

UI/UX Audit |



Obiectivul analizei

Identificarea modalitatilor de optimizare a performantei site-ului www.lensa.ro bazate pe insight-uri calitative si cantitative.

Orice propunere pleaca de la o ipoteza, iar cea mai buna cale este evaluarea websiteului luand in considerare experienta utilizatorului.

Metodologie

1. **Cercetarea initiala:** Aflam de ce vizitatorii parasesc websiteul, in ce moment se intampla, sau de ce cumparatorii decid sa faca o achizitie pe lensa.ro.
 - Analiza de date cantitative (Analytics)
 - Statistici si analize publice efectuate pe websiteuri similare
 - Cercetare calitativa (heatmaps & user recordings)
2. **UI/UX Audit:** Aceasta cuprinde analizarea layoutului, a flow-ului de navigare al website-ului si gasirea problemelor care pot impacta intr-o masura foarte mare procesul de decizie.

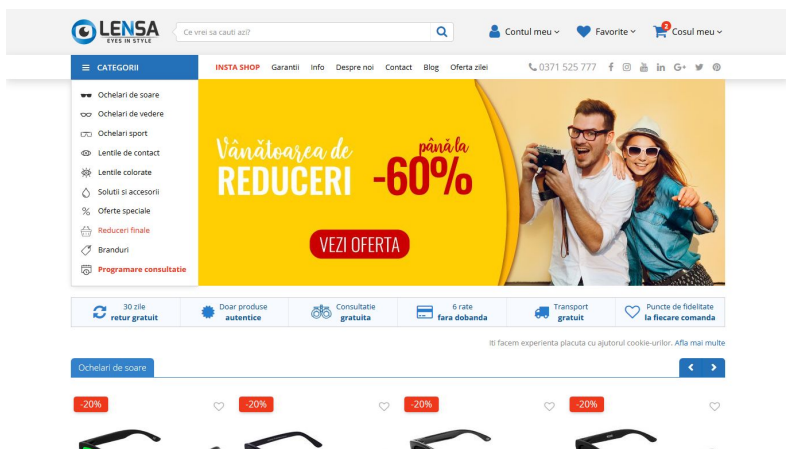
Analiza UI/UX

www.lensa.ro

In aceasta sectiune vom analiza fiecare pas din funnel si vom evidentia aspectele ce trebuiesc imbunatatite, fie prin implementarea lor directa, fie prin testare.

In cazul website-ului lensa.ro am luat in calcul asemanarea de structura si flow utilizator pe care o impartaseste cu website-ul emag.ro.

Ca mentiune, diferenta mare se observa pe partea de interfata ecran pe responsive si mai exact pe mobile. eMAG utilizeaza aplicatie pentru afisarea website-ului pe mobil, iar Lensa foloseste o abordare responsive, ambele fiind modalitati de afisare corespunzatoare, dar cu diferente majore de interfata.



VS



Din punct de vedere cromatic website-ul utilizeaza in mod destul de corespunzator coloritul brand-ului cu declinari in CTA-uri heading-uri si link-uri. Fontul utilizat, si anume Open Sans, suporta incarcarea rapida a paginii neexistand alt font utilizat in website, fiind un font destul de comun si in topul celor mai usor de citit Sans Serif.



The screenshot shows the top navigation bar of the LENSA website with a hamburger menu, the LENSA logo, and icons for phone, search, and user profile. Below the navigation is a section titled '1 Detalii facturare:' with two radio button options: 'Persoana fizica' (selected) and 'Persoana juridica'. Below this are four input fields: 'Nume *', 'Prenume *', 'E-mail *', and 'telefon *'.

Ce ne-a atras atentia sunt elementele de interactiune pe ecranele de mobil care sunt foarte mici. Conform unui studiu de “eyetracking” oferit de uxplanet.org este recomandat ca elementele de interactiune (in exemplul de fata radio buttons) sa fie in vecinatatea a 10 mm dimensiune pe ecranele de mobil pentru a oferi destul comfort in interactiunea cu degetul uman.

De asemenea majoritatea campurilor de tip input practica dimensiuni de font destul de mici, de 13px. Pentru a evita zoom automat la selectarea campurilor care creeaza discomfort vizual si o experienta neplacuta se recomanda aducerea dimensiunii in campuri la un minim de 16px (sursa: uxplanet.org).

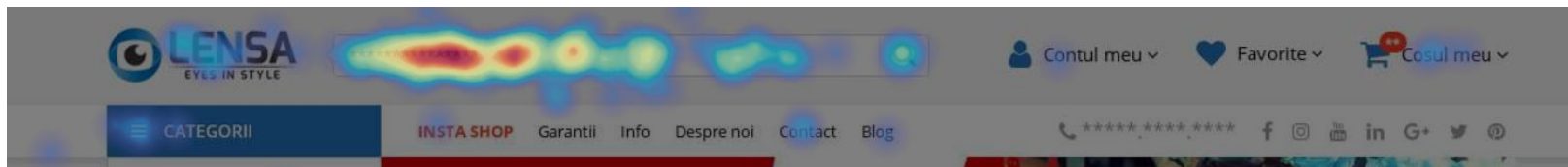
Polaroid	Hawkers
PLD 6040/S/X 807/M9	OTR23 Diamond Black Dark
stoc limitat	in stoc
393⁰⁰ lei	160⁰⁰ lei
216¹⁵ lei	128⁰⁰ lei

Descrierea produselor este impartita intre vizual si informatii text - stilul general de afisare al website-urilor de ecommerce. Pe Lensa observam ca dimensiunea fontului este destul de mica pe ecranele de desktop.

Avand un volum de vizitatori semnificativ si pe desktop putem imbunatati experienta lor prin oferirea de informatii ceva mai vizibile care sa nu necesite sa fortam utilizatorul intr-o continua focalizare si defocalizare vizuala.

La fel, si pe partea de preturi, nu doar ca au o dimensiune destul de mica, dar recomandam sa testam si alta cromatica pentru afisarea pretului. Psihologia culorii ne invata ca rosul in general se refera la pasiune, pericol si este o culoare cunoscuta pentru ridicarea tensiunii vizitatorului, pe cand negru ofera un oarecare stil de lux; albastru confera securitate si incredere.

Recomandam ca icon-urile de social media sa ramana in footer-ul paginii si nu in header sau in descrierea produsului. Observam in imaginea de mai jos aceste icon-uri nu au accesari, si, conform studiilor, in general nu au atata utilitate pe cat se crede ([Do social media buttons help conversion rate](#)). In general, utilizatorii nu urmaresc sa imparta informatia despre produsele cumparate.



Homepage Desktop

O pagina bine structurata, destul de optimizata, dar in care putem veni cu imbunatatiri din punct de vedere al interfetei. Observam in propunerea de mai jos ca am facut cateva mici modificari. Din moment ce banner-ul este cea mai evidenta schimbare fata de ceea ce exista pe website o sa discutam mai intai de acest aspect in cele ce urmeaza.

Contact | blog 0371 525 777

LENSA
EYES IN STYLE

Ce vrei sa cauti azi?

[User](#) [Heart](#) [Cart \(0\)](#)

CATEGORII 🏠 INSTA SHOP

- Ochelari de soare
- Ochelari de vedere
- Ochelari sport
- Lentile de contact
- Lentile colorate
- Solutii si accesorii
- Oferte speciale
- Reduceri finale**
- Branduri
- Programare consultatie**

Vanatoarea de reduceri
pana la 60%

[VEZI OFERTA](#)

Bannere-le in general sunt utilizate pentru anuntarea unei campanii sau unei promotii. In schimb, neutilizarea corespunzatoare poate foarte bine sa sperie vizitatorul sau sa creeze discomfort vizual fiind cu totul ignorate.

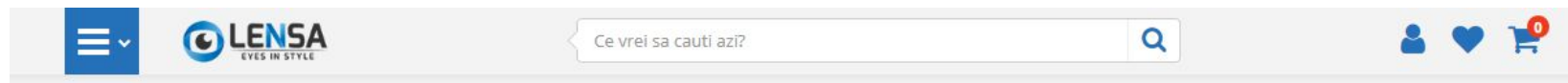
- Am creat o varianta tip mock-up in care am scos in evidenta atat textul de pe banner care acum este usor de citit/inteles (recomandam contraste diferentiale intre text si fundal)
- Subiectul din imagine (el si ea care se joaca cu perechi de ochelari) este mai vizibil si sustine mesajul intr-un mod mult mai clar
- Utilizarea de culori stridente cu font-uri de diferite tipuri este jucaus, dar pentru un vizitator care petrece cateva secunde pe website poate sa distraga de la informatia pe care o cauta sau de la produsul dorit
- Recomand pastrarea structurii de banner prin mentinerea pozitionarii textului si a CTA-ului

Prea multe informatii de tip link, icon si text per pagina ofera vizitatorilor un impact negativ deoarece ochiul uman nu poate percepe atata informatie deodata si automat creeaza haos vizual. Exista elemente pe care putem sa le inlaturam, sa le relocam sau sa le dispunem altfel vizual. In propunerea anterioara am luat exemplul altor website-uri de succes si:

- Am utilizat acea extra bara superioara in care am separat contact, blog si accesul rapid la contact telefonic.
- Am inlaturat icon-urile de social media din partea superioara a paginii
- Am lasat accesul la informatiile utilitare in partea de footer a website-ului
- Am inlaturat text-ul aferent icon-urilor de cont, cos si favorite (sunt icon-uri uzuale si utilizatorul cunoaste semnificatia)

Dupa toate aceste informatii rearanjate am ajuns la o interfata mai aerisita si cu informatie cat mai degajata si usor de citit.

- In sticky menu am reorganizat putin elementele sa creeze un vizual mai aerisit



- Recomandam scoaterea in evidenta a unor beneficii, restul putand fi utilizate in pagini mai potrivite
- Beneficiile ramase le marim pentru un grad mai mare de vizibilitate pentru a sustine conversia
- Si pentru a sustine tool-tip-ul am adaugat si cate un link corespunzator sub fiecare beneficiu

Oferte speciale

Reduceri finale

Branduri

Programare consultatie

VEZI OFERTA

30 de Zile Retur gratuit [vezi mai mult](#)

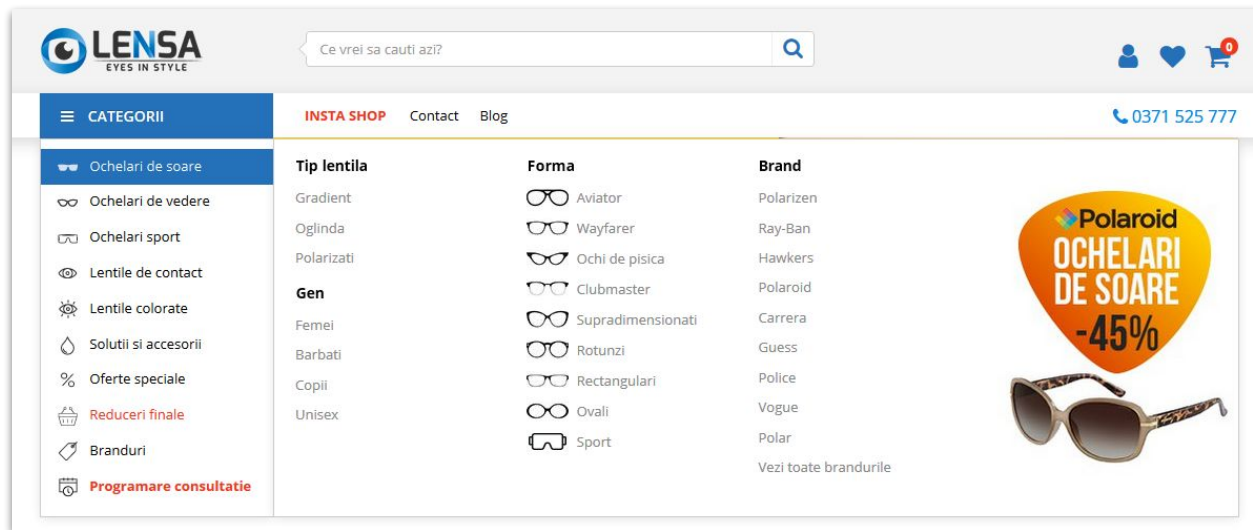
Transport Gratuit [vezi mai mult](#)

Plata in 6 rate fara dobanda [vezi mai mult](#)

Consultatie Gratuita [vezi mai mult](#)

Meniul ofera foarte putin din eye tracking la coordonarea utilizatorului a ceea ce face cu ceea ce primeste vizual. Nu are o modalitate clara in care sa iti arate ce anume esti pe cale sa alegi.

- Am creat o varianta de hover la elementele din meniu cu fundal albastru pentru a indica pozitia cursorului
- Recomand utilizarea stilului in tot meniul
- Pentru titlurile de categorii am ales o cromatica diferita, mai vizibila



Homepage Mobile

Recomandam reorganizarea elementelor pentru un acces mai usor la informatii, cat si decongestionarea vizuala a interfetei.

- Am inlaturat complet bannerele cu oferte, nu se interactioneaza cu ele conform heatmap-urilor. Acestea ascund continutul de tip beneficii si distrag de la navigare
- Am adaugat acces rapid la telefonul de contact intr-un mod accesibil pentru utilizatorii de mobile
- Searchbox-ul este permanent vizibil pentru un acces mai rapid
- Vizual-ul bannerului sugereaza utilizarea de font si CTA marite pentru a usura citirea si accesarea
- Scoase in evidenta beneficiile website-ului
- Alinierea logo-ului pe centru creeaza spatiu vizual si pentru meniul hamburger pe care vizitatorii sa il poata accesa mai usor fara a da tap accidental pe logo



Lista produse Desktop

Am observat ca primul lucru care sare in evidenta la accesarea pagini de listare de produse este un banner diferit de la o categorie la cealalta. Recomandam testarea unei variante fara acest banner si cu accent mai mare pe lista de produse selectata.

The screenshot shows the desktop version of the LENS A website's product listing page for eyeglasses. The header includes the LENS A logo, a search bar with the text "Ce vrei sa cauti azi?", and navigation icons for user, heart, and shopping cart. Below the header, there are navigation links for "CATEGORII", "INSTA SHOP", "Contact", and "Blog", along with a phone number "0371 525 777". The main content area is titled "Rame ochelari de vedere" and features a grid of four product cards. Each card displays a pair of glasses, a discount percentage, a "CADOU" (gift) icon, a star rating, the product name "Polarizen WD1020 C2", the price "99⁰⁰ lei" (with a crossed-out "149⁰⁰ lei"), and a "VEZI DETALII" button. The left sidebar contains filters for "AFISEAZA:" (Toate produsele, Promotiile, Lichidările de stoc, Produsele disponibile, Noutățile), "DISPONIBILITATE" (In stoc), and "PRET" (Min - Max: 42 lei - 7998 lei) with a price range slider and an "Aplica filtru pret" button. The top of the product grid includes sorting options ("Ordoneaza dupa: RELEVANTA") and pagination controls (1, 2, 3, ...).

Filtrarea produselor este bine pusă la punct urmând structura de la eMAG. Este simplă, ușor de utilizat și nu creează confuzie vizitatorului la accesare.

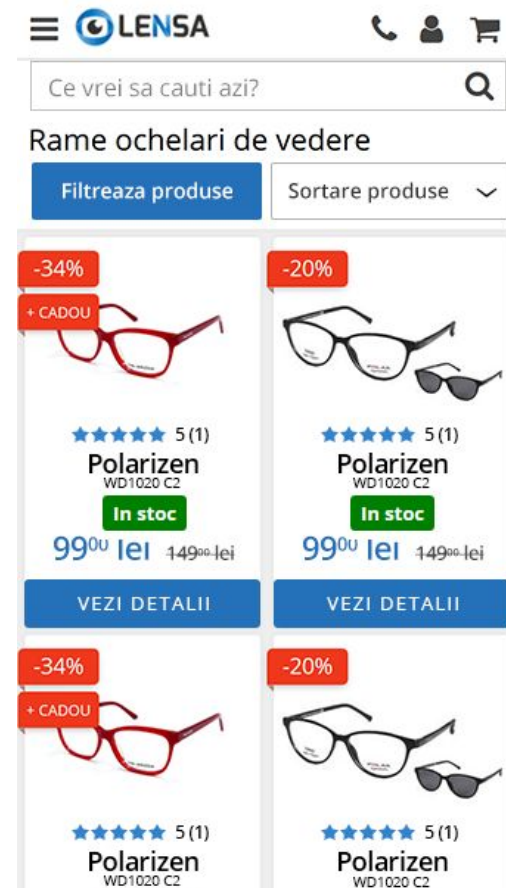
În schimb atenția mea a fost captată de produsele din liste

- Mărim puțin sistemul de rating al produselor. Am observat că în analiza de heatmap au destule accesări, ceea ce sugerează că utilizatorii sunt interesați de acest aspect, ca atare le oferim mai multă lămurire în a accesa acest element.
- Nu este necesar să avem mai multe variante de notificare stoc. Din ce am observat modalitatea de a notifica stocul este diferită de la listing la pagina de produs. Sugerez încercarea unei variante comune; astfel utilizatorii se pot obișnui vizual cu acest element.
- Sugerez să mărim informația de tip denumire produs, dar și pe cea de preț pentru o citire mai ușoară.
- Deși pe eMAG au ajuns la o formă de butoane cu icon-uri, nu recomand să utilizez icon-uri în încercarea de a semnaliza utilizarea butonului. Pentru un buton care e menit să indice "vezi detalii" putem încerca o variantă pe cromatică site-ului cu o abordare mai simplă.



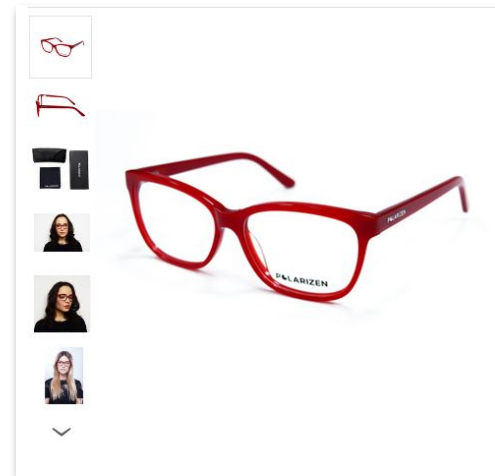
Lista produse Mobil

- Pe partea de ecrane mai mici recomand sa schimbam putin abordarea si sa scoatem mai mult in evidenta butonul de filtrare pentru a indamna la utilizarea filtrelor si mai mult.
- Ajustarea tipului de sortare pentru a sugera un simplu select-box si a nu se confunda cu un obiect de meniu
- Produsele listate la fel ca si pe desktop au primit sugestii la dimensiunea fontului, culorile utilizate, cat si forma elementelor
- Desi pe mobil nu exista acel buton unde pe desktop avem 2 recomand adaugarea unui buton de vezi detalii pentru a incuraja accesarea produselor de catre vizitatori



Detalii Produs Desktop

- Am reorganizat stilul de afisare a imaginilor de produse, cat si a slider-ului de imagini.
- Mutand carousell-ul de imagini in stanga vizualului principal putem aduce mai sus informatia care urmeaza, oferind mai multe informatii asupra produsului inca din primul fold (primul fold = inainte de scroll).
- De asemenea am observat ca variaza intre produse care este primul vizual oferit. Acest lucru poate crea o usoara confuzie deoarece prima imagine oferita nu este aceeaasi cu cea pe care vizitatorul a vazut-o in pagina de listare de produse.
- La fel este valabil si pentru coloana de informatii. Aici cred ca avem destul spatiu sa marim elementele de beneficii clienti.
- Inca o idee pe care o sugerez este deosebirea programului de loialitate. Modelul de puncte de fidelitate este un sistem care aduce valoare adaugata unui website din domeniul ecommerce, ca atare am evidentiat diferit acest lucru in imagine.



 **Ridicare personala din Showroom Lensa**
Poti ridica produsul din showroom azi pana la ora 21:00

 **Transport Gratuit**

 **30 de Zile Retur gratuit**

 **Plata in 6 rate fara dobanda**

 **Castigi 50 puncte de fidelitate**

- Pentru a oferi o imagine mai clara doresc sa experimentam prin a muta detaliile referitoare la promotie in zona pretului
- Putem crea un stil secundar de CTA pentru a evidientia posibilitatea de a adauga produsul la lista de favorite

Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2



★★★★★ 5,00
1 comentarii | Spune-ti opinia

Cod produs: 12503

Livrare rapida
Vei primi produsul maine intre orele 09:00-17:00

Ridicare personala din Showroom Lensa
Poti ridica produsul din showroom azi pana la ora 21:00

Transport Gratuit

30 de Zile Retur gratuit

Plata in 6 rate fara dobanda

Castigi 50 puncte de fidelitate

99⁰⁰ lei
149⁰⁰ lei

-34%

+ CADOU

In stoc



Adauga in cos



Adauga la favorite

Cumpara in rate
de la 16⁵⁰ lei / luna

CADOU



Solutie curatare lentile
ochelari ZENOPTIC Spectacle
Lens Cleaner 50 ml
[vezi detalii](#)
(35,00 lei)

Detalii Produs Desktop

Pentru a imbunatati prezentarea produsului pe mobile, cat si experienta utilizatorului pe site

voi face cateva recomandari punctuale:

- Mutam denumirea produsului pentru a oferi o unitate produsului
- Renuntam la modalitatea de a afisa numarul exact de poze prin buline
- Adaugam elemente de interactiune stanga - dreapta imaginii care totodata indica si modalitatea de "screen swipe" pentru a oferi o experienta mai placuta
- Putem pozitiona preturile si, implicit, tag-urile cu oferte in asa fel in cat sa poata fi citite cu usurinta si sa nu influenteze imaginea
- Daca ordonam in acest fel elementele observam ca putem afisa inca din primul ecran de mobil toate detaliile necesare pentru a comanda fara scroll acest produs









Cart Desktop & Mobile

Din punct de vedere cart putem face cateva lucruri sa imbunatam experienta utilizatorilor, aceasta pagina reprezinta momentul de decizie al clientilor potentiali, dar si al clientilor care au mai cumparat.

Separam elementele pe cat posibil ca sa poata fi deosebite unele de celalalte. Separam elementul de stergere a produsului de cos incat sa sugereze acest lucru.

The image shows two versions of a shopping cart interface for the brand LENS A. The desktop version on the left features a clean layout with a table of items, a summary box, and a 'Plaseaza comanda' button. The mobile version on the right is a vertical scrollable list of items with a 'Cosul meu' header.

Desktop Cart:

Produs	Cantitate	Stoc	Pret total	
 Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2 +  CADOU! Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml	1	In stoc	99⁰⁰ lei 149 ⁰⁰ lei	
<input checked="" type="checkbox"/> Extinde garantia produsului <input type="checkbox"/> Garantie Plus 1 AN: 9 ⁷⁶ lei <input type="checkbox"/> Garantie Plus 2 ANI: 14 ⁶⁴ lei				
 Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2 +  CADOU! Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml	1	In stoc	99⁰⁰ lei 149 ⁰⁰ lei	
<input checked="" type="checkbox"/> Extinde garantia produsului <input type="checkbox"/> Garantie Plus 1 AN: 9 ⁷⁶ lei <input type="checkbox"/> Garantie Plus 2 ANI: 14 ⁶⁴ lei				

Sumar comanda





Total produse	198 ⁰⁰ lei
Cost transport	GRATUIT
Total comanda	198⁰⁰ lei

Plaseaza comanda

Ai un Voucher Cadou? ▾

Mobile Cart:

Cosul meu

- 
Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2
 **CADOU!** Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml
1 **In stoc** **99⁰⁰ lei**
149⁰⁰ lei
 Garantie Plus 1 AN: 9⁷⁶ lei
 Garantie Plus 2 ANI: 14⁶⁴ lei
- 
Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2
 **CADOU!** Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml
1 **In stoc** **99⁰⁰ lei**
149⁰⁰ lei
 Garantie Plus 1 AN: 9⁷⁶ lei
 Garantie Plus 2 ANI: 14⁶⁴ lei

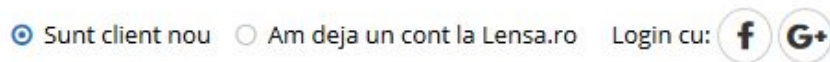
Checkout desktop

Observam primul lucru pe checkout bara de pasi care ne indica in ce stadiu al comenzii suntem. Desi este un element util pentru a comanda pe website-urile de ecommerce, unde checkout-ul este conditionat de anumiti factori si, ca atare, procesul poate avea 3 sau 4 pasi separati ca pagina, in cazul acesta nu este necesar. Pagina de Cos nu face parte din procesul de check-out de exemplu.

Checkout pe lensa.ro se face intr-un singur pas foarte simplu si accesibil. Ca atare putem sa eliminam acest element lasand loc formularelor de checkout.



Elementele de tip radio button sunt mici si usor de omis si recomand redimensionarea lor pentru a mari vizibilitatea.



Logarea cu conturile de Facebook sau Google poate la fel de bine sa faca parte din ecranul de logare a utilizatorului. Heatmap-urile ne arata ca nu au click-uri momentan. Putem testa o varianta mai evidentiata a lor pentru a determina care este impactul in RC si daca trebuiesc pastrate sau nu in acest pas.

Recomand de asemenea sa adaugam un element de securitate precum cel din pagina propusa mai jos care poate spori increderea cumparatorului ca datele lui sunt in siguranta. Adaugam si un link util care poate sa duca automat utilizatorul la sumarul de plata al comenzii precum si produsele comandate.

The screenshot shows the LENSEA checkout page with the following elements:

- Header:** LENSEA logo, search bar with "Ce vrei sa cauti azi?", and a user profile icon.
- Section:** "Plaseaza comanda" with a "Comanda securizata" badge and a "Vezi sumar comanda" link.
- Step 1: Detalii facturare:** Radio buttons for "Persoana fizica" (selected) and "Persoana juridica". Input fields for "Nume", "Prenume", "Telefon", and "Email".
- Step 2: Doresc livrare la:** Radio buttons for "Doresc livrare la adresa urmatoare" (selected) and "Ridicare de la Showroom Iuliu Maniu - Bucuresti". Dropdowns for "Alege judet" and "Alege oras". A large text area for "Adresa (ex: Strada, Nr, Bloc, Apartament, Punct de reper)". A link "vezi locatie" is present.
- Step 3: Doresc sa platesc:** Radio buttons for "Ramburs la livrarea coletului" (selected), "Online prin card bancar" (with VISA logo), "Depunere bancara / Ordin de Plata (primiti proforma dupa confirmarea comenzii)", and "Online cu card in rate si 0% dobanda".
- Step 4: Observatii:** A text area for "Observatii comanda (ex: detalii care credeti ca sunt necesare comenzii)".

Daca reorganizam campurile de input putem in continuare sa pastram un stil aerisit, dar sa scurtam si mai mult vizual acest proces care in formula existenta pare ceva mai lung.

La fel ca si pe cart sumarul reorganizat intr-un stil diferit per element poate sa creeze mai multa claritate in decizia clientilor.

Sumar comanda:

Produse comandate	Valoare
1 x Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2 Marime: 55mm Primesti gratuit: 1 x ZENOPTIC Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml in valoare de 35⁰⁰ lei	149 ⁰⁰ lei 99 ⁰⁰ lei
1 x Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1055 C1 Marime: 51mm Primesti gratuit: 1 x ZENOPTIC Solutie curatare lentile ochelari ZENOPTIC Spectacle Lens Cleaner 50 ml in valoare de 35⁰⁰ lei	149 ⁰⁰ lei 99 ⁰⁰ lei
Total: 198⁰⁰ lei	

Facturarea se face pe numele: [Modifica datele de facturare](#)

Livrare la adresa: [Modifica adresa de livrare](#)

Modalitate de plata: [Modifica modalitatea de plata](#)

Confirm ca am citit si sunt de acord cu [conditiile de utilizare](#).

Doresc sa primesc noutatile si promotiile Lensa.ro.

[Plaseaza comanda](#)

Am eliminat link-ul de "inapoi" deoarece in acest pas important de conversie nu ne dorim ca potentialul client sa iasa din pagina de decizie.

Pe device-urile mai mici checkout-ul poate la fel sa fie optimizat din punct de vedere accesibilitate. Marirea butoanelor de tip radio si a input-urilor poate sa aduca un plus de valoare prin usurarea completarii formularului de checkout cat mai rapid.

Observam ca desi campurile nu sunt schimbate foarte mult fata de varianta curenta avem un oarecare design curat si toate elementele se pot distinge cu usurinta.

The screenshot displays the Lensa mobile checkout interface, divided into four numbered steps:

- Step 1: Plaseaza comanda** (Place order). Includes a "Comanda securizata" (Secured order) badge. Radio buttons for "Sunt client nou" (I am a new client) and "Am deja cont pe site" (I already have an account on the site). A section titled "Detalii facturare:" (Billing details) with radio buttons for "Persoana fizica" (Natural person) and "Persoana juridica" (Legal person), and input fields for "Nume" (Name), "Prenume" (First name), "Telefon" (Phone), and "Email".
- Step 2: Doresc livrare la:** (Where do I want delivery?). Radio button for "Doresc livrare la adresa urmatoare" (I want delivery to the next address). Dropdown menus for "Alege Judet" (Choose county) and "Alege Oras" (Choose city). A text input field for "Adresa (ex: Strada, Nr, Bloc, Apartament, Punct de reper)" (Address). Radio button for "Ridicare de la Showroom Iuliu Maniu Bucuresti [vezi locatie](#)" (Pickup from Showroom Iuliu Maniu Bucharest).
- Step 3: Doresc sa platesc:** (How do I want to pay?). Radio buttons for "Ramburs la livrarea coletului" (Cash on delivery), "Online prin card bancar" (Online by bank card) with Mastercard and Visa logos, and "Depunere bancara / Ordin de Plata (primiti proforma dupa confirmarea comenzii)" (Bank deposit / Order form). A checked option for "Online cu card in rate si 0% dobanda" (Online with card in installments and 0% interest).
- Step 4: Observatii:** (Comments). A large empty text area.

Sumar comanda: (Order summary)

1x Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2	99 ⁰⁰ lei
	149 ⁰⁰ lei
Marime: 55mm	
1x Rame ochelari de vedere dama Polarizen WD1020 C2	99 ⁰⁰ lei
	149 ⁰⁰ lei
Marime: 55mm	
Total Comanda:	198⁰⁰ lei

Facturarea se face pe numele: (Invoicing is done in the name of:). [Modifica datele de facturare](#)

Livrare la adresa: (Delivery to address:). [Modifica adresa de livrare](#)

Modalitate de plata: (Payment method:). [Modifica modalitate de plata](#)

- Confirm ca am citit si sunt de acord cu conditiile de utilizare.
- Doresc sa primesc noutatile si promotiile Lensa.ro.

Plaseaza comanda

Toate sugestiile sunt menite sa imbunatateasca experienta
utilizatorului in navigarea lensa.ro prin imbunatatirea navigabilitatii si a
accesibilitatii pe
Flow-ul general de navigare.

Mulumesc!