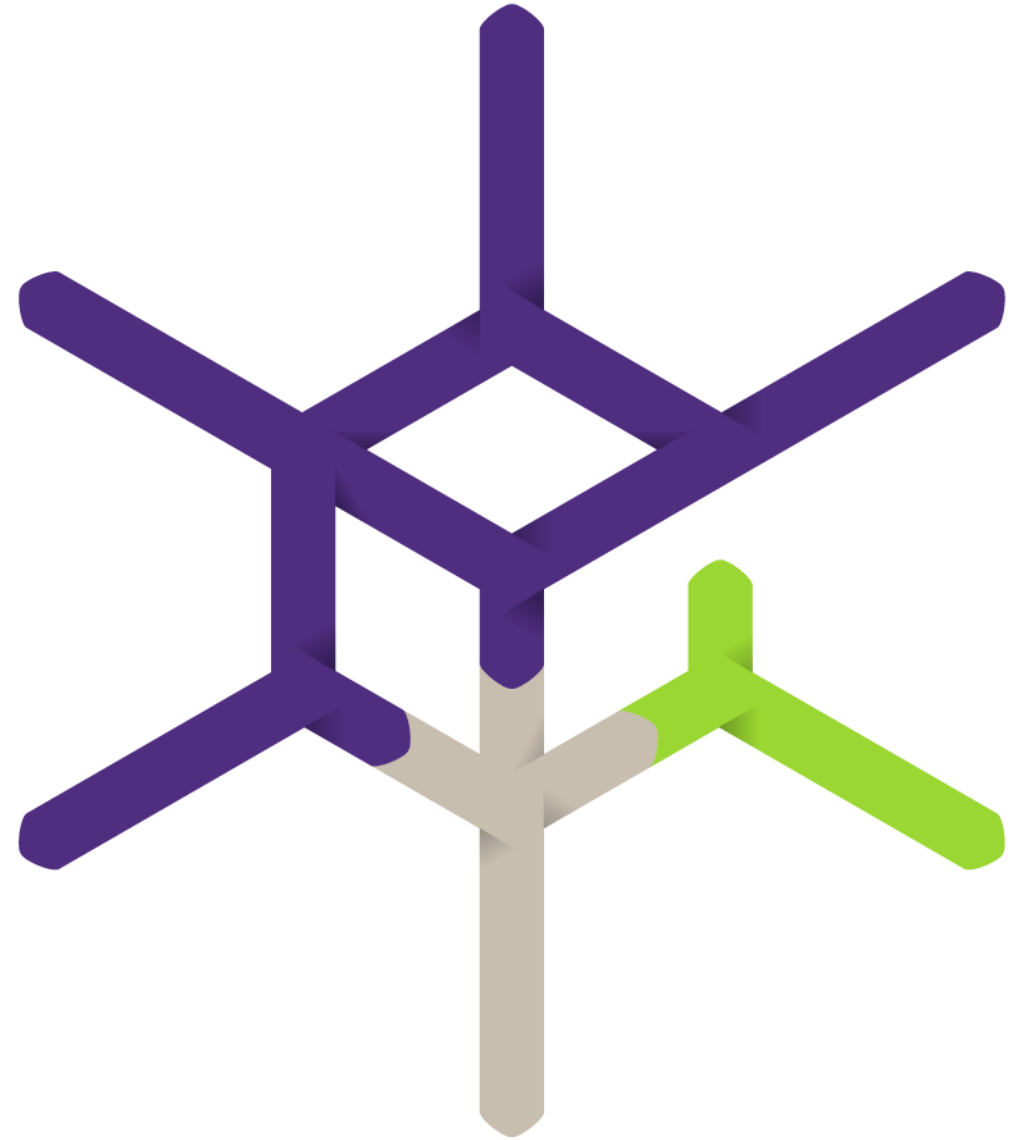
Na koniec warto podkreślić, że ze względu na naturę takiego audytu ocena jest subiektywna, ale może stanowić dobry punkt wyjścia dla bardziej pogłębionych badań.

Co badaliśmy?

10 kryteriów jakościowych

- 1. Strona główna pozwala na szybkie zorientowanie się, czego serwis dotyczy i co użytkownik może zrobić.** Można to osiągnąć poprzez wyeksponowane logo oraz odpowiedni opis. Istotna jest również czytelność informacji, umożliwiająca użytkownikowi na bezproblemowe przejście do kolejnych podstron.
- 2. Zastosowany język jest zrozumiały dla odbiorcy.** Użytkownik nie ma problemu ze zrozumieniem tekstu, którego jest odbiorcą. Struktura zdań nie jest zbyt długa, a pojęcia, które mogą być problematyczne są dobrze opisane.
- 3. Nazewnictwo podstron i sekcji w obrębie całego serwisu jest spójne i konsekwentnie stosowane.** Użytkownik nie musi się zastanawiać, czy różne słowa poprowadzą go do tego samego miejsca.
- 4. Formatowanie jest wykorzystywane konsekwentnie i w ograniczony sposób.** Charakterystyczne elementy, np. przyciski, formularze, nagłówki, itd., znajdują się w tych samych pozycjach, w tej samej kolorystyce, z wykorzystaniem tej samej czcionki. Ułatwia to poruszanie się po serwisie.
- 5. Serwis nie zawiera dużych, niesformatowanych bloków tekstu.** Istotne komunikaty mogą zginąć między dużymi blokami tekstu, użytkownikowi łatwiej jest przyswoić małe ilości tekstu. W przypadku dłuższych tekstów powinno zostać zastosowane odpowiednie formatowanie oraz paginacja (podział treści na podstrony).
- 6. Zdjęcia, grafiki i inne materiały są prezentowane w wysokiej jakości.** Jakość tych elementów może znacząco wpływać na postrzeganie strony przez odbiorcę i jej intuicyjność.
- 7. Dostosowanie dostępności serwisów dla różnych grup odbiorców** poprzez np. zastosowanie ułatwiającego czytanie koloru czcionek i tła tekstu, czy odpowiedniego kontrastu.
- 8. Elementy pomagają użytkownikowi odnaleźć się w serwisie.** Tzw. okruszki, wyróżnienie elementów informujących, gdzie znajduje się użytkownik, pomagają w poruszaniu się po stronie.
- 9. Serwis i jego elementy są zgodne z różnymi urządzeniami, jest responsywny.** Złe dostosowanie do wyświetlania na urządzeniach mobilnych może znacznie utrudnić odnalezienie potrzebnych informacji, lub zniechęcić użytkownika do korzystania z danej strony.
- 10. Kontakt jest łatwo dostępny, nie zawiera zbędnych elementów.** Jeżeli posiada formularz, jest on czytelny.

Wyniki badania



ADMINISTRACJA

Strony administracji publicznej mają bardzo zróżnicowany poziom. Serwisy banku PKO, czy NFZ są dobrze zaprojektowane i nie odbiegają pod względem UX prywatnym instytucjom. Wynik całej grypy wyraźnie zaniża strona urzędu skarbowego, z nieco chaotyczną stroną główną, i brakiem responsywności. Jako punkt odniesienia w sektorze prywatnym wybraliśmy dwa banki międzynarodowe, jeden bank Polski oraz dwie międzynarodowe firmy ubezpieczeniowe. Najwyższy wynik uzyskał ING Bank Śląski, najgorzej poradził sobie Allianz, który ma największe problemy z konsekwentnym formatowaniem kolejnych podstron. Bardzo dobrze we wszystkich badanych witrynach wypada użycie grafik i zdjęć wysokiej jakości, czy zastosowanie krótkich, przyjaznych tekstów.

	PAŃSTWOWI					PRYWATNI				
	PKO	ZUS	NFZ	PIP	US Warszawa-Wola	Allianz	Ergo Hestia	ING Bank Śląski	BGŻ BNP Paribas	Getin Bank
1. Strona główna informuje o jej przeznaczeniu	10	7	10	8	6	9	7	10	8	10
2. Język jest zrozumiały dla odbiorcy	7	7	9	7	9	8	8	10	9	8
3. Nazewnictwo podstron jest spójne	10	10	10	9	8	9	8	10	10	10
4. Konsekwentne formatowanie	10	10	8	9	10	6	8	10	10	10
5. Serwis nie zawiera dużych bloków tekstu	10	10	9	7	8	9	10	10	10	8
6. Zdjęcia, grafiki są wysokiej jakości	10	9	10	9	7	10	10	10	10	10
7. Dostosowanie serwisu pod kątem dostępności	8	9	10	8	7	9	9	8	9	9
8. Elementy pozwalają odnaleźć się w serwisie	8	9	9	9	8	7	8	10	8	10
9. Serwis jest responsywny	10	8	9	9	0	8	7	10	10	9
10. Kontakt jest łatwo dostępny	8	8	9	7	4	9	7	10	9	8
Suma:	91	87	93	82	67	84	82	98	93	92
RAZEM	418					442				



KULTURA

Witryny państwowych ośrodków kultury mają bardzo wysoki poziom pod względem UX w stosunku do stron teatrów prywatnych. Warszawski Teatr Narodowy oraz Opera Bałtycka za sprawą czytelności, opcji związanych z wyświetlaniem stron dla osób słabowidzących, uzyskały bardzo wysoki wynik w naszym badaniu. Gorzej poradziły sobie wszystkie teatry prywatne, które często wykorzystują tło, utrudniające czytelność, nie umieszczają elementów, które pozwalałyby na szybkie odnalezienie się na stronie, czy prezentują zbyt wiele elementów na stronie głównej.

	PAŃSTWOWI					PRYWATNI				
	Teatr Narodowy W-wa	Teatr Współczesny W-wa	Teatr Szekspirowski	Teatr Śląski	Opera Bałtycka w Gdańsku	Teatr 6.piętro	Teatr Polonia	Teatr Kamienica	Teatr Studio Buffo	Teatr Komedia
1. Strona główna informuje o jej przeznaczeniu	10	9	10	10	10	8	8	8	8	7
2. Język jest zrozumiały dla odbiorcy	9	8	9	8	9	9	9	8	8	7
3. Nazewnictwo podstron jest spójne	10	10	10	9	10	10	8	10	10	6
4. Konsekwentne formatowanie	8	5	8	7	10	10	8	6	7	5
5. Serwis nie zawiera dużych bloków tekstu	9	9	6	10	10	10	10	10	7	6
6. Zdjęcia, grafiki są wysokiej jakości	10	9	9	10	10	10	7	6	6	8
7. Dostosowanie serwisu pod kątem dostępności	9	8	6	8	10	6	8	6	4	4
8. Elementy pozwalają odnaleźć się w serwisie	9	5	8	7	10	5	6	7	6	6
9. Serwis jest responsywny	10	10	7	8	9	7	0	9	10	8
10. Kontakt jest łatwo dostępny	10	7	9	7	10	8	8	7	6	7
Suma:	94	80	82	84	98	83	72	77	72	64
RAZEM	438					368				



OŚWIATA

Serwisy państwowych szkół wypadły lepiej pod kątem użyteczności dla odbiorcy niż strony internetowe prywatnych placówek edukacyjnych. Wyjątkiem jest tutaj publiczne przedszkole, którego strona jest dosyć uboga w elementy ułatwiające korzystanie z niej. Najwyższy wynik zdobył Uniwersytet Warszawski, zaś UJ, Politechnika Warszawska, czy SWPS mają znacznie wyższy wynik niż prestiżowa uczelnia Akademia Leona Koźmińskiego w Warszawie. Wszystkie witryny nie najlepiej radziły sobie z formatowaniem dużej ilości tekstu, w większości zbijając je w duże bloki, których czytanie jest znacząco utrudnione.

	PAŃSTWOWI					PRYWATNI				
	Przedszkole Krecik	LO im. Staszica	Uniwersytet Warszawski	Uniwersytet Jagielloński	Politechnika Warszawska	Przedszkole Szkrabki	III Prywatne LO	Akademia Koźmińskiego	Uczelnia Łazarskiego	SWPS
1. Strona główna informuje o jej przeznaczeniu	7	10	10	8	7	7	6	5	9	9
2. Język jest zrozumiały dla odbiorcy	8	9	9	8	8	8	7	10	9	8
3. Nazewnictwo podstron jest spójne	10	6	10	10	10	10	10	7	10	9
4. Konsekwentne formatowanie	5	9	9	7	9	8	4	5	7	10
5. Serwis nie zawiera dużych bloków tekstu	5	7	9	8	8	7	3	7	8	9
6. Zdjęcia, grafiki są wysokiej jakości	7	8	10	9	10	9	6	7	9	10
7. Dostosowanie serwisu pod kątem dostępności	8	5	9	8	6	7	6	2	7	6
8. Elementy pozwalają odnaleźć się w serwisie	3	3	8	9	8	8	7	5	8	6
9. Serwis jest responsywny	0	8	8	8	9	7	0	4	9	9
10. Kontakt jest łatwo dostępny	10	10	8	8	8	10	10	7	7	6
Suma:	63	75	90	83	82	81	59	59	83	83
RAZEM	393					365				



TRANSPORT

Struktura stron internetowych zarówno transportu publicznego jak i niepublicznego jest na dosyć wysokim poziomie pod kątem UX. Według naszego badania witryny prywatnego transportu mają nieznacznie lepszą funkcjonalność i czytelność, chlubnym wyjątkiem jest Polonus, którego strona spełnia najwięcej założeń poprawnych zasad projektowych. Witryna PKP, LOT, czy poznańskiego ZTM uzyskały porównywalną ilość punktów, zostawiając w tyle stronę warszawskiego ZTM, która ze względu na słabą nawigację, formatowanie i brak responsywności została nisko oceniona. Z kolei strony prywatnych przewoźników i linii lotniczych nie zawsze mają wysokiej jakości zdjęcia, czy możliwość szybkiego kontaktu. Pod tym względem strony państwowych środków transportu wypadają dużo lepiej.

	PAŃSTWOWI					PRYWATNI				
	PKP	ZTM Warszawa	LOT	Polonus	ZTM Poznań	Wizzair	Globaltaxi	FlixBus	Ryanair	Neobus
1. Strona główna informuje o jej przeznaczeniu	10	6	10	10	9	10	10	10	8	9
2. Język jest zrozumiały dla odbiorcy	8	8	9	9	8	8	9	9	10	10
3. Nazewnictwo podstron jest spójne	10	8	10	10	9	10	10	10	8	9
4. Konsekwentne formatowanie	9	6	6	10	7	8	8	8	8	9
5. Serwis nie zawiera dużych bloków tekstu	8	7	8	10	9	10	9	9	9	10
6. Zdjęcia, grafiki są wysokiej jakości	9	8	9	9	7	5	8	7	9	10
7. Dostosowanie serwisu pod kątem dostępności	10	7	8	8	9	5	6	8	5	7
8. Elementy pozwalają odnaleźć się w serwisie	8	5	7	9	8	7	8	8	7	8
9. Serwis jest responsywny	10	0	8	9	10	10	8	10	10	6
10. Kontakt jest łatwo dostępny	7	5	8	10	9	7	9	7	5	9
Suma:	89	60	83	94	85	80	85	86	79	87
RAZEM	411					417				



OCHRONA ZDROWIA

Serwisy państwowych ośrodków zdrowia są dosyć zróżnicowane – potrafią nie odbiegać od wysokiego poziomu prezentowanego przez prywatne ośrodki, takie jak Mecicover, czy Ars Medica lub zdecydowanie zaniżają poziom, jak szpital na Szaserów, którego strona główna może wprowadzić użytkownika w zagubienie. Najczęściej powtarzającym się problemem wśród państwowych, ale też i prywatnych stron www jest brak dostosowania do różnych urządzeń. Aż 4 z 10 stron miały problemy z wyświetleniem strony na urządzeniach mobilnych, a gdy już się to udało, często posiadały dużą ilość błędów, albo działała jedynie część z dostępnych podstron.

	PAŃSTWOWI					PRYWATNI				
	Szpital na Szaserów	Szpital na Banacha	Centrum Onkologii	Szpital Bielański	Centrum Kliniczne w Gdańsku	Medicover	LUX MED	ENEL-MED	Ars Medica Kraków	BaltiMed Gdańsk
1. Strona główna informuje o jej przeznaczeniu	5	9	8	9	10	8	9	8	10	10
2. Język jest zrozumiały dla odbiorcy	7	7	9	8	8	10	9	9	10	10
3. Nazewnictwo podstron jest spójne	6	10	9	9	9	10	8	6	10	10
4. Konsekwentne formatowanie	3	9	4	6	7	7	6	4	7	9
5. Serwis nie zawiera dużych bloków tekstu	6	7	6	6	6	9	8	9	7	8
6. Zdjęcia, grafiki są wysokiej jakości	3	7	4	8	10	8	9	8	8	10
7. Dostosowanie serwisu pod kątem dostępności	7	8	6	9	9	9	8	5	9	7
8. Elementy pozwalają odnaleźć się w serwisie	5	9	2	8	10	8	7	8	8	8
9. Serwis jest responsywny	0	9	0	10	9	10	6	10	6	10
10. Kontakt jest łatwo dostępny	4	8	8	10	7	9	7	9	10	10
Suma:	46	83	56	83	85	88	77	76	85	92
RAZEM	353					418				



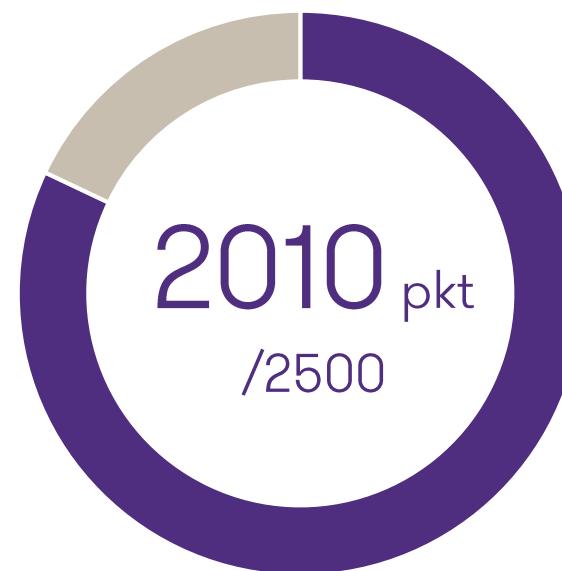
Wyniki łączne

Co może być zaskakujące, w ogólnej liczbie uzyskanych punktów to sektor publiczny wygrywa w naszym badaniu z sektorem prywatnym – zdobył 2013 na 2500 możliwych do uzyskania punktów, czyli o 3 punkty więcej niż sektor publiczny. Można więc powiedzieć, że usługodawcy z obu grup – przynajmniej na wybranej do badania populacji – reprezentują bardzo zbliżony poziom użyteczności swoich serwisów internetowych.

Sektor państwowy



Sektor prywatny



Ochrona zdrowia w Polsce i za granicą

Ponieważ w naszym zestawieniu zdecydowanie najgorzej wśród usługodawców państwowych wypadł sektor ochrony zdrowia, postanowiliśmy dodatkowo sprawdzić, czy jest to tylko specyfika tylko Polski, czy jest to problem występujący również w innych państwach. Korzystając z tych samych kryteriów, co w całym badaniu, oceniliśmy witryny internetowe państwowych szpitali i ośrodków zdrowia w 4 europejskich państwach. Badanie pokazuje, że serwisy w tych krajach są na podobnym poziomie, jak w Polsce. Zdecydowanie najlepiej wypadają francuskie ośrodki zdrowia – łącznie 420 pkt.

PAŃSTWOWA OCHRONA ZDROWIA

POLSKA		WIELKA BRYTANIA		HISZPANIA		NIEMCY		FRANCJA	
Szpital na Szaserów Warszawa	46	Szpital Ogólny Westmorland	70	Opieka zdrowotna Castilla y León	74	Szpital Kreischa - Weaningzentrum	66	Szpital Necker-Enfants Malades	87
Szpital na Banacha Warszawa	83	Szpital Ogólny w Leeds	82	Hospital Quirónsalud Torrevieja	90	Szpital Schlosspark-Klinik	75	Szpital Uniwersytecki Paris Centre	82
Centrum Onkologii w Warszawie	56	Szpital Uniwersytecki James Cook	76	Hospital Universitario La Moraleja	89	Szpital w Sankt Gertrauden	89	Szpital uniwersytecki Pitié Salpêtrière	76
Szpital Bielański w Warszawie	83	Windhill Green Medical Practice	44	Szpital Costa del Sol	71	Szpital St. Hedwig	83	Szpital Saint-Louis	89
Centrum Kliniczne w Gdańsku	85	Szpital ogólny w Southampton	83	Szpital Uniwersytecki Infanta Leonor	58	Szpital Społeczny w Havelhöhe	88	Szpital Uniwersyteckie Paris Ouest	86
RAZEM	353	RAZEM	350	RAZEM	382	RAZEM	401	RAZEM	420

Podsumowanie

W Polsce panuje mylna opinia o tym, że państwowe firmy i instytucje nie nadążają za transformacją cyfrową i strony internetowe tych organizacji nie są dobrze zbudowane pod względem użyteczności.

Nasze badanie pokazuje, że to nieprawda – strony internetowe państwowych podmiotów wcale nie są gorsze. W całym badaniu państwowe podmioty minimalnie wygrywają z prywatnymi. W 2 z 5 badanych przez nas obszarów (oświata i kultura) państwowe przedsiębiorstwa uzyskały wręcz wyraźnie lepsze wyniki od usługodawców prywatnych, zaś w przypadku transportu różnica jest niewielka.

Strony internetowe publicznych wyższych szkół, państwowych teatrów oraz publicznego transportu są w większości przejrzyste i spełniają założenia użyteczności. Witryny administracji publicznej również utrzymują dość wysoki poziom – w badanym zestawieniu instytucje takie jak PKO czy NFZ uzyskały bardzo dobre wyniki, jedne z najwyższych w badaniu. Problemem nadal z pewnością są dość słabo zaprojektowane serwisy internetowe urzędów skarbowych oraz państwowych instytucji ochrony zdrowia. Tutaj polskie państwo ma jeszcze lekcję do odrobienia.





O nas



Grant Thornton to jedna z wiodących organizacji audytorskich, doradczych i outsourcingowych na świecie, obecna w 136 krajach i zatrudniająca ponad 50 tys. pracowników.

W Polsce działamy od 26 lat. Zespół 550 pracowników wspiera naszych klientów w takich obszarach jak audyt, doradztwo podatkowe, doradztwo transakcyjne, doradztwo europejskie czy outsourcing płac i kadr oraz outsourcing księgowości.

EDISONDA

EDISONDA to krakowskie studio badawczo-projektowe specjalizujące się w zakresie doświadczeń użytkownika (User Experience – UX), jedna z wiodących i najstarszych firm tego typu w Polsce. Na co dzień tworzy systemy biznesowe, intranety, aplikacje webowe i mobilne. Pomaga na wszystkich etapach realizacji projektu, począwszy od koncepcji, poprzez tworzenie prototypu i projektu graficznego aż po front-end development. Od 2009 roku studio zrealizowało ponad 500 różnorodnych projektów. Od września 2017 roku jest częścią grupy Grant Thornton.

Zapraszamy do kontaktu



Kontakt dla mediów:

Jacek Kowalczyk

Dyrektor Marketingu i PR
Grant Thornton
T +48 505 024 168
E Jacek.Kowalczyk@pl.gt.com

Katarzyna Czeremańska

Marketing Manager
EDISONDA
T +48 537 330 788
E Katarzyna.Czeremanska@edisonda.pl



EDISONDA

Redakcja: Magdalena Fedorczyk, Aleksandra Żaboklicka