

Case Study – Testy funkcjonalne sklepu internetowego (biżuteria & odzież damska)

1. Cel testów

Celem testów było sprawdzenie kluczowych funkcjonalności sklepu internetowego oferującego biżuterię i damską odzież. Sklep obsługiwał proces sprzedaży od wyszukiwania produktów, przez personalizację (np. wybór rozmiaru, koloru, długości łańcuszka), aż po płatności i finalizację zamówienia.

Testy miały na celu:

- zapewnienie poprawności działania ścieżki zakupowej,
- weryfikację walidacji formularzy,
- sprawdzenie integracji z systemem płatności,
- potwierdzenie zgodności z wymaganiami biznesowymi.

Dodatkowo istotne było upewnienie się, że proces zakupowy jest intuicyjny z perspektywy użytkownika i nie zawiera krytycznych barier (np. brak możliwości wyboru rozmiaru czy problemy z płatnością).

Z punktu widzenia biznesowego testy pozwoliły ograniczyć ryzyko utraty klientów oraz negatywnego wpływu na reputację marki. Niedziałający koszyk, błędy płatności czy brak walidacji danych w formularzach mogłyby prowadzić do spadku konwersji sprzedaży i wzrostu liczby porzuconych koszyków.

2. Zakres testów

Testy funkcjonalne

- rejestracja i logowanie użytkownika,
- wyszukiwanie produktów (biżuteria, sukienki, torebki),
- filtrowanie po rozmiarze, kolorze, cenie i materiale,
- dodawanie do koszyka i wishlisty,
- proces zamówienia i płatności.

Testy regresyjne

- sprawdzenie stabilności po wdrożeniu nowego modułu płatności online.

Testy negatywne

- próby zakupu z pustym koszykiem,
- niepoprawne dane w formularzu (np. brak rozmiaru).

Testy eksploracyjne

- nietypowe scenariusze np. zakup 50 produktów w jednej transakcji,
- jednoczesne logowanie z kilku urządzeń.

3. Narzędzia

- JIRA - zarządzanie przypadkami testowymi i raportowanie błędów.
- Google Sheets - dokumentacja przypadków testowych.
- Postman - testy API (koszyk, płatności).
- Chrome DevTools - analiza błędów frontendowych.

4. Przykładowe przypadki testowe

ID	Scenariusz	Kroki	Oczekiwany rezultat
TC01	Rejestracja użytkownika	1. Wejdź na stronę rejestracji 2. Wprowadź poprawne dane 3. Kliknij "Zarejestruj"	Konto zostaje utworzone, email aktywacyjny wysłany
TC04	Wyszukiwanie produktu	1. Wpisz w wyszukiwarce "Sukienka czerwona" 2. Kliknij "Szukaj"	Lista czerwonych sukienek widoczna
TC07	Filtrowanie	1. Wybierz kategorię "Biżuteria" 2. Ustaw filtr ceny 100-200zł	Wyświetlone tylko produkty w żądanym zakresie
TC12	Płatność kartą	1. Dodaj produkt do koszyka 2. Przejdź do płatności 3. Wprowadź dane karty kredytowej	Płatność zaakceptowana, zamówienie widoczne w historii
TC15	Negatywny test płatności	1. Dodaj produkt do koszyka 2. Wprowadź niepoprawny numer karty	Komunikat: "Niepoprawny numer karty"
TC20	Zakup bez logowania	1. Dodaj produkt do koszyka 2. Kliknij "Kup Teraz"	Komunikat: "Musisz być zalogowany aby kontynuować"

5. Przykładowe raporty błędów

Bug-21

Numer wersji strony internetowej, ważność i priorytet błędu.

Opis: Brak walidacji rozmiaru przy zakupie sukienki.

Kroki:

1. Dodać produkt do koszyka bez wyboru rozmiaru
2. Przejsć do checkoutu

Rzeczywisty rezultat: Można przejść dalej bez wyboru rozmiaru.

Oczekiwany rezultat: System powinien wymusić wybór rozmiaru. Status: Otwarte, priorytet wysoki.

Bug-34

Numer wersji strony internetowej, ważność i priorytet błędu.

Opis: Nie działa filtr „Cena do 100 zł” w kategorii biżuteria.

Kroki:

1. Przejść do kategorii „Biżuteria”.
2. Ustawić filtr cenowy do 100zł.
3. Zatwierdzić filtr i przejrzeć listę wyników.

Rzeczywisty rezultat: Pokazywane są produkty powyżej 100 zł.

Oczekiwany rezultat: Lista powinna być ograniczona do produktów ≤ 100 zł. Status: Otwarte.

6. Wnioski

Przeprowadzone testy pozwoliły na dokładną weryfikację kluczowych procesów w sklepie internetowym oferującym biżuterię oraz odzież damską. Aplikacja poprawnie obsługuje standardową ścieżkę zakupową, od rejestracji i logowania użytkownika, przez wyszukiwanie oraz filtrowanie produktów, aż po dodawanie do koszyka i finalizację transakcji. Z punktu widzenia użytkownika większość podstawowych funkcji działa w sposób intuicyjny i zgodny z założeniami biznesowymi.

Jednocześnie zidentyfikowano kilka istotnych problemów, które mogą negatywnie wpływać na doświadczenie użytkownika (UX) oraz konwersję sprzedażową:

- brak wymuszonej walidacji przy wyborze rozmiaru w przypadku produktów z wariantami (np. sukienki),
- nieprawidłowe działanie filtrów cenowych w kategorii biżuterii,
- brak pełnego pokrycia regresją dla nowych modułów, takich jak wishlisty czy płatności online.

Rekomendacje na przyszłość:

1. **Automatyzacja testów regresyjnych** – wdrożenie testów E2E (np. w Cypress) pozwoli na szybką weryfikację działania kluczowych funkcji po każdej aktualizacji.
2. **Dodatkowe testy walidacyjne** – wprowadzenie ścisłych kontroli w procesie zakupu, zwłaszcza dla produktów z wariantami rozmiaru, koloru czy długości.
3. **Rozszerzenie testów negatywnych** – uwzględnienie bardziej nietypowych scenariuszy, np. jednoczesnych zakupów z kilku urządzeń lub bardzo dużych koszyków.
4. **Priorytetyzacja błędów UX** – skupienie się na poprawie elementów, które bezpośrednio wpływają na frustrację klienta i rezygnację z zakupu.
5. **Stała współpraca z biznesem i działem marketingu** - tak, aby testy obejmowały również aspekty użyteczności i konwersji sprzedażowej, a nie tylko techniczną poprawność.

Podsumowując, sklep posiada solidne fundamenty techniczne, ale wymaga dopracowania w zakresie **walidacji danych i użyteczności interfejsu**. Wdrożenie powyższych rekomendacji znacząco podniesie stabilność systemu, komfort użytkownika oraz potencjalnie przełoży się na wzrost sprzedaży.