

Przyjazne i dostępne raporty z badań DNA

Dobrze zaprojektowane raporty pokazujące wyniki DNA usprawniają pracę konsultantów genetycznych i pomagają klientom zrozumieć wynik testów. Jak podeszliśmy do tak trudnego tematu?

Partner: Edisonda

Branża: medyczna, healthtech

Zakres prac: UX Research, UX Design, UI Design, Testy użyteczności

Partner

EDISONDA to krakowska firma badawczo-projektowa specjalizująca się w projektowaniu 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 i badań, poprzez tworzenie prototypu i projektu graficznego aż po front-end development. Od września 2017 roku jest częścią grupy Grant Thornton.

<https://edisonda.com/>

Tło projektu

Badania genetyczne stają się coraz bardziej popularne. W Stanach Zjednoczonych najczęściej korzysta się z możliwości zbadania swojego pochodzenia, ale coraz bardziej powszechne stają się również testy, które umożliwiają sprawdzenie obciążenia genetycznego określonymi chorobami czy predyspozycji genetycznych do pewnych cech, np. nietolerancji pokarmowych. Dużym wyzwaniem pozostaje wciąż zaprezentowanie tak trudnych danych medycznych w przystępnej dla odbiorcy formie.

Wyzwanie

Celem jaki został przed nami postawiony było przeprojektowanie raportów wyników testów DNA. Docelowo, Intelliseq będzie oferował swoim odbiorcom trzy rodzaje raportów:

- “Kliniczny” – dedykowany dla specjalistów medycznych (lekarzy, analityków genetycznych, konsultantów genetycznych); zlecany w celu diagnostyki chorób genetycznych u pacjentów z określonymi objawami;
- Konsumencki “Health” – dedykowany dla klientów, nie będących specjalistami medycznymi, którzy chcą sprawdzić swoje genetyczne predyspozycje do różnych schorzeń i na tej podstawie określić plan działań profilaktycznych;
- Konsumencki “Wellness” – dedykowany dla klientów, nie będących specjalistami medycznymi, którzy chcą sprawdzić swoje genetyczne predyspozycje do różnych cech, np. poziom określonych witamin, metabolizm i na tej podstawie określić dietę lub aktywność.

Trzy rodzaje raportów to trzy różne grupy docelowe, więc również spore rozbieżności w oczekiwaniach co do sposobu prezentowanych danych. Z założenia raporty konsumenckie Health i Wellness miały być przyjazne i zrozumiałe dla klientów, którzy nie mają specjalistycznej wiedzy w dziedzinie genetyki, a raport Kliniczny – ułatwiać analizę wyniku konsultantom genetycznym.

Jak do tego podeszliśmy

Zdalne badania eksploracyjne

Produkt jest kierowany m.in. na rynek amerykański. Zależało nam, aby nasze projekty były zgodne z potrzebami użytkowników. Stąd decyzja, aby przeprowadzić badania eksploracyjne zdalnie, z użytkownikami w USA. Respondentami mieli być konsultanci genetyczni i klienci indywidualni, którzy wykonali już badania DNA i będą mogli nam opowiedzieć o swoich doświadczeniach związanych z raportami oraz odbiorze informacji, jakie się tam znajdują.

Pełna wyzwań rekrutacja

Rekrutacja tak specyficznej grupy respondentów za oceanem była sporym wyzwaniem. I nie chodzi tu bynajmniej o logistykę związaną ze strefami czasowymi, ponieważ mamy doświadczenia badawcze i projektowe w różnych częściach świata. Koszt zaangażowania firm rekruterskich jest bardzo wysoki, terminy realizacji bywają dosyć odległe, a bazy, gdzie można odnaleźć respondentów, niekoniecznie dają możliwość znalezienia tak wąsko zdefiniowanej grupy. Finalnie, Edisonda we współpracy z Intelliseq znalazła zarówno konsultantów genetycznych, jak i osoby, które podały się w przeszłości badaniu genetycznemu.

Co badaliśmy?

Raporty Kliniczne

Tu chcieliśmy dowiedzieć się przede wszystkim w jaki sposób specjaliści pracują z raportami i jak z ich perspektywy wygląda konsultacja z pacjentem w USA.

Raporty Health i Wellness

Podczas rozmów pytaliśmy o reakcje na otrzymane raporty oraz obawy związane z wynikami badań DNA.

Dodatkowo w trakcie rozmów pokazywaliśmy przykładowe, dostępne na rynku raporty oraz grafiki, które zgromadziliśmy w benchmarku poprzedzającym badania. Chcieliśmy sprawdzić, jaki sposób przedstawienia konkretnych danych będzie dla naszych grup docelowych najbardziej optymalny.

PDF dla konsultantów, strona www dla konsumenta

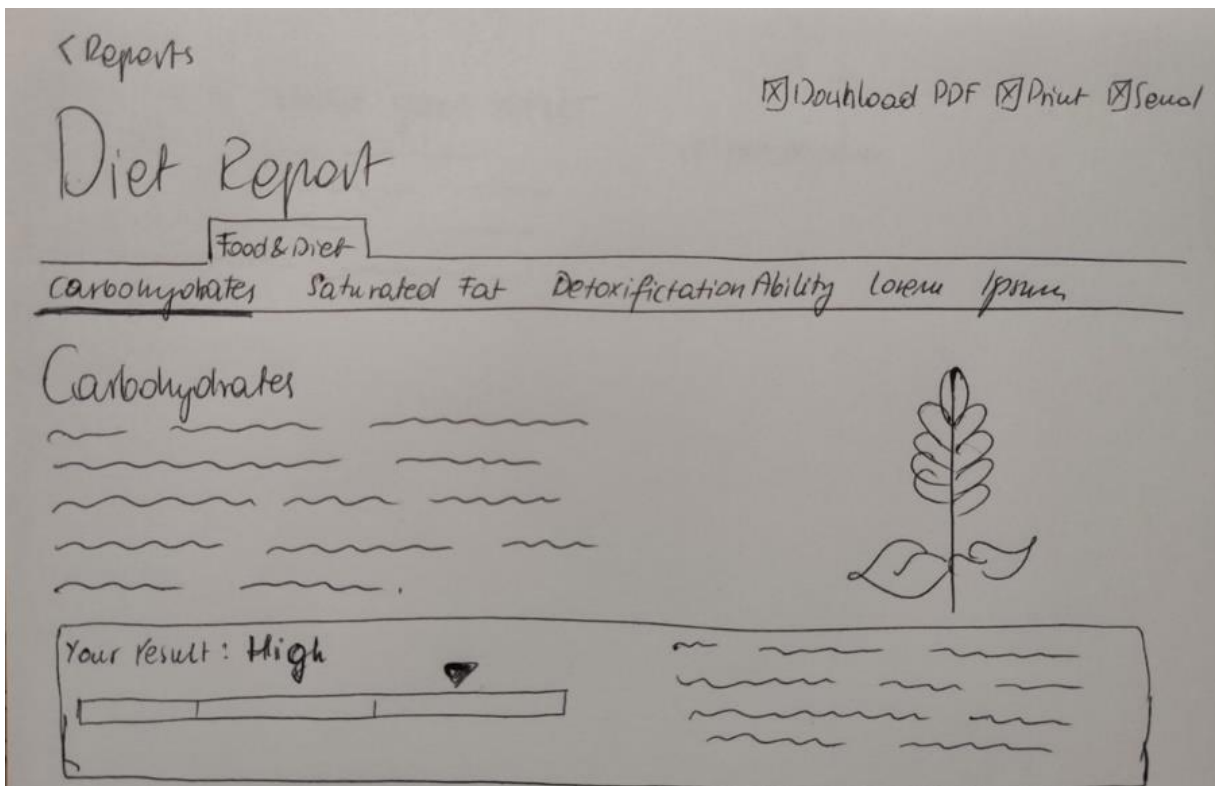
Podczas badań dowiedzieliśmy się dużo o realiach pracy konsultantów w USA – okazało się, że istotne jest dla nich m.in. zebranie najważniejszych wyników na początku raportu oraz możliwość wydruku danych. Najczęściej korzystają z PDF, więc raport powinien mieć właśnie taki format. Konsument, którzy analizują raporty we własnym zakresie wolą natomiast raporty interaktywne.

Koncepcja raportów

Ten etap należał do projektantów funkcjonalnych i graficznych. Od początku było wiadomo, że projektanci UX i UI będą ściśle ze sobą współpracować, ponieważ warstwa graficzna miała bardzo istotny wpływ na odbiór informacji. W raportach Klinicznych konsultanci genetyczni otrzymują bardzo dużo danych, które muszą być dla nich czytelne i odpowiednio zorganizowane. Natomiast w raportach konsumenckich, podstawą jest przystępna, zrozumiała forma przekazu oraz treść.

Bazując na wiedzy zdobytej w trakcie badań, warsztatów oraz benchmarku, zaczęliśmy projektowanie od papierowych prototypów, które po intensywnych konsultacjach na bieżąco były przerysowywane przez Projektanta UI.

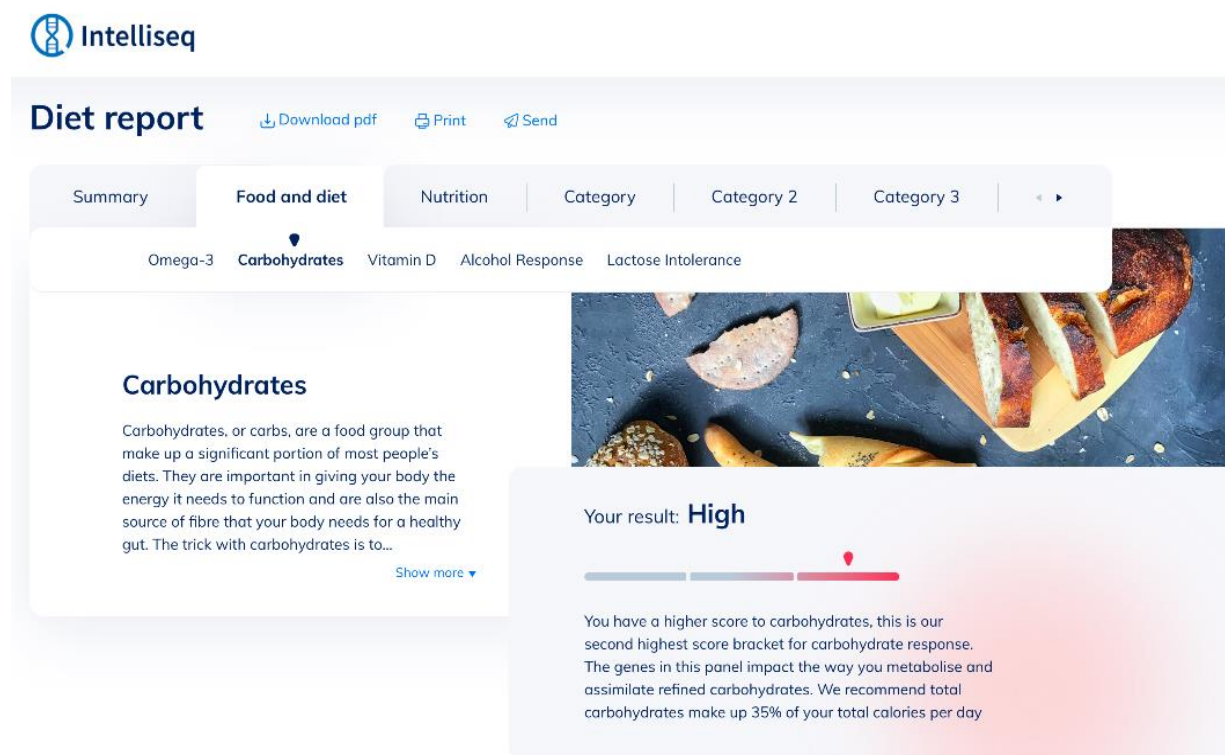
Zdecydowaliśmy się zaprezentować dane traktując je podobnie do wizerunkowych stron produktowych.



Pierwsze papierowe szkice

Badania koncepcji

Podczas tej fazy badań chcieliśmy sprawdzić pierwsze reakcje użytkowników na przyjętą przez nas koncepcję graficzną. Wróciliśmy do osób z którymi rozmawialiśmy podczas badań eksploracyjnych i pokazaliśmy im kilka pierwszych podstron i segmentów. Kierunek okazał się trafiony.



Diet report Download pdf Print Send

Summary **Food and diet** Nutrition Category Category 2 Category 3

Omega-3 **Carbohydrates** Vitamin D Alcohol Response Lactose Intolerance

Carbohydrates

Carbohydrates, or carbs, are a food group that make up a significant portion of most people's diets. They are important in giving your body the energy it needs to function and are also the main source of fibre that your body needs for a healthy gut. The trick with carbohydrates is to...

[Show more](#)

Your result: **High**

You have a higher score to carbohydrates, this is our second highest score bracket for carbohydrate response. The genes in this panel impact the way you metabolise and assimilate refined carbohydrates. We recommend total carbohydrates make up 35% of your total calories per day

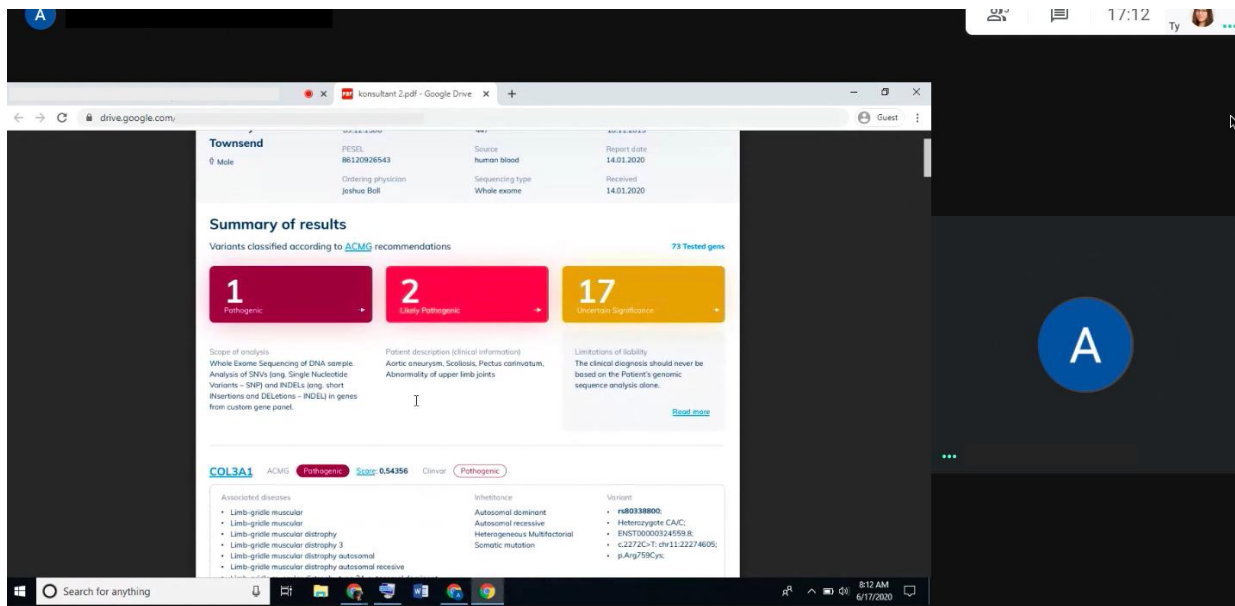
Przykładowa koncepcja 1

Dodatkowym, ciekawym aspektem tej części projektu, były reakcje badanych na możliwość uczestnictwa w procesie projektowania raportów oraz przyglądania się efektom wcześniejszych rozmów.

Rozwój raportów i testy użyteczności

Po badaniach koncepcji nastąpił intensywny czas prac nad projektami raportów, w przypadku testów konsumenckich również nad wersją mobilną. Cały czas współpracowaliśmy z klientem, który był niewątpliwym wsparciem merytorycznym.

Gotowe raporty poddaliśmy testom użyteczności. Zaprosiliśmy respondentów, którzy jeszcze nie mieli okazji widzieć koncepcji i sprawdziliśmy jak użytkownicy radzą sobie z poruszaniem się w przygotowanych przez nas raportach. Wdrożyliśmy do projektów zaobserwowane przez użytkowników sugestie.

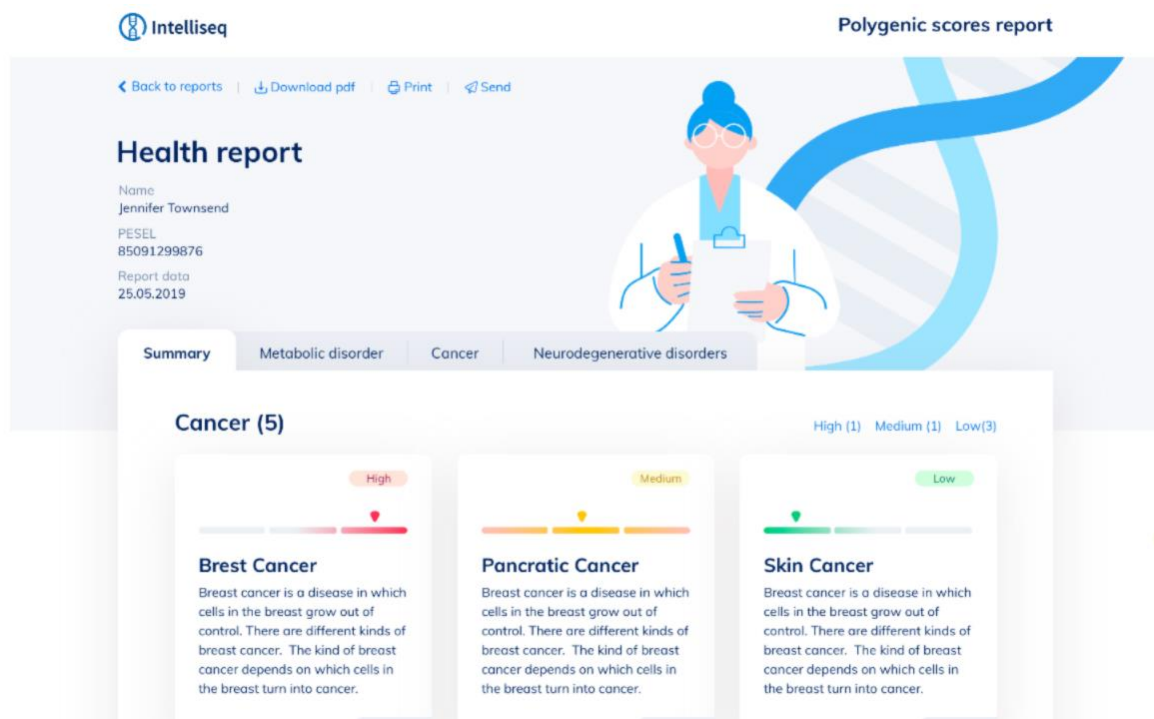


Badanie użyteczności

Główne rozwiązania UX i UI

- Zdalne badania eksploracyjne z trudno dostępną grupą respondentów w USA
- Duży nacisk na badania preferencji wizualnych użytkowników oraz testowanie koncepcji graficznej
- Wykorzystanie przyjaznych rozwiązań, znanych użytkownikom z wizerunkowych stron produktowych

- Dostosowanie wyglądu trzech różnych rodzajów raportów do specyficznych oczekiwań trzech grup docelowych
- Projekty dostosowane do formatu – web-desktop, web-mobile i interaktywny .pdf z możliwością wydruku
- Zestawienie najważniejszych wyników na początku raportu w intuicyjnych tabelach



Przykładowa koncepcja 2

Nasza opinia

“Cieszę się, że mogliśmy zrealizować badania UX raportów z badań genetycznych właśnie z Edisoną - doskonała organizacja pracy i profesjonalne podejście do badań. Wcześniej w Intelliseq skupialiśmy się głównie na technicznych aspektach raportów. Dzięki Edisonie wiemy, jak zawarte w nich wyniki komunikować pacjentom, lekarzom i konsultantom genetycznym. Zyskaliśmy perspektywę użytkownika - bezcenne doświadczenie!”

dr Klaudia Szklarczyk-Smolana, Business Development Director w Intelliseq sp. z o.o.

Podsumowanie

Etapy

- UX Research
- UX Design (paper prototyping, konsultacje)
- UI Design
- Badania koncepcji
- Poprawki po badaniach
- Testy użyteczności
- Zmiany po testach

Metody i narzędzia

- Indywidualne wywiady pogłębione z badaniami graficznymi
- Warsztaty z zespołem
- Benchmark
- Papierowe prototypy funkcjonalne
- Koncepcja graficzna
- Badania koncepcji graficznej i preferencji
- Zadaniowe testy użyteczności

Czas

- Luty – czerwiec 2020