

Une campagne de test

Pour le test logiciel, une campagne de test c'est l'exécution d'un ensemble de cas de tests sur une période déterminée... logiciel manuel est l'exécution d'un ensemble de cas de tests sur une période déterminée. Elle permet de vérifier le bon fonctionnement du logiciel ou de l'application web/mobile.

Tout d'abord une campagne de test regroupe plusieurs intervenants :

- Le client : l'éditeur du site internet (ou de l'application mobileService informatique qui peut s'utiliser lors d'un déplacement sans nécessité de branchement...) via ses équipes métier comme le marketing, le digital, la DSI ou des fonctions supports.
- Les développeurs du produit à tester, équipe pouvant être interne ou externe à l'éditeur
- L'équipe de testeurs : en interne ou en externe (nearshore/offshore)

Une campagne de test se décompose en 5 étapes essentielles. Pour qu'elle soit efficace, il est impératif de toutes les réaliser.

1. Réception

Les testeurs reçoivent de la part du client les documents permettant d'écrire les cas de tests. Le test leader pourra produire une première estimation du temps nécessaire à la conception et à l'exécution de la campagne de test.

A cette étape les documents attendus sont les user stories, spécifications fonctionnelles, maquettes graphiques... ou tout document permettant de comprendre le fonctionnement métier de l'application. Avoir une bonne documentation permet d'écrire des cas de tests robustes, efficaces et complets.

De plus La lecture de ces éléments par un regard extérieur permet souvent de remonter des incohérences, des oublis ou des failles dans la rédaction du besoin. L'échange avec le client est essentiel. Plus les équipes métiers du client seront disponibles, plus la campagne de test sera bien menée.

2. Conception

Lors de cette étape, les testeurs conçoivent les cas de testUn cas de test se définit par l'action à exécuter, le jeu de test à utiliser et le résultat attendu..... C'est-à-dire la transcription des spécifications en sous-ensemble constitués de l'action à exécuter,

des jeux de données nécessaires et du résultat attendu. La bibliothèque de cas de tests ainsi obtenus permet de créer les plans de test à exécuter lors de la prochaine campagne de test en fonction des livraisons par les développeurs.

Enfin chaque cas de test doit être associé à une priorité. La priorisation des tests permet de gérer au mieux l'effort de test en fonction des impératifs du client (temps, budget)

En fonction des projets, une bonne pratique est de rédiger les cas de tests dans un outil web de référentiel de test comme Testlink, Squash TM ou un des nombreux plugins JIRA.

3. Mise en place

Maintenant que les cas de test sont rédigés et priorisés, et avant de débiter l'exécution des cas test, le testeur doit s'assurer que tout est en place. Les étapes effectuées sont les suivantes :

- Vérification de la disponibilité des jeux de données,
- Disponibilité de l'environnements de test,
- Sélection des configurations (1 device, 1 OS, 1 navigateur).

La mise en place, incluant le plan de test, doit être validée par le client.

4. Exécution

Les testeurs déroulent les cas de test selon le plan de test et les configurations définies avec le client. Les anomalies détectées sont :

- Rejouées pour éviter les faux positifs
- Documentées avec à minima un résumé, le rappel des étapes pour reproduire le bug, les screenshots, l'environnement et les configurations impactées.
- Renseignées dans le bug tracker du client (Jira, Mantis, Redmine, Excel, Google Doc...).

Les testeurs participent à la revue régulière des anomalies avec le client et les développeurs pour les valider ou les compléter le cas échéant.

Attention une anomalie n'est pas toujours un défaut dans le code. Elle peut concerner un manquement dans les spécifications, une erreur de compréhension lors de conception du cas de tests ou encore un problème dans les jeux de données. La réunion permettant de trier les anomalies est donc cruciale pour une résolution rapide.

5. Bilan

Phase finale de la campagne de test logiciel manuel, les testeurs remettent un bilan au client lui permettant d'avoir une vue globale de celle-ci. Le bilan permet d'avoir une synthèse sur la campagne de test. Il permet aux décideurs d'avoir un indice de confiance sur la qualité des développements et de pouvoir prendre la décision de déployer ou non la livraison.

Un bilan peut contenir, et sans s'y limiter, les informations suivantes :

- La ventilation des anomalies en fonction de la sévérité et criticité,
- Le temps passé,
- Le pourcentage d'anomalies par rapport au nombre de cas de test,
- La répartition des anomalies entre fonctionnelle et ergonomique,
- Une synthèse avec les points de vigilance.

Une campagne de test logiciel manuel est un processus global de la préparation jusqu'au son reporting auprès du client. Cela demande des éléments et aussi de la disponibilité du client. Testing Studio vous accompagne tout au long de ces étapes.

Une bonne campagne de test se prépare en amont !