

Dokument przedstawiający przykładowy scenariusz testowy, przedstawiający proces planowania, projektowania i przeprowadzania testów aplikacji web. Zawiera autorskie komentarze, ukazujące sposób organizacji pracy i tok podejścia Autora.

SCENARIUSZ TESTOWY
ID **TS1**

TEST APLIKACJI WEBOWEJ **SKLEPTEST.PL**

Albert Drozdowski

*Dokument jest aktualizowany na bieżąco wraz z dodawaniem kolejnych elementów.
Ostatnia aktualizacja: 07.03.2023*

Przedmiot testu	2
Środowiska testowe	2
Rodzaje testów	2

Przedmiot testu

Przedmiotem testu jest strona sklepu internetowego Generic Shop znajdująca się pod adresem <https://skleptest.pl>:

- Strona główna

Środowiska testowe

Po opracowaniu przypadków testowych, przeprowadzanie będą one na najpopularniejszych i aktualnych na czas testów przeglądarkach desktopowych:

- Microsoft Edge
- Google Chrome
- Mozilla Firefox
- Firefox Developer Edition
- Opera










Rodzaje testów

Wykonywane będą testy **funkcjonalne**, **niefunkcjonalne**, **eksploracyjne**, **jednostkowe**. W przeprowadzanych przypadkach skupimy się na testach **czarnoskrzynkowych**.

Nie będziemy przeprowadzać testów automatycznych, nie będziemy również wykonywać weryfikacji, gdyż nie posiadamy dostępu do ustalonej wcześniej dokumentacji.

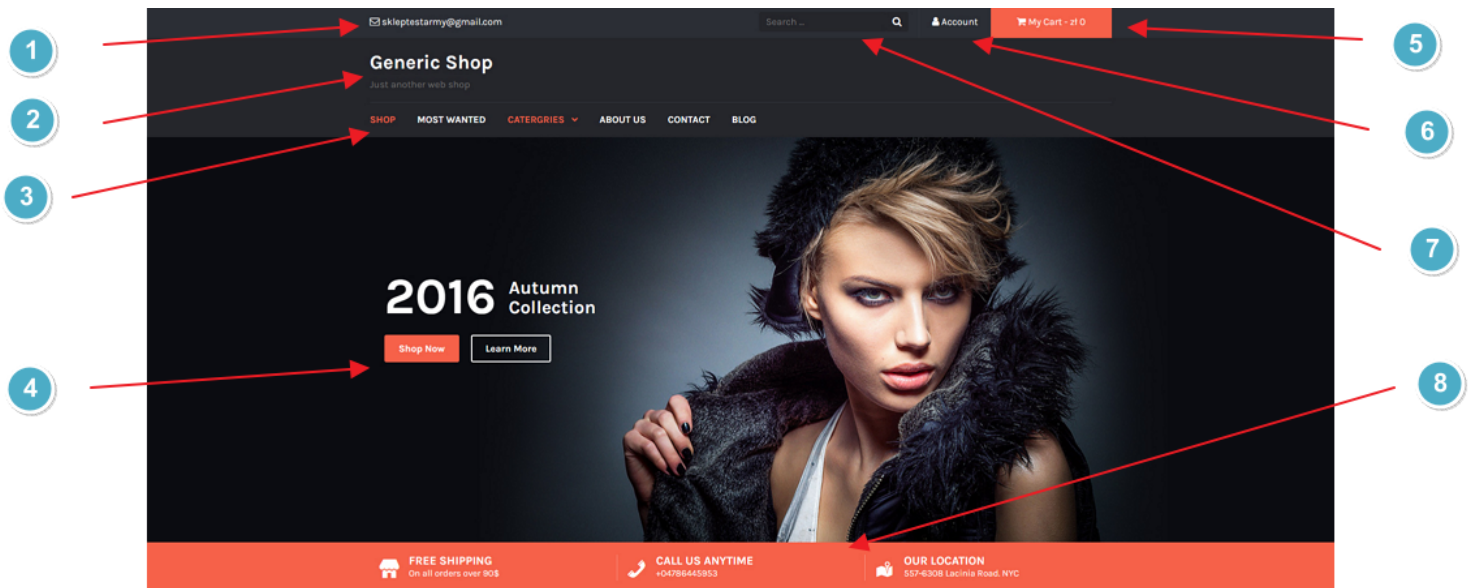
Generic Shop: Strona główna

Po uruchomieniu strony sklepu znajdującej się pod adresem: [Generic Shop – Just another web shop \(skleptest.pl\)](https://skleptest.pl) widzimy stronę główną, nasz przedmiot testów:

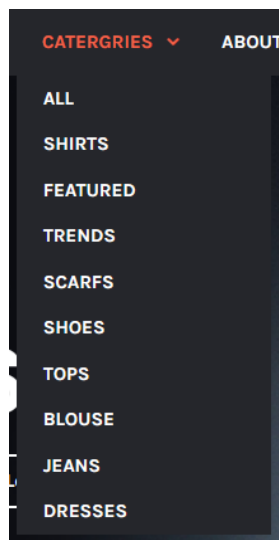
MOST WANTED		SCARFS		ON SALE	
	FITTY Belt 35 zł ADD TO CART		Ivriko Scarf 99 zł - 23 zł ADD TO CART		Marina Style 35 zł ADD TO CART
	Magnolia Dress 25 zł ADD TO CARD		Jennifer Scarf 36 zł ADD TO CART		Amaral Shirt 25 zł ADD TO CART
	Roccell Jeans 70 zł - 60 zł ADD TO CART		Andrea Scarf 37 zł ADD TO CART		Mariago Shirt 45 zł ADD TO CART

Dla lepszej organizacji pracy podzielimy ją i omówimy każdą część następująco:

Część górna strony, zawierająca nagłówek oraz główny baner reklamowy:



1. Adres kontaktowy sklepu w formie hiperłącza
2. Logotyp sklepu
3. Menu nawigacyjne do poruszania się po stronie, zawierające przyciski:
 - a. "SHOP" kierujący na stronę główną;
 - b. "MOST WANTED" dla wyróżnionych produktów;
 - c. "CATERGRIES" (z literówką :) będącym rozwijającym się menu z poszczególnymi kategoriami ubrań:



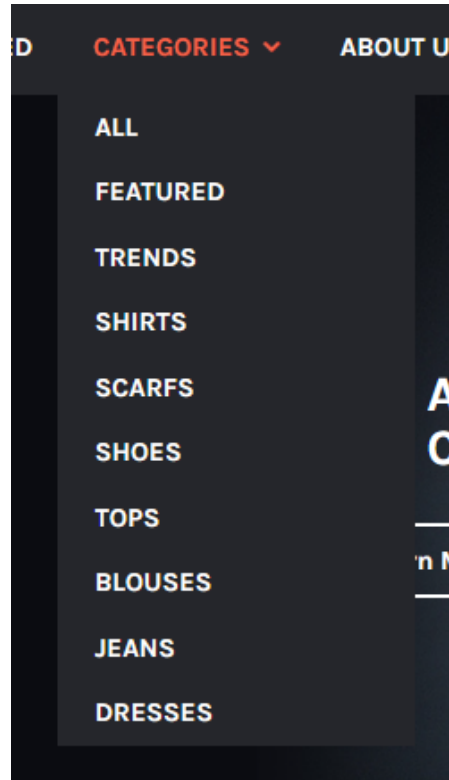
- d. "ABOUT US" kierujący do formularza kontaktowego;
 - e. "CONTACT" również kierujący do formularza kontaktowego;
 - f. "BLOG" dla części blogowej sklepu
4. Baner reklamowy zawierający odnośniki do kupna wyróżnionych promocją rzeczy oraz dodatkowych informacji o promocji

5. Przycisk koszyka
6. Przycisk "Account"
7. Wyszukiwarka
8. Pasek informacyjny oddzielający baner reklamowy od części głównej sklepu, zawierający informacje o darmowej dostawie, numerze telefonu i adresie sklepu

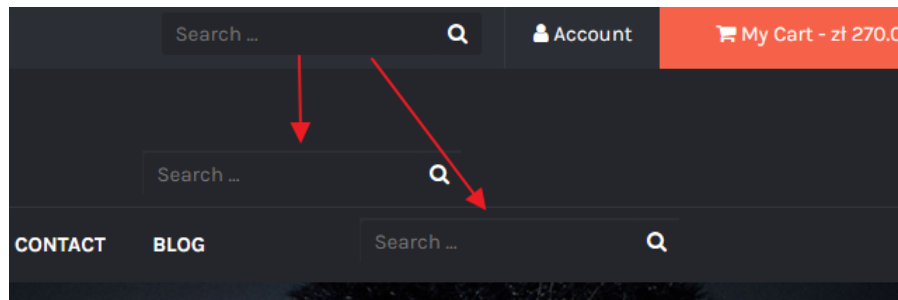
Znając tylko budowę stron, podstawową interakcję, nie zagłębiając się w jej dalsze działanie, już widzimy kilka defektów, mianowicie:

- Literówka w "CATERGRIES" zamiast poprawnego "CATEGORIES"
- "SHOP" oraz "CATERGRIES" są wyróżnione cały czas innym kolorem, gdy reszta menu jest wyróżniona tylko po najechaniu kursorem
- W menu nawigacyjnym widzimy kategorię "MOST WANTED", natomiast w menu wszystkich kategorii takiego wyróżnienia nie ma
- Kategoria produktów BLOUSE w menu "CATEGORIES" ma formę liczby pojedynczej, gdy reszta kategorii formę liczby mnogiej, sugerowana poprawka na BLOUSES;
- Kategorie w menu "CATERGRIES" są nieprawidłowo uporządkowane, między kategorie ogólne ALL, FEATURED, TRENDS wstawiono kategorię SHIRTS; Psuje to UX, kategorie promowane przez sklep powinny być najłatwiej dostępne. Produkty z kategorii FEATURED oraz TRENDS mają być z założenia najchętniej kupowane przez klientów i powinny znajdować się wyżej w menu;

Proponowany wygląd menu CATEGORIES, po poprawkach wykonanych w DevToolsach przeglądarki:



- Wyszukiwarka znajduje się w mniej dostępnym miejscu dla Użytkownika, sugerowane przeniesienie jej w bardziej dostępne i wygodne miejsce:



Na podstawie obecnej budowy nagłówka i UX, możemy wypisać następujące przypadki testowe:

ID	PRZYPADEK	OCZEKIWANY WYNIK
PT1	[Nagłówek] "skleptestarmy@gmail.com" pozwala na kontakt ze sklepem	Przekierowanie do formularza kontaktowego/klienta pocztowego
PT2	[Nagłówek] Napis "Generic Shop" przekierowuje na stronę główną sklepu	Przekierowanie na główną stronę sklepu
PT3	[Nagłówek] Opcja "SHOP" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Przekierowanie na główną stronę sklepu
PT4	[Nagłówek] Opcja "MOST WANTED" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Przekierowanie do sekcji produktów otagowanych "Most wanted"
PT5	[Nagłówek] Opcja "CATERGIES" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Rozwinięcie menu kategorii produktów
PT6	[Nagłówek] Opcja "ABOUT US" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Przekierowanie do sekcji ABOUT US
PT7	[Nagłówek] Opcja "CONTACT" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Przekierowanie do sekcji CONTACT
PT8	[Nagłówek] Opcja "BLOG" w menu nawigacyjnym działa zgodnie z przeznaczeniem	Przekierowanie do sekcji BLOG
PT9	[Nagłówek] Menu pod przyciskiem "CATERGIES" wyświetla się i działa poprawnie	Menu pod przyciskiem "CATERGIES" wyświetla się i działa poprawnie
PT10	[Nagłówek, CATERGIES] Kategorie w menu są uporządkowane	Kategorie są uporządkowane według priorytetu dla klienta
PT11	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "ALL" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z wszystkimi dostępnymi produktami
PT12	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "SHIRTS" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "shirts"
PT13	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "FEATURED" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "featured"

PT14	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "TRENDS" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "trends"
PT15	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "SCARFS" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "scarfs"
PT16	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "SHOES" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "shoes"
PT17	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "TOPS" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "tops"
PT18	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "BLOUSE" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "blouse"
PT19	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "JEANS" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "jeans"
PT20	[Nagłówek, CATERGIES] Opcja "DRESSES" przekierowuje na prawidłową stronę	Przekierowanie do strony z produktami otagowanymi "dresses"
PT21	[Nagłówek] Menu nawigacyjne poprawnie reaguje na kursor myszy	Po najechaniu kursorem, napis zmienia się na pomarańczowy
PT22	[Nagłówek] Menu nawigacyjne jest jednolite i estetyczne	Menu nie zawiera literówek ani innych błędów estetycznych
PT23	[Nagłówek] Przycisk "Shop Now" w banerze reklamowym przekierowuje w poprawne miejsce	Przekierowanie do wyróżnionych promocją produktów
PT24	[Nagłówek] Przycisk "Learn More" w banerze reklamowym przekierowuje w poprawne miejsce	Przekierowanie do informacji o wskazanej promocji
PT25	[Nagłówek] Walidacja przycisku "My Cart" - przekierowanie do stanu zamówienia	Przekierowuje użytkownika do obecnego stanu zamówienia
PT26	[Nagłówek] "My Cart" poprawnie wyświetla kwotę obecnego zamówienia	Kwota zgadza się z wartością zamówionych rzeczy
PT27	[Nagłówek] "Account" reaguje poprawnie w zależności od stanu Użytkownika (zalogowany)	Przekierowuje do informacji o zalogowanym koncie
PT28	[Nagłówek] "Account" reaguje poprawnie w zależności od stanu Użytkownika (niezalogowany)	Przekierowuje do formularza logowania się / rejestracji
PT29	[Nagłówek] Wyszukiwarka nie pozwala na wysłanie "pustego" (bez żadnych znaków) zapytania	Brak reakcji przeglądarki / komunikat ~"Pole nie może być puste"
PT30	[Nagłówek] Wyszukiwarka wyszukuje znajdujące się w sklepie produkty	Po wpisaniu danej frazy pojawiają się elementy je zawierające
PT31	[Nagłówek] Wyszukiwarka podpowiada zapytanie - "Czy chodziło ci o..." w przypadku podania błędnego	Wyszukiwarka podpowiada gdy podano błędne zapytanie, np "blak" = "black", "blu" = "blue", etc
PT32	[Nagłówek] Informacja "FREE SHIPPING" na banerze zgadza się z resztą strony	Informacja o walucie jest jednakowa na całej stronie (tutaj USD)
PT33	[Nagłówek] Informacja "CALL US ANYTIME" na banerze na banerze zgadza się z resztą strony	Inne podstrony kontaktowe zawierają ten sam numer telefonu
PT34	[Nagłówek] Informacja "OUR LOCATION" na banerze na banerze zgadza się z resztą strony	Inne podstrony kontaktowe zawierają ten sam adres

Przypadki testowe będziemy egzekwować w późniejszym czasie, po opracowaniu wszystkich możliwych dla przedmiotu testu.

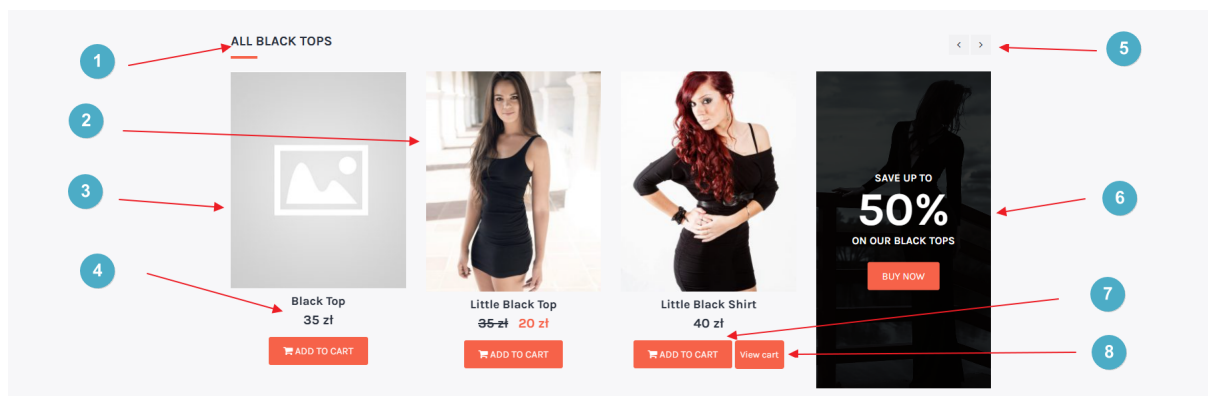
Następnym elementem jest część główna strony, podzielona na kategorie. Całość powinna być poprawnie opisana, intuicyjna i czytelna dla Użytkownika końcowego, klienta sklepu.

Widzimy iż kategorie TRENDS, FEATURED, ON SALE, MOST WANTED znajdują się w dolnej części strony zamiast być wyżej i zwracać uwagę potencjalnego klienta. Jednocześnie kategoria ON SALE nie zawiera przecenionych produktów, ani nie znajdowała się w menu nawigacyjnym w nagłówku strony.

Dodatkowo ceny przy produktach podane są w PLN, gdy wcześniej informowano o promocyjnej dostawie powyżej pewnej ceny w USD. Finalnie użytkownik nie wie jaką walutą ma się posłużyć.

Kategorie ALL BLACK TOPS, HIGH HEEL SHOES, FEATURED, TRENDS wyglądają podobnie, posiadają podobną nawigację. W ALL BLACK TOPS oraz HIGH HEEL SHOES dodatkowo znajduje się baner reklamowy.

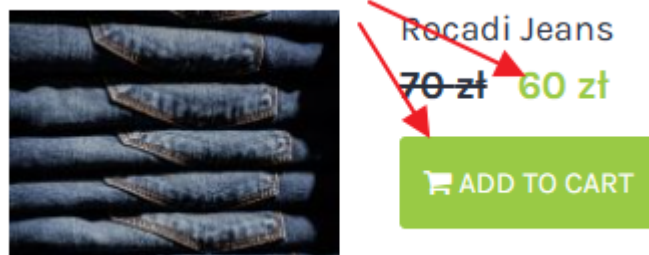
Przyjrzyjmy się wybranej kategorii:



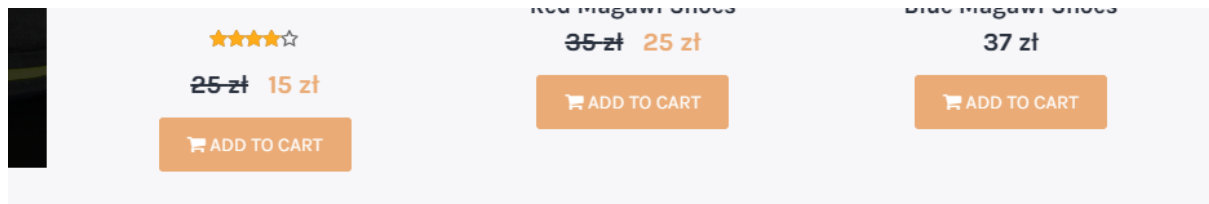
1. Nazwa wybranej kategorii produktów
2. Zdjęcie produktu - po najechaniu kursorem przybliża zdjęcie i pozwala na poruszanie nim
3. Placeholder w przypadku braku zdjęcia produktu
4. Nazwa produktu i cena bez promocji/promocyjna
5. Menu do nawigacji wewnątrz wyróżnionej kategorii
6. Reklama z odnośnikiem BUY NOW kierującym do promocyjnych produktów
7. Przycisk ADD TO CART dodający wybrany produkt do koszyka zakupowego
8. Przycisk VIEW CART, pojawiający się obok ADD TO CART po dodaniu produktu do koszyka

W przypadku każdego menu z wyróżnioną kategorią zwracamy uwagę na następujące rzeczy:

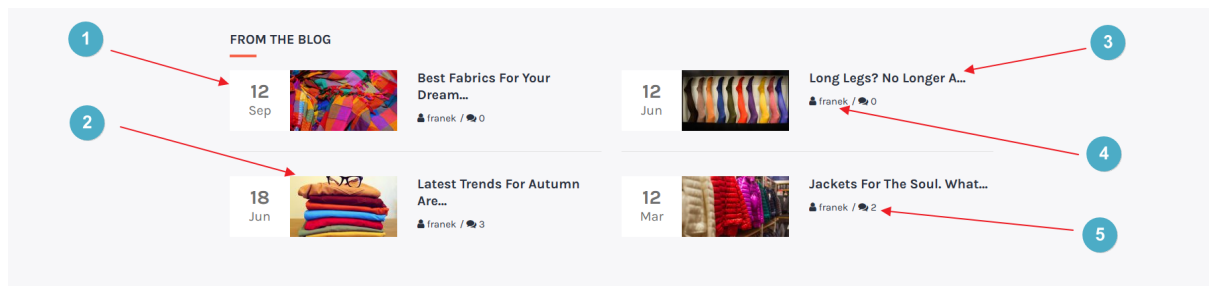
- Placeholder w przypadku sklepu nie powinien mieć miejsca - klient nie widzi co kupuje
- Promocyjna cena produktu kolorystycznie zlewa się z przyciskami zakupowymi - promocyjne ceny są mniej widoczne i nie przyciągają uwagi:



- Przyciski ADD TO CART nie są ułożone równo względem siebie:



Inną formę ma kategoria FROM THE BLOG, gdzie znajdziemy odpowiednio:



1. Datę opublikowania wpisu na blogu
2. Grafikę będącą linkiem do prezentowanego wpisu
3. Tytuł wpisu - przekierowuje do danego wpisu
4. Autora danego wpisu, kliknięcie na niego pokaże wszystkie wpisy danego autora
5. Ilość komentarzy, których kliknięcie przekierowuje do sekcji komentarzy danego wpisu

Na podstawie opisanych elementów części głównej strony, stworzymy następujące przypadki testowe:

ID	PRZYPADEK	OCZEKIWANY WYNIK
PT35	Kategorie są ustawione wg. priorytetu dla Użytkownika	Kategorie MOST WANTED, TRENDS, ON SALE, FEATURED są łatwiej dostępne na górze strony, a FROM THE BLOG znajduje się na samym dole strony
PT36	Kategoria ON SALE zawiera tylko przecenione produkty	Kategoria ON SALE zawiera tylko przecenione produkty
PT37	Nazwa kategorii zgadza się z zamieszczonymi w niej produktami	Nazwa kategorii zgadza się z zamieszczonymi w niej produktami
PT38	Zdjęcie produktu służy jako link do strony z przedmiotem	Kliknięcie w zdjęcie przekierowuje do strony produktu
PT39	Nazwa produktu służy jako link do strony z przedmiotem	Kliknięcie w nazwę pod zdjęciem przekierowuje do strony produktu
PT40	Zdjęcie produktu zgadza się z jego nazwą	Zdjęcie produktu zgadza się z jego nazwą
PT41	Nawigacja wewnątrz zdjęcia produktu przebiega poprawnie (najeżdżanie kursorem, poruszanie nim, zjeżdżanie)	Nawigacja wewnątrz zdjęcia produktu przebiega poprawnie
PT42	Promocyjna cena produktu jest odpowiednio wyróżniona	Promocyjna cena produktu jest odpowiednio wyróżniona
PT43	Przycisk ADD TO CART działa poprawnie	Kliknięcie w ADD TO CART dodaje prawidłowy produkt do koszyka
PT44	Po dodaniu produktu przyciskiem ADD TO CART Użytkownik otrzymuje komunikat o dodaniu produktu	Komunikat "X dodano do koszyka"
PT45	Przycisk VIEW CART działa poprawnie	Kliknięcie w VIEW CART przekierowuje Użytkownika do obecnego stanu koszyka zakupowego
PT46	Weryfikacja działania strzałek nawigacyjnych	Kliknięcie strzałek nawigacyjnych kategorii pozwala poruszać się w wyróżnionej kategorii przedmiotów
PT47	Weryfikacja działania reklamy	Kliknięcie w reklamę przenosi Użytkownika do reklamowanej treści
PT48	Weryfikacja działania przycisku BUY NOW w reklamie	Kliknięcie w BUY NOW przenosi Użytkownika do reklamowanej treści
PT49	Nawigacja myszą wewnątrz wyróżnionej kategorii działa poprawnie	Strona pozwala nawigować kategorią po kliknięciu i przytrzymaniu przycisku myszy
PT50	[FROM THE BLOG] Weryfikacja działania zdjęcia artykułu	Kliknięcie w zdjęcie artykułu przekierowuje Użytkownika do danego wpisu na blogu
PT51	[FROM THE BLOG] Weryfikacja działania tytułu artykułu	Kliknięcie w tytuł artykułu przekierowuje Użytkownika do danego wpisu na blogu

PT52	[FROM THE BLOG] Weryfikacja działania autora artykułu	Kliknięcie w autora artykułu przekierowuje Użytkownika do wszystkich wpisów danego autora
PT53	[FROM THE BLOG] Weryfikacja działania liczby komentarzy	Kliknięcie w liczbę komentarzy artykułu przekierowuje Użytkownika do komentarzy danego artykułu

W następnej kolejności zajmiemy się stopką strony