enobo

AUDYT UŻYTECZNOŚCI UX

aptekacud.pl

Analiza ekspercka wersji mobilnej i desktopowej sklepu internetowego

31 problemów

9 w wersji mobilnej

22 w wersji desktopowej

ZAKRES
Wersja mobilna i desktopowa

METODA
Analiza ekspercka według heurystyk użyteczności

DATA AUDYTU
Luty 2024

PRZYGOTOWAŁ
Wojciech Bogusz, enobo

PODSUMOWANIE

31 problemów w dwóch wersjach sklepu

Raport opisuje problemy z użytecznością sklepu aptekacud.pl, które zauważyliśmy podczas analizy wersji mobilnej i desktopowej. Każdy problem odnieśliśmy do heurystyk użyteczności Jakoba Nielsena albo oznaczyliśmy jako błąd techniczny lub uwagę z zakresu dobrych praktyk. Przy każdym podajemy ocenę ważności i rekomendację zmiany, a tam, gdzie to pomaga, zrzut ekranu i przykład dobrej realizacji.

31 problemów łącznie

9 w wersji mobilnej

22 w wersji desktopowej

8 o wysokiej ważności

Ważność problemów

	Krytyczny	Wysoki	Normalny	Niski	Łącznie	Rozkład
Wersja mobilna	–	3	2	4	**9**	
Wersja desktopowa	–	5	10	7	**22**	
Łącznie	**–**	**8**	**12**	**11**	**31**	

Czego dotyczą problemy

Heurystyka 1	Pokazuj status systemu	2
Heurystyka 2	Zachowaj zgodność między systemem a rzeczywistością	3
Heurystyka 3	Daj użytkownikowi pełną kontrolę	1
Heurystyka 4	Trzymaj się standardów i zachowaj spójność	5
Heurystyka 6	Pozwalaj wybierać zamiast zmuszać do zapamiętywania	2
Heurystyka 7	Zapewnij elastyczność i efektywność	5
Heurystyka 8	Dbaj o estetykę i umiar	7
Heurystyka 9	Zapewnij skuteczną obsługę błędów	1
Błąd techniczny	usterka działania lub tłumaczenia	5
Dobre praktyki	uwaga spoza heurystyk	1

SPIS TREŚCI

Krytyczny Wysoki Normalny Niski

01 Wersja mobilna 4

01 Brak grupowania / wydłużenie strony 5
02 Slider wydłużający ścieżkę do produktu i kategorii 6
03 Brak filtrów 7
04 Brak tłumaczenia kategorii Producenci w menu 8
05 Brak nazwy dla sortowania w wersji mobilnej 9
06 Brak poukładania informacji o danych osobowych w koszyku 10
07 Brak wyrównania przycisku 11
08 Mylące wyświetlanie dwóch cen w koszyku w wersji mobilnej 12
09 Wdrożony Hotjar w wersji mobilnej 13

02 Wersja desktopowa 14

10 Niepoprawnie wykorzystana ikona domu przy kategoriach 15
11 Wyświetlanie pustych gwiazdek (opinii) przy kafelkach produktowych 16
12 Brak schowka/listy życzeń 17
13 Nierozbudowane filtry 18
14 Długi czas dodawania produktu do koszyka 19
15 Brak podglądu koszyka 20
16 Przycisk wykraczający poza box 21
17 Różne rozmiary kafelków produktowych 22
18 Brak precyzyjnego komunikatu w pustych podstronach 23
19 Brak zdjęć z logiem marek 24
20 Znaki nachodzące na siebie 25
21 Brak możliwości dodania produktu do koszyka z poziomu kategorii 26
22 Zdublowane zakładki marek 27
23 Lista marek wykraczająca poza obszar strony 28
24 Niezrozumiałe opcje związane z własnym blogiem 29
25 Brak tłumaczenia maila po utworzeniu konta 30
26 Brak formatowania kodu pocztowego 31
27 Ucięte kafelki proponowanych produktów w modalu 32
28 Wyświetlanie produktów niedostępnych na głównej stronie 33
29 Brak możliwości zapisu do powiadomienia o dostępności 34
30 Brak potwierdzenia akcji usunięcia produktów z koszyka 35
31 Brak tłumaczenia sortowania 36

01

Wersja mobilna

9 problemów · strony 5-13

Wysoki 3 | Normalny 2 | Niski 4

01 WERSJA MOBILNA

Wysoki

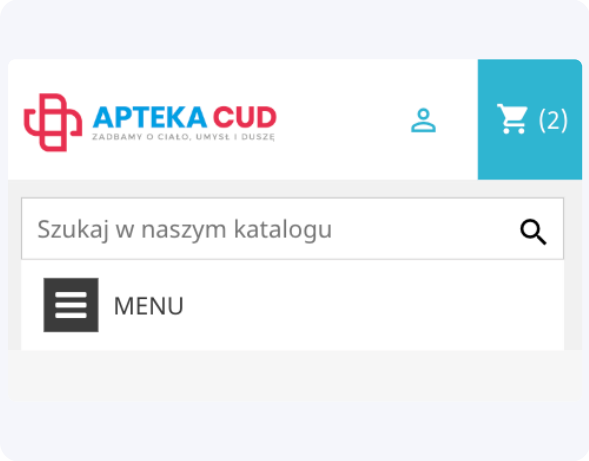
Brak grupowania / wydłużenie strony

Heurystyka 4 Trzymaj się standardów i zachowaj spójność

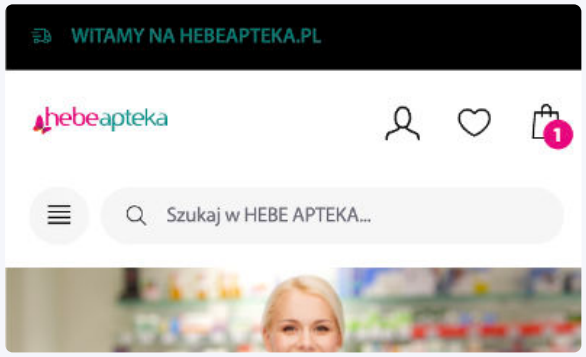
PROBLEM

Menu hamburgerowe znajduje się poniżej wyszukiwarki, co powoduje wydłużenie każdej podstrony. Nie jest to standardowe miejsce umieszczenia menu. Użytkownicy szukają menu najczęściej, dlatego warto je pogrupować, aby wszystkie najważniejsze ikony (koszyk, konto, menu) były na jednej belce.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Menu hamburgerowe można umieścić w lewym górnym rogu lub tuż obok wyszukiwarki. Dzięki temu strona się nie wydłuża, a wyszukanie danej kategorii jest łatwiejsze.

02 WERSJA MOBILNA

Wysoki

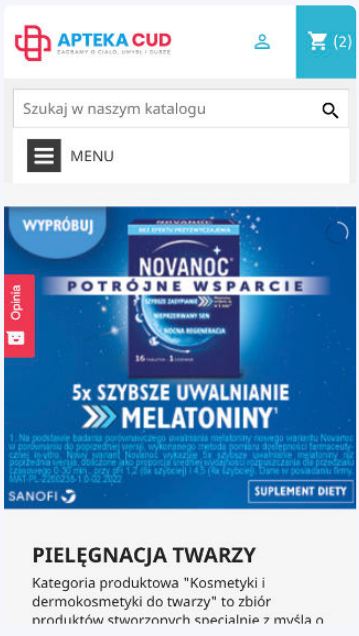
Slider wydłużający ścieżkę do produktu i kategorii

Heurystyka 7 Zapewnij elastyczność i efektywność

PROBLEM

Slider znajdujący się pod wyszukiwarką i menu jest na tyle duży, że po przejściu do danej kategorii lub produktu nie widać artykułów. Najpierw widoczny jest długi slider, a dopiero po dłuższym przewijaniu użytkownik dociera do części, która go interesuje. Takie rozwiązanie wydłuża ścieżkę zakupową i może zniechęcać do zakupów.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji

Źródło: gemini.pl

REKOMENDACJA

Rekomendujemy dostosować proporcje sliderów do wersji mobilnej tak, aby umożliwiały szybkie przejście do danej podstrony.

03 WERSJA MOBILNA

Wysoki

Brak filtrów

Heurystyka 7 Zapewnij elastyczność i efektywność

PROBLEM

W wersji mobilnej w kategoriach i podkategoriach nie ma żadnych filtrów, które zawężałyby wyszukiwanie. Filtry są szczególnie istotne właśnie w wersji mobilnej, ponieważ dzięki nim użytkownicy oszczędzają czas przy przewijaniu.

Obecnie

Przykład dobrej realizacji

Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Zdecydowanie zalecamy wdrożyć filtry w kategoriach i podkategoriach. W przypadku kategorii użyteczne są tzw. mydełka, czyli przyciski przekierowujące do podkategorii. Warto także dodać możliwość dodatkowego filtrowania (jak w przykładzie powyżej: „Filtry i sortowanie") poprzez odnośnik do modala wysuwanego z boku ekranu.

04 WERSJA MOBILNA

Niski

Brak tłumaczenia kategorii Producenci w menu

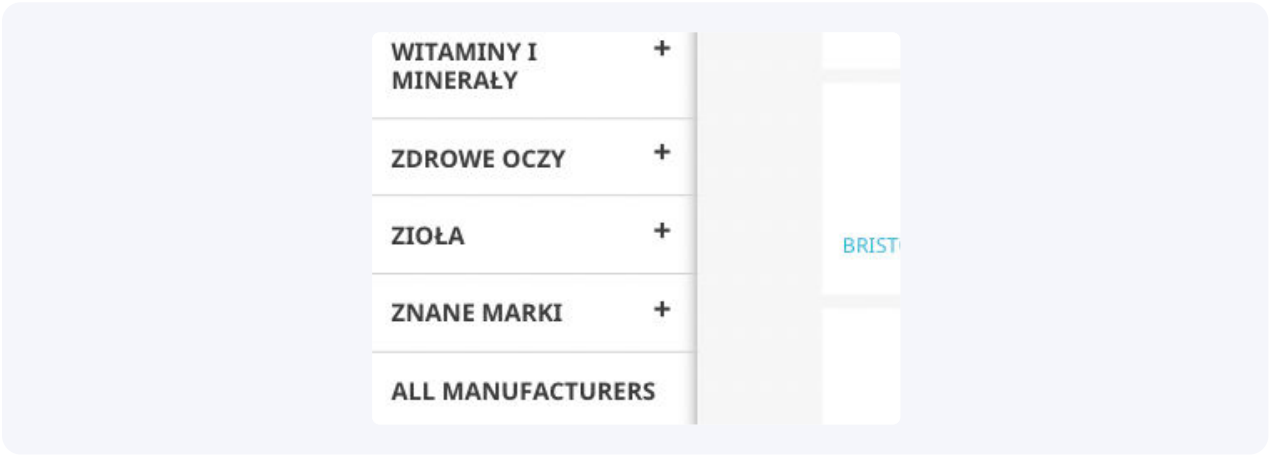
Błąd techniczny

Heurystyka 2 Zachowaj zgodność między systemem a rzeczywistością

PROBLEM

W wersji mobilnej kategoria „All Manufacturers” nie została przetłumaczona na język polski.

Obecnie



REKOMENDACJA

Rekomendujemy jej przetłumaczenie spójnie z wersją desktopową.

05 WERSJA MOBILNA

Niski

Brak nazwy dla sortowania w wersji mobilnej

Heurystyka 2 Zachowaj zgodność między systemem a rzeczywistością

PROBLEM

W wersji mobilnej w kategoriach domyślna nazwa wyświetlana dla sortowania to „Zaznacz". Dla części użytkowników może to niczego nie sugerować, a wręcz wprowadzać w błąd, ponieważ słowo „zaznacz" jest często wykorzystywane przy polach wyboru (checkboxach).

Obecnie

Przykład dobrej realizacji

Źródło: abcapteka.pl

REKOMENDACJA

Zalecamy doprecyzowanie tekstu, np. do „Sortuj: po nazwie".

06 WERSJA MOBILNA

Niski

Brak poukładania informacji o danych osobowych w koszyku

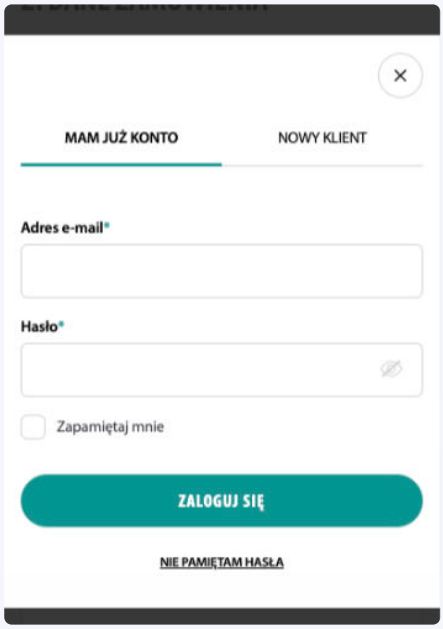
Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

PROBLEM

W koszyku sekcja dotycząca danych osobowych jest nieuporządkowana. Przyciski logowania przez Facebooka i Google znajdują się nad nagłówkiem „Dane osobowe", a pod nim ponownie pojawia się możliwość zalogowania lub przejścia jako gość. Ponadto przycisk „Zaloguj się" nie jest wyrównany z pozostałym tekstem, a kreska, która zapewne miała rozdzielać oba przyciski, została przesunięta do kolejnego wiersza. W efekcie powstaje nieład.

Obecnie

Przykład dobrej realizacji



Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Zalecamy uporządkować sekcję: przenieść przyciski logowania pod nagłówek „Dane osobowe" i ułożyć je np. obok siebie. Alternatywą jest umieszczenie wszystkich opcji (logowanie przez Facebooka lub Google, logowanie na konto, rejestracja) w modalu otwieranym przyciskiem „Zaloguj się".

07 WERSJA MOBILNA

Niski

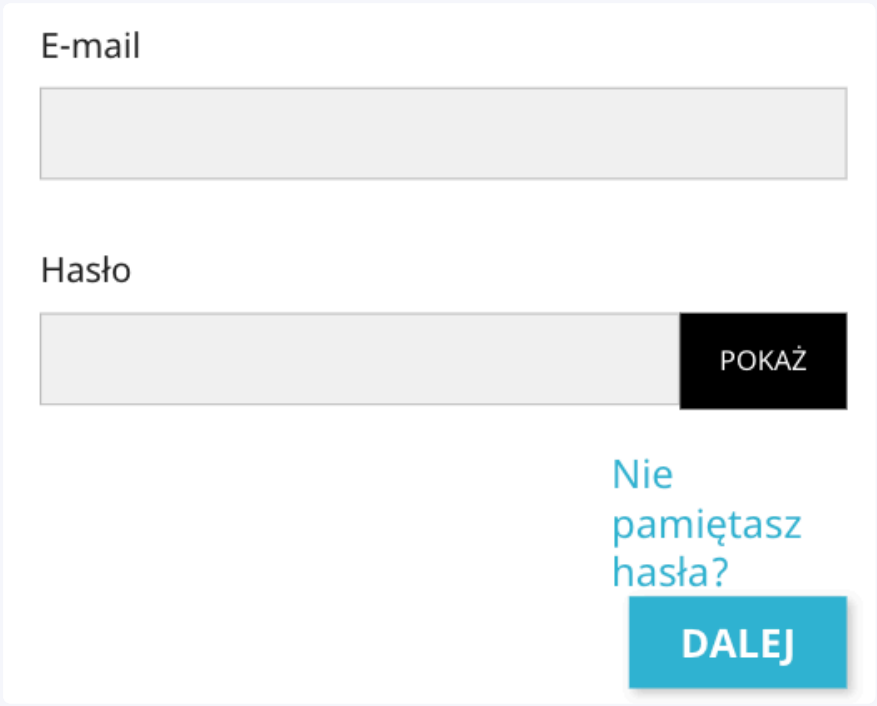
Brak wyrównania przycisku

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

PROBLEM

Przy logowaniu na etapie koszyka przycisk „Nie pamiętasz hasła?" nie został wyrównany do lewej pod polem hasła. W efekcie całość prezentuje się nieprofesjonalnie i nieestetycznie.

Obecnie



REKOMENDACJA

Zalecamy wyrównać przycisk do lewej, aby zachować spójność wizualną.

08 WERSJA MOBILNA

Normalny

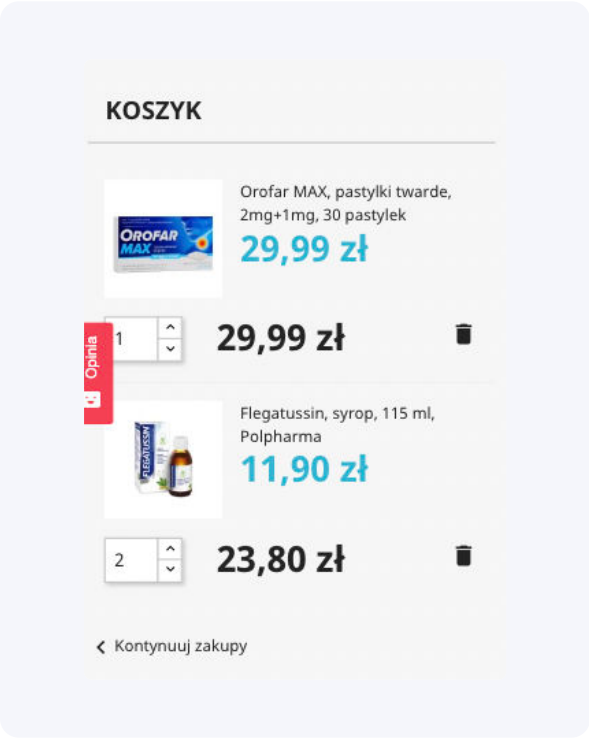
Mylące wyświetlanie dwóch cen w koszyku w wersji mobilnej

Heurystyka 4 Trzymaj się standardów i zachowaj spójność

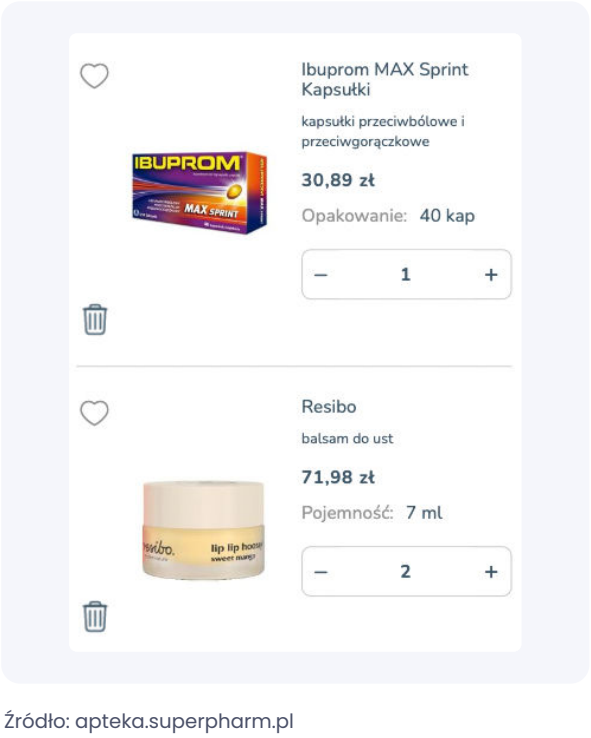
PROBLEM

W koszyku wyświetlają się dwie ceny (cena produktu i przeliczona łączna cena), co może dezorientować użytkowników. Ponadto cena jednostkowa jest wyróżniona kolorystycznie, przez co klienci mogą na pierwszy rzut oka nie być pewni, która cena jest ostateczna.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: apteka.superpharm.pl

REKOMENDACJA

Standardem jest wyświetlanie jednej ceny (przeliczonej według liczby sztuk), dlatego sugerujemy, szczególnie w wersji mobilnej, pokazywać jedną cenę.

09 WERSJA MOBILNA

Normalny

Wdrożony Hotjar w wersji mobilnej

Dobre praktyki

PROBLEM

Narzędzie Hotjar jest bardzo pomocne w wersji desktopowej, natomiast na urządzeniach mobilnych, ze względu na mały ekran, ikona Hotjara przeszkadza w przeglądaniu strony i w procesie zakupowym. Wielokrotnie zasłania treść czy produkty.

REKOMENDACJA

Sugerujemy zrezygnowanie z tego narzędzia w wersji mobilnej.

02

Wersja desktopowa

22 problemy · strony 15-36

Wysoki 5 | Normalny 10 | Niski 7

10 WERSJA DESKTOPOWA

Wysoki

Niepoprawnie wykorzystana ikona domu przy kategoriach

Heurystyka 4 Trzymaj się standardów i zachowaj spójność

PROBLEM

Ikona domu standardowo prowadzi do strony głównej, a nie do kategorii. Jej użycie przy liście kategorii jest bardzo mylące dla użytkowników.

Obecnie

Przykład dobrej realizacji

Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Zalecamy zamianę ikony np. na tekst „Kategorie” albo „Wszystkie/Pozostałe kategorie”.

11 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

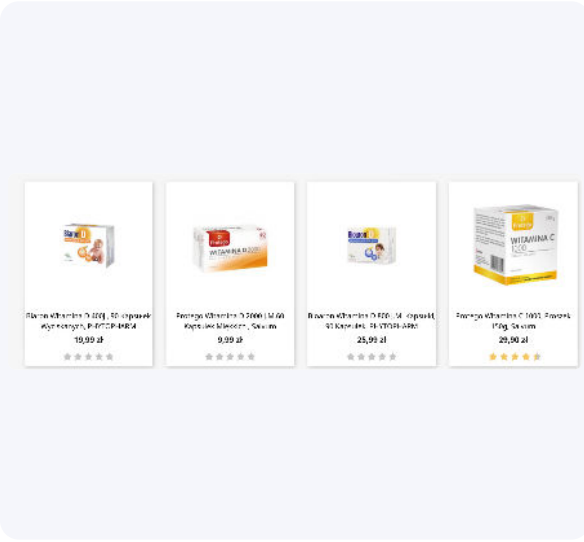
Wyświetlanie pustych gwiazdek (opinii) przy kafelkach produktowych

Heurystyka 7 Zapewnij elastyczność i efektywność

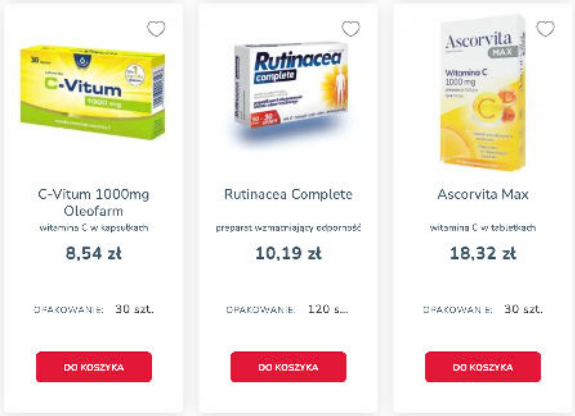
PROBLEM

Zdecydowana większość produktów w sklepie nie ma wystawionych opinii. Puste gwiazdki przynoszą więc odwrotny efekt: zamiast wzbudzać zaufanie, sprawiają, że apteka wygląda na rzadko odwiedzany sklep. Brak opinii daje poczucie, jakby nikt w niej nie kupował.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: apteka.superpharm.pl

REKOMENDACJA

Sugerujemy usunąć gwiazdki z kafelków produktowych.

12 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

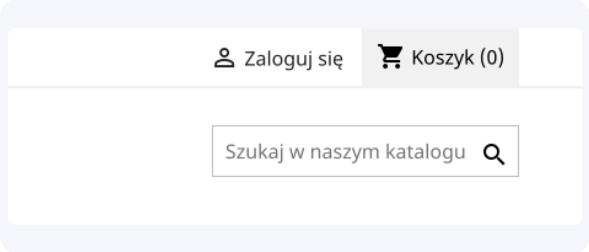
Brak schowka/listy życzeń

Heurystyka 6 Pozwalaj wybierać zamiast zmuszać do zapamiętywania

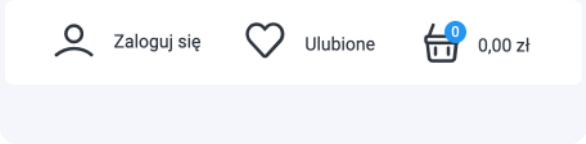
PROBLEM

W sklepie brakuje schowka (listy życzeń), który umożliwiłby odłożenie produktów do kupienia w późniejszym terminie. To obecnie standard rynkowy: ma go zdecydowana większość sklepów internetowych, a użytkownicy chętnie korzystają z tej funkcji. Schowek przydaje się również przy porównywaniu produktów czy zapisywaniu niedostępnych artykułów, które klient chce kupić później.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: apteka-melissa.pl

13 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

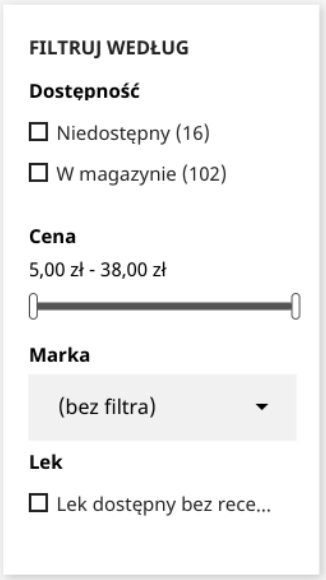
Nierozbudowane filtry

Heurystyka 7 Zapewnij elastyczność i efektywność

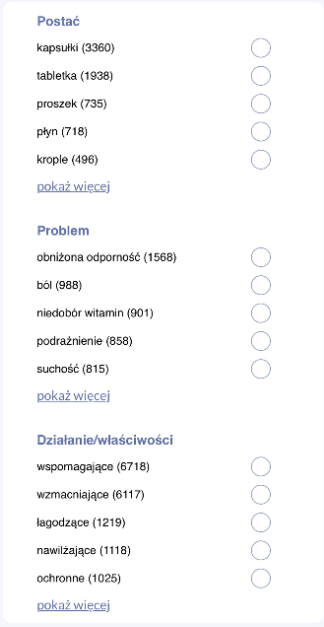
PROBLEM

W kategoriach produktowych filtry są ubogie. W efekcie szukanie produktów może być dla użytkowników bardziej czasochłonne, co może prowadzić do szybszego opuszczenia sklepu i przejścia do konkurencji.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: doz.pl

REKOMENDACJA

Zalecamy rozbudować filtry np. o działanie, postać leku (tabletki, płyn itp.), wiek i przeznaczenie.

14 WERSJA DESKTOPOWA

Wysoki

Długi czas dodawania produktu do koszyka

Błąd techniczny

PROBLEM

Po kliknięciu przycisku „Dodaj do koszyka" trzeba odczekać dłuższą chwilę, aby zobaczyć modal z komunikatem o dodaniu produktu. Podczas oczekiwania użytkownik może myśleć, że przycisk nie działa, produkt jest niedostępny albo strona się zawiesiła, więc może kliknąć przycisk kilka razy. W efekcie produkt trafia do koszyka kilkukrotnie.

REKOMENDACJA

Zdecydowanie rekomendujemy przyspieszenie dodawania produktu i wyświetlania modala. Sprawnie działający sklep wygląda na bardziej profesjonalny i godny zaufania.

15 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

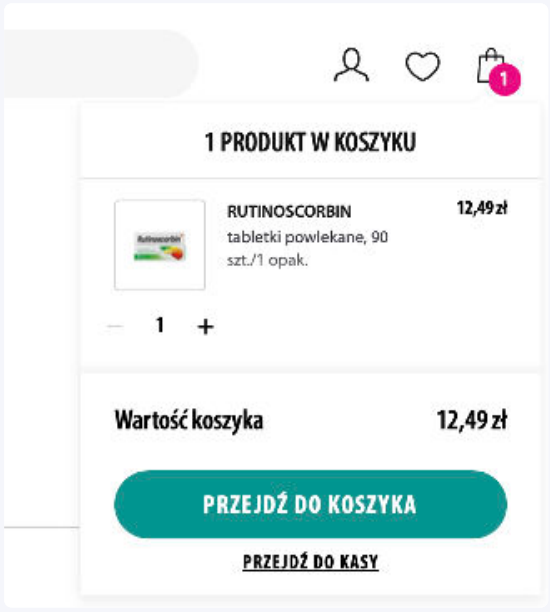
Brak podglądu koszyka

Heurystyka 1 Pokazuj status systemu

PROBLEM

Po kliknięciu ikony koszyka w prawym górnym rogu brakuje szybkiego podglądu, który pozwoliłby kupującemu sprawdzić, ile ma produktów, w jakich cenach i jaka jest wartość całego zamówienia.

Przykład dobrej realizacji



Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Sugerujemy dodać podgląd koszyka z listą produktów, wartością zamówienia, liczbą artykułów, możliwością zmiany ilości oraz przyciskiem przejścia do koszyka.

16 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

Przycisk wykraczający poza box

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

PROBLEM

W koszyku przycisk przejścia do realizacji zamówienia wykracza poza swój kontener. Wygląda to nieestetycznie i burzy harmonię tej podstrony.

Obecnie

REKOMENDACJA

Aby tekst zmieścił się w przycisku, zalecamy wyrównanie go do lewej lub skrócenie, np. do „Przejdź do kasy”.

17 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

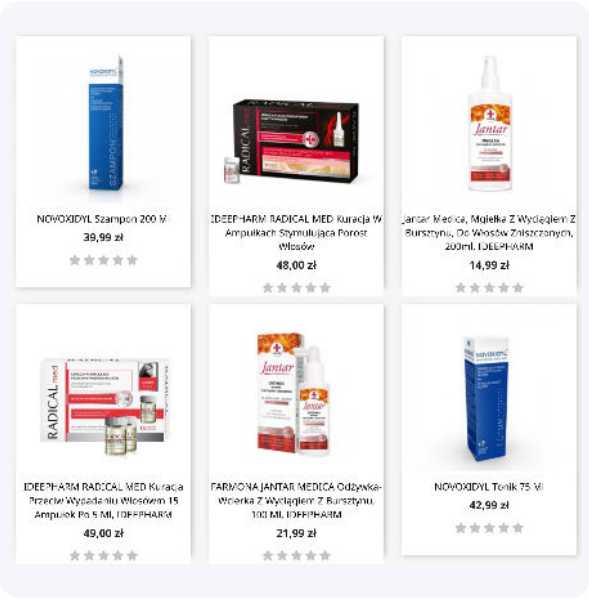
Różne rozmiary kafelków produktowych

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

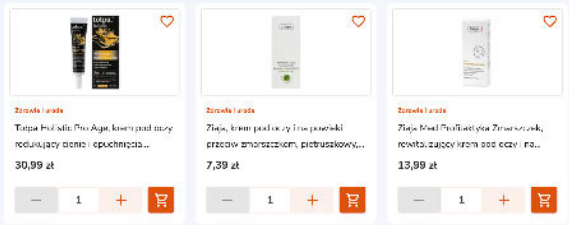
PROBLEM

Kafelki produktowe w kategoriach mają różne rozmiary, jeśli nazwa artykułu jest dłuższa. Różne rozmiary zaburzają harmonię, wyglądają niechlujnie i obniżają profesjonalizm sklepu. Mogą też sugerować użytkownikom, że dłuższy kafelek jest ważniejszy od pozostałych.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: gemini.pl

REKOMENDACJA

Proponujemy ustalić stałą liczbę znaków w nazwie produktu. Jeśli część nazwy zostanie ucięta, zalecamy zastąpić ją wielokropkiem, który sugeruje dalszy ciąg tekstu.

18 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

Brak precyzyjnego komunikatu w pustych podstronach

Heurystyka 9 Zapewnij skuteczną obsługę błędów

PROBLEM

W zakładce „Marki", w przypadku pustej kategorii, pojawia się ogólny komunikat „Przepraszamy za niedogodności / Wyszukaj ponownie to, co szukasz". Po ponownym wpisaniu produktu danej firmy nadal nie wyświetlają się jej artykuły, mimo zachęty do ponownego wyszukania. To samo dzieje się, gdy pusta jest zwykła kategoria.

Obecnie

REKOMENDACJA

Sugerujemy zmienić komunikat np. na „Obecnie nie mamy tego, czego szukasz", a dalej wdrożyć jedną z opcji:

1. wyświetlać produkty alternatywne,
2. zostawić wyszukiwarkę, ale zmienić tekst np. na „Wyszukaj produkt, który Cię interesuje, wśród innych marek",
3. usunąć zakładkę marki, jeśli jest pusta.

19 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

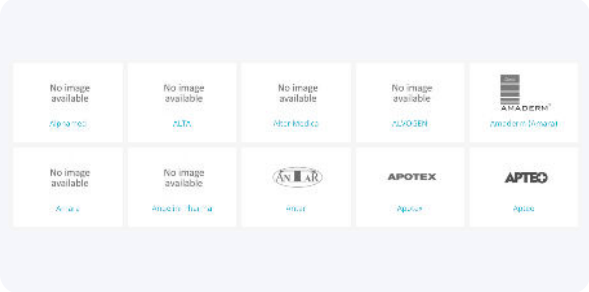
Brak zdjęć z logiem marek

Błąd techniczny

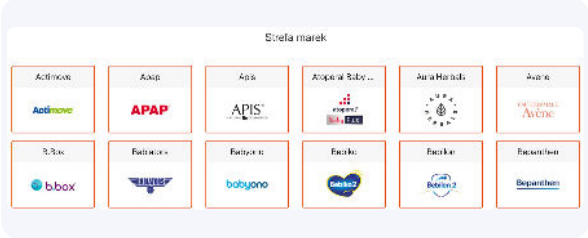
PROBLEM

W kategorii marki w miejscu logotypów przeważa komunikat o błędzie „No image available". Taki komunikat obniża zaufanie klientów, a sklep wygląda nieprofesjonalnie.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: aptekaolmed.pl/marki

REKOMENDACJA

Zdecydowanie zalecamy uzupełnić logotypy marek. Jeśli nie dysponują Państwo takimi grafikami, sugerujemy zmienić sposób wyświetlania tej zakładki, np. na listę.

20 WERSJA DESKTOPOWA

Wysoki

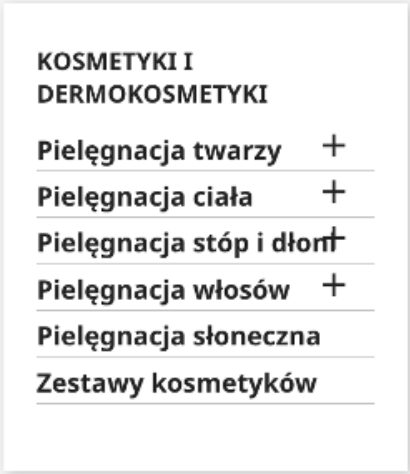
Znaki nachodzące na siebie

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

PROBLEM

W kategorii Kosmetyki i Dermokosmetyki plusy służące do rozwijania podkategorii nachodzą na treść.

Obecnie



REKOMENDACJA

Warto przesunąć całą kolumnę plusów, aby tekst wyświetlał się poprawnie. Można również zawijać nazwy podkategorii do kolejnej linii po przekroczeniu limitu znaków.

21 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

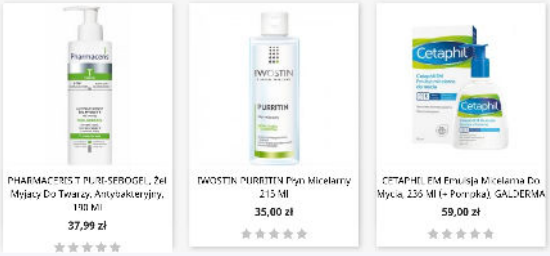
Brak możliwości dodania produktu do koszyka z poziomu kategorii

Heurystyka 7 Zapewnij elastyczność i efektywność

PROBLEM

Z widoku kategorii produktowej nie można szybko dodać produktu do koszyka, ponieważ brakuje przycisku koszyka.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji

Źródło: wapteka.pl

REKOMENDACJA

Aby skrócić ścieżkę zakupową, sugerujemy dodać ikonę koszyka lub przycisk „Dodaj do koszyka”.

22 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

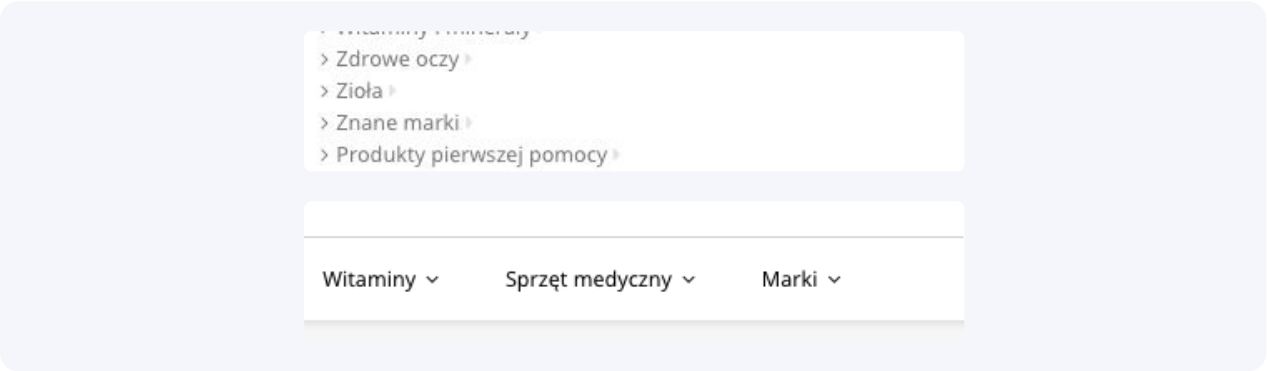
Zdublowane zakładki marek

Heurystyka 4 Trzymaj się standardów i zachowaj spójność

PROBLEM

Przekierowanie do marek znajduje się zarówno na liście kategorii (pod ikoną domu), jak i na głównej belce. Jest to mylące dla użytkowników, ponieważ lista kategorii sugeruje przejście wyłącznie do kategorii i ich podkategorii.

Obecnie



REKOMENDACJA

Sugerujemy przenieść „Znane marki” na belkę „Marki” jako jej pierwszą podkategorię.

23 WERSJA DESKTOPOWA

Wysoki

Lista marek wykraczająca poza obszar strony

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

PROBLEM

Po najechaniu kursorem na zakładkę „Marki" na belce i przewinięciu wyświetla się długa lista, która wykracza poza obszar strony. Tak długa lista jest nieużyteczna i nieestetyczna.

Obecnie

Przykład dobrej realizacji

Źródło: cefarm24.pl

REKOMENDACJA

Warto wyróżnić najpopularniejsze marki, a pozostałe udostępnić pod hasłem „Pozostałe marki", które prowadzi do pełnej sekcji z firmami.

24 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

Niezrozumiałe opcje związane z własnym blogiem

Heurystyka 4 Trzymaj się standardów i zachowaj spójność

PROBLEM

Po zalogowaniu do konta pojawiają się niezrozumiałe, niestandardowe opcje związane z własnym blogiem. Ponadto jedna opcja związana z opiniami nie została przetłumaczona („Product reviews").

Obecnie

REKOMENDACJA

Zalecamy usunięcie opcji związanych z blogiem i zmianę nazwy opcji z opiniami na polską.

25 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

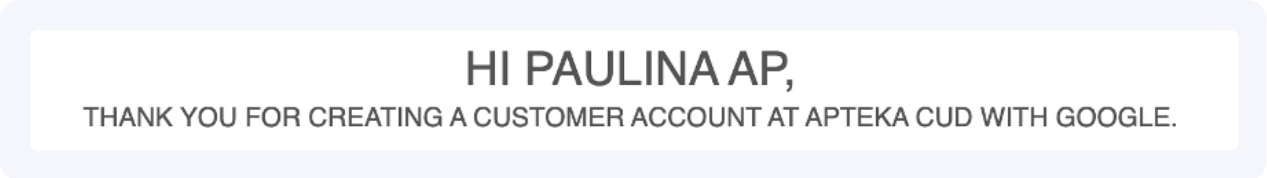
Brak tłumaczenia maila po utworzeniu konta

Błąd techniczny

PROBLEM

Po utworzeniu konta użytkownik otrzymuje wiadomość e-mail, która nie została przetłumaczona z języka angielskiego.

Obecnie



REKOMENDACJA

Zdecydowanie zalecamy przetłumaczenie treści maili.

26 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

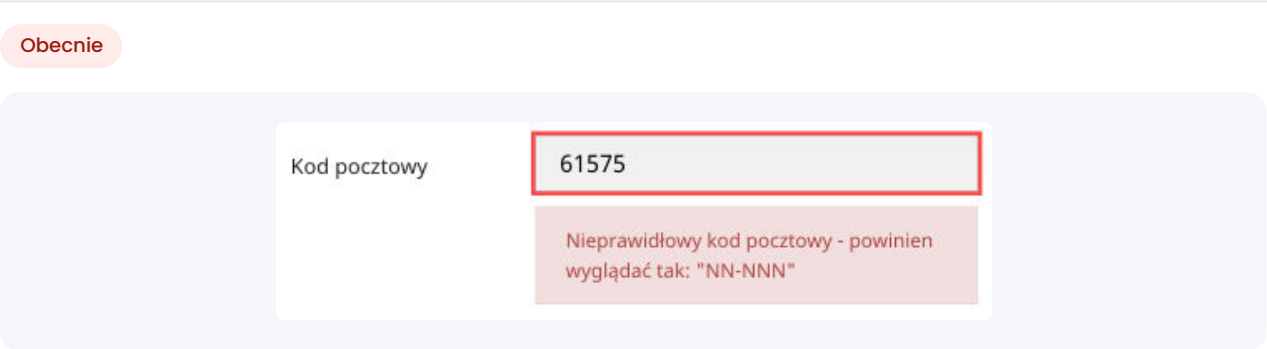
Brak formatowania kodu pocztowego

Heurystyka 6 Pozwalaj wybierać zamiast zmuszać do zapamiętywania

PROBLEM

Po wpisaniu kodu pocztowego bez myślnika pojawia się komunikat o nieprawidłowo wpisanym kodzie.

Obecnie



REKOMENDACJA

Sugerujemy, aby formularz automatycznie dodawał myślnik, bez konieczności wpisywania go przez użytkownika.

27 WERSJA DESKTOPOWA

Niski

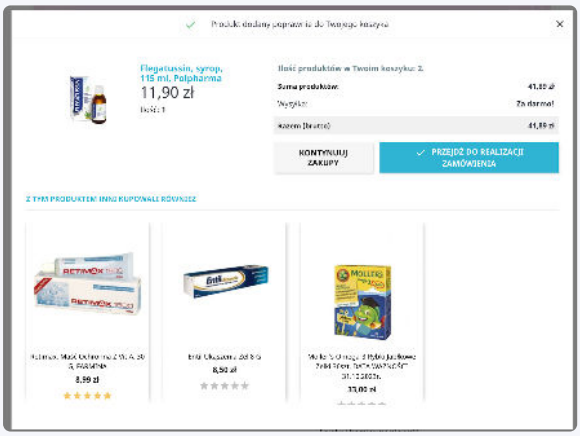
Ucięte kafelki proponowanych produktów w modalu

Heurystyka 8 Dbaj o estetykę i umiar

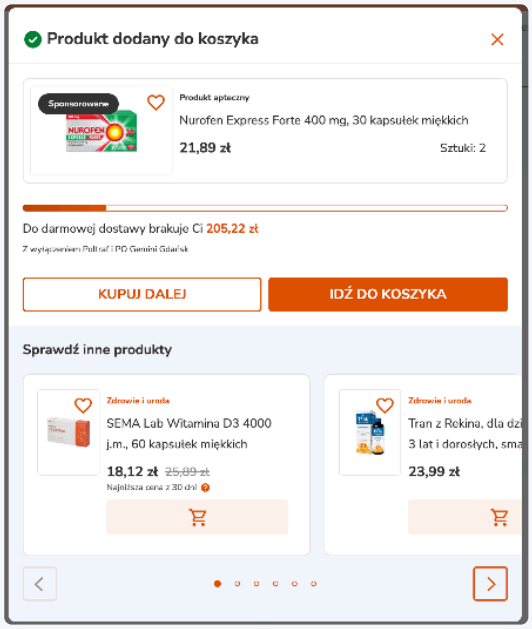
PROBLEM

Po dodaniu produktu do koszyka kafelki z proponowanymi artykułami są ucięte. Użytkownik może chcieć przewinąć okno, aby zobaczyć cały kafelek, ale nie ma takiej możliwości.

Obecnie



Przykład dobrej realizacji



Źródło: gemini.pl

REKOMENDACJA

Aby zapobiec takiej sytuacji, zalecamy wdrożenie rekomendacji z punktów 11 i 17. Jeśli kafelki nadal będą wykraczać poza obszar modala, sugerujemy umożliwić jego przewijanie lub przebudować go na bardziej kompaktowy.

28 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

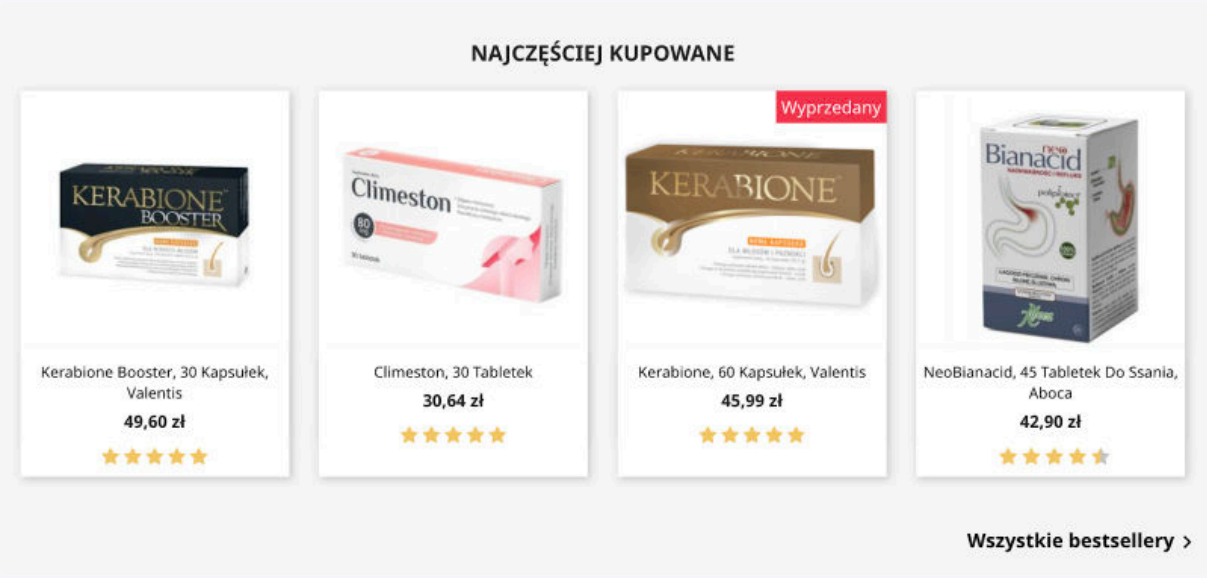
Wyświetlanie produktów niedostępnych na głównej stronie

Heurystyka 2 Zachowaj zgodność między systemem a rzeczywistością

PROBLEM

Na stronie głównej pod nagłówkiem „Najczęściej kupowane” znajdują się produkty wyprzedane. Pierwsze wrażenie jest istotne dla zdobycia zaufania klienta, a w tym przypadku użytkownicy mogą pomyśleć, że w sklepie brakuje asortymentu.

Obecnie



REKOMENDACJA

Na stronie głównej zawsze warto wyświetlać artykuły, które są dostępne na stanie.

29 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

Brak możliwości zapisu do powiadomienia o dostępności

Heurystyka 3 Daj użytkownikowi pełną kontrolę

PROBLEM

W przypadku braków asortymentowych użytkownik nie może zapisać się na powiadomienie o dostępności. To obecnie standard w e-commerce, który z jednej strony zachęca do pozostawienia adresu e-mail (można tu również dodać zgodę na newsletter), a z drugiej może przyczynić się do zakupu w przyszłości.

Przykład dobrej realizacji

Źródło: bocowear.pl

REKOMENDACJA

Zalecamy wdrożyć przycisk powiadomienia o dostępności produktu.

30 WERSJA DESKTOPOWA

Normalny

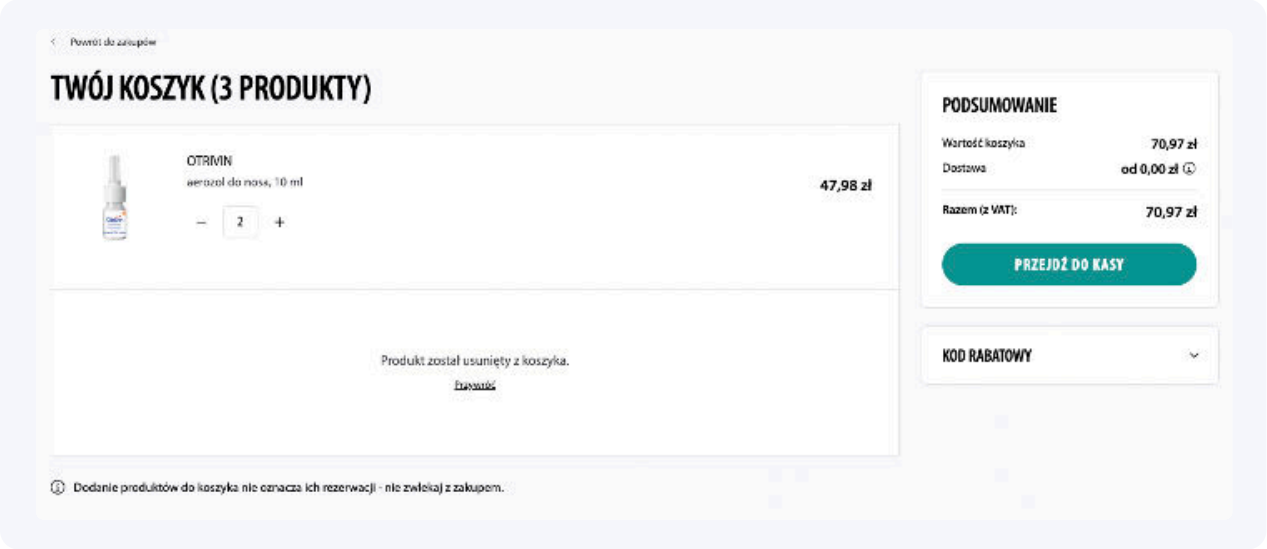
Brak potwierdzenia akcji usunięcia produktów z koszyka

Heurystyka 1 Pokazuj status systemu

PROBLEM

W koszyku brakuje komunikatu potwierdzającego usunięcie produktu. Przy dużej liczbie produktów w koszyku (i konieczności przewijania w wersji mobilnej) informacja o usunięciu artykułu jest przydatna.

Przykład dobrej realizacji



Źródło: hebeapteka.pl

REKOMENDACJA

Sugerujemy wyświetlać komunikat o usunięciu produktu z koszyka, w modalu lub jako dodatkowy tekst. Dodatkową korzyścią dla użytkownika będzie przycisk przywracający produkt do koszyka.

31 WERSJA DESKTOPOWA

Wysoki

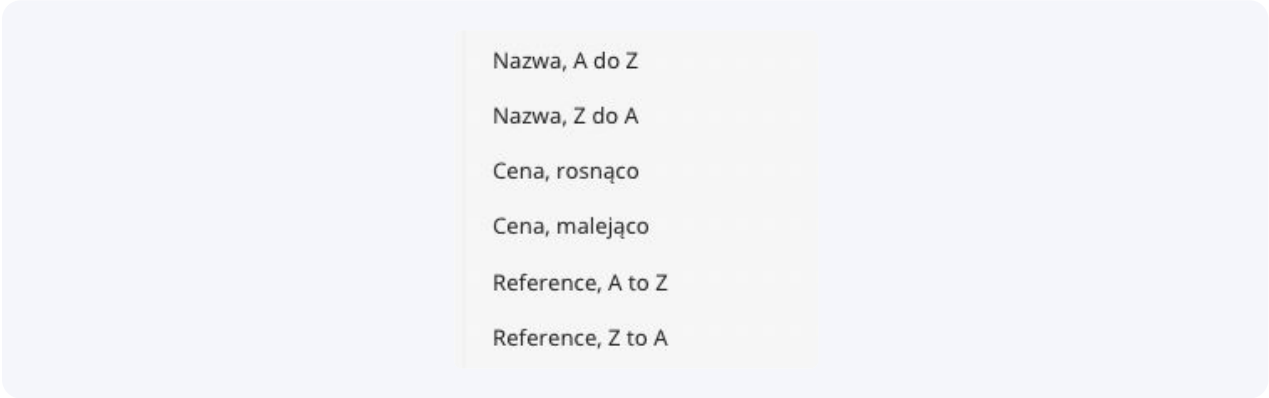
Brak tłumaczenia sortowania

Błąd techniczny

PROBLEM

W sortowaniu dwie opcje („Reference, A to Z" i „Reference, Z to A") nie zostały przetłumaczone na język polski.

Obecnie



REKOMENDACJA

Zalecamy ich przetłumaczenie.

enobo

AUTOR AUDYTU

Wojciech Bogusz

Strategia SEO i rozwój biznesu

Łączy pozycjonowanie, analitykę, technologię i optymalizację konwersji. Prowadzi projekty dla firm lokalnych, usługowych oraz e-commerce.

enobo to butikowa agencja SEO i AI Search. Prowadzimy pozycjonowanie, kampanie i analitykę z przejrzystym raportowaniem.

STRONA
enobo.pl

E-MAIL
kontakt@enobo.pl

TELEFON
+48 515 095 875

ADRES
ul. Nad Nielbą 39B/4,
62-100 Wągrowiec