

Topic 12. QA reports.

Содержание

1. Введение.
2. Целевая аудитория.
3. Глубина выборки.
4. Методы предоставления информации.
5. Основные поля.

Каждый, рано или поздно, сталкивается с проблемой «как написать отчет?», «что написать?» и «кто это будет читать?». На самом деле, отчет — это важная форма передачи информации от исполнителя к потребителю. Это ответ на его технические требования и одновременно информация о проделанной работе.

Создание понятного отчёта о тестировании (test-report) на практике.

Для начала, давайте вспомним следующее:

Отчёт — это документ, содержащий информацию о выполненных действиях, результатах проведённой работы. Обычно он включает в себя таблицы, графики, списки, просто описывающую информацию в виде текста. Их пропорция и содержание определяют понятность отчета.

Нам важно понять, для кого, для чего и в каких условиях мы это делаем и на сколько это улучшит восприятие излагаемой нами информации. Надо помнить, что каждое действие преследует определенную цель. В случае отчета нам важно понять, для кого, для чего и в каких условиях мы это делаем.

В отчете мы даем анализ нашей работе и оценку тестируемому продукту.

Вид компании, в идеальной ситуации, не должен влиять на качество и смысловую ёмкость отчетности. В реальном же мире отчетность аутсорсинговых компаний является, как правило, более качественной и емкой, чем отчетность штатных отделов тестирования.

Мы вынуждены уделять большое внимание качеству и прозрачности отчетности, потому что она является ключевой видимой заказчику метрикой оценки нашей работы.

Саму отчетность можно разделить на финальную и регулярную – дневную, недельную, месячную, версию (для каждой версии продукта) и т.п. Различия заключаются в глубине временной выборки.

Итак, перед написанием отчета, сначала нам надо определиться для кого мы его пишем.

При создании отчета важно понимать, для кого он создаётся, и кто будет его читать.

Исходя из приоритетов целевой аудитории, мы должны определить, какую информацию должен содержать отчёт. Соответственно, в ходе проекта, информация должна консолидироваться по тому направлению, которое необходимо отразить.

Мы можем выделить три группы целевых аудиторий:

1. *Технические пользователи* — Test-manager. Для них приоритетно понимание хода тестирования, какие возникают проблемы, как они решаются, построение самого процесса тестирования, описание применяемых методов и технологий.
2. *Product Manager*, они же Менеджеры продукта. Их фокус сконцентрирован на сроках выполнения, выжимки из результатов тестирования без излишних технических подробностей и на общую статистику (цифровые и сравнительные метрики).
3. *Бизнес-пользователи*. Обычно это и есть те люди, которые принимают решения по завершению тестирования. Они же определяют качество проделанной работы. Для них, в первую очередь, важен конечный результат в максимально кратком и ясном формате (да\нет), наглядное представление информации (графики, диаграммы), экспертное мнение о возможности выпуска продукта в промышленную среду и т. п., без углубления в детали.

Вывод: *Написать отчет, который устроит все группы, практически*

Отчёты могут делиться на два вида относительно времени:

1. **(Недельный, дневной, месячный)/ промежуточный.**

В общем, это практически тот же финальный отчет, но с измененными приоритетами фокуса и уменьшенной глубиной временной выборки. В нем обязательно должны содержаться две главных метрики:

- Оценка степени готовности продукта.
- Оценка проведённых работ по тестированию за время между отчетностями (прогресс).

Этот отчет должен показать какова динамика вашей работы.

Важно помнить, что **прогресс** – величина не постоянная, а динамическая, она определяется за счёт сравнения состояния проекта на прошлой неделе и настоящей. Соответственно прогресс – это совокупность метрик, позволяющих понять в каком состоянии находится проект.

Они создаются для каждого проекта индивидуально, основываясь на целях, которые ставятся для успешного проведения тестирования. Метрики ставятся при создании ТК (тест-кейсов), прохождении ТК (провален\пройден), обнаружении дефектов (критичность). Они позволяют доступно и достаточно быстро составить общую сравнительную картину по проекту. Данная информация полезна и необходима для *Product Manager*, её составляют и контролируют *Test-manager*, а также QE и SQE.

Есть еще один важный и часто используемые тип временного отчета – **версионный** (отчет по итерации). Он схож с итоговым. В нём описываются те задачи, которые были выполнены командой тестирования для конкретной версии продукта.

2. **Финальный.**

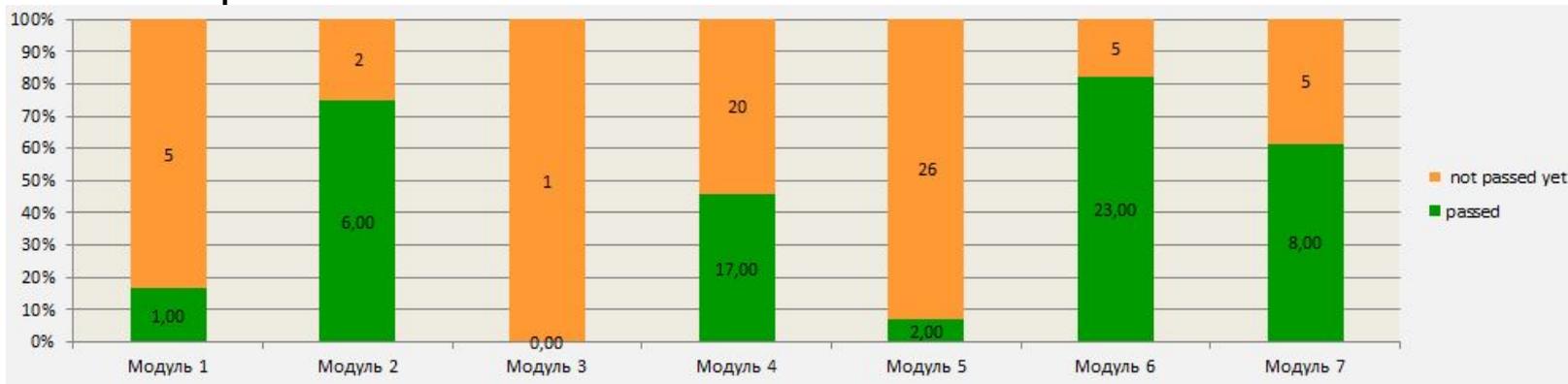
В финальном отчете важно показать общий взгляд на проделанную работу (в контексте установленных метрик) и эволюцию продукта. Так же, надо дать исчерпывающую информацию о статусе продукта в данный момент (количество оставшихся неисправленных ошибок, полностью ли протестирован продукт или требуется дополнительный цикл тестирования, оценка возможности выпуска продукта и т.д).

Вывод: *Ведите статистику, используя метрики в течении всего проекта. Она поможет вам в нужный момент предоставить любую информацию заказчику и избавит от страха перед вопросами «А что конкретно вы сделали на четвертой неделе?» и «Что у нас со сроками?».*

Когда технический специалист пишет для другого технического специалиста, вопрос о применении тех или иных приемов отражения информации возникает редко. Термины, формулы, профессиональный сленг – это привычно и понятно. Гораздо сложнее писать отчеты для людей, которые относительно далеки от специфики тестирования.

Для *Бизнес-пользователей*, зачастую, используют представление информации в виде графиков. Они наглядно показывают на сколько продукт готов к выпуску в промышленную среду, на сколько процентов проект выполнен.

Это может быть, к примеру, график пройденных ТК по модулям. Он наглядно покажет, какой объем работы в каждом модуле уже проделан и поможет вычленить проблемы.



Так же, очень полезным может быть график отношения созданных тикетов (обнаруженных багов) и закрытых (исправленных багов). Не даром он является основным во многих трекерах.

В случае продуктивной работы программистов над исправлением дефектов и написанием качественного кода кривая критических ошибок с выходом нового релиза стремиться к низу, при этом приоритет и важность ошибок тоже уменьшается.

Но, если разработчиками или тестировщиками уделяется мало внимания существующим дефектам, то кривая закрытых багов растет медленнее, чем не закрытых.

В идеальном случае кривая незакрытых багов (найденных, но не исправленных) должна сойтись с кривой исправленных. Другими словами, к финальному релизу необходимо, что бы все дефекты были устранены. Если это не так, то руководство может принять решение о продлении разработки и тестирования с целью устранения всех дефектов или выпустить продукт, беря на себя возможные риски.

График для бизнес-пользователей — обязательная часть отчетности. Он информативен, доступен и понятен конечному пользователю, демонстрирует динамику активности на проекте или, в худшем случае — застой.

Так же, использование графиков в отчетах для любых пользователей и технических специалистов целесообразно тогда, когда надо быстро и наглядно сравнить цифры и показать динамику.

Базовые поля отчета:

Состав команды;

2. Сроки, за которые составляется отчет;

3. Описание процессов тестирования;

4. Изменения тестовой модели, дополнение ТК;

5. Процент пройденных ТК;

6. Критичные и блокирующие проблемы и принятые меры по их устранению;

7. Результаты регресса (плюс акцент на сохранившихся проблемах);

8. План на следующую итерацию\ неделю\ месяц;

Пункты 3, 4, 6 и 8 стоит писать с оглядкой на целевую аудиторию отчета.

Седьмой пункт стоит указывать тогда, когда проводилось «регресс-тестирование». Обычно этот пункт фигурирует в «версионных» отчетах.

Пункт 8 из итогового отчета исключается

Дата/номер билда/спринта

- Рекомендации QA-я о «готовности» к чему-либо: демо, user acceptance testing, production update и другое
- Результаты тестирования того, что вошло в итерацию или было запланировано:
 - Результаты Мануальных и автоматизированных тестов
 - Визуализация статистики (по тест кейсам, чек листам и т.д.)
 - Покрытие тестами
 - Статистика по багам:
 - Описание открытых багов, например, уровня Blocker/Critical/Major
 - Визуализированная статистика по открытым и закрытым багам
 - Выводы/Решение Можно дополнить:
 - Расширенной информацией по видам и типам проведенных тестов и их результатами
 - Изменением ситуации по сравнению с прошлой, позапрошлой, ... итерациями с визуализацией
 - Наличием Improvement-ов или Suggestion-ов
 - Различной спецификой, которая касается продукта

Важно помнить! Будьте ТОЧНЫ в формулировках Храните в ОДНОМ месте
Показывайте КОМАНДЕ Полезность через результативность!

Типичные ошибки или что нельзя делать?

- Неинформативность
- Общие фразы без конкретики
- Плохая визуализация или её отсутствие
- Отсутствие выводов/решений
- Нет статистики по выполненной работе

Типичные ошибки, связанные с процессом:

- Нарушена или отсутствует систематичность
- Отсутствие формата или его хаотичность
- Неверные инструменты составления и «внешний вид»
- Используются неверные инструменты предоставления, как email или Skype, или в устной форме
- Хранятся в разных местах или не хранятся вовсе
- Сложность поиска и статистики
- Нет анализа предыдущих итераций
- Не берутся во внимание РМ-ом/РО-ом и разработчиками

Итак, есть целевая аудитория, обозначен период, за который будет писаться отчет, определены содержание и блоки. Это практически все, что надо, чтобы сформировать понятный документ, который обязательно найдет отклик в головах тех, кому он адресован.

Пишите отчеты детально, грамотно и с удовольствием, хороший отчет – это как минимум треть работы и единственная ее часть, которая видна кому-то, кроме тестировщиков и программистов.

Литература:

1. <http://www.protesting.ru/>
2. <http://ru.qahelp.net/>
3. http://habrahabr.ru/company/performance_lab/blog/207512/
4. 4. The Scrum Master Training Manual, v. 1.2., By Nader K. Rad, Frank Turley, Copyright © 2013 Management Plaza.
5. «Тестирование Дот Ком или пособие по жесткому обращению с багами в интернет-стартапах» Р. Савин.
7. <http://www.pqm-online.com/50>
8. <http://www.slideshare.net/QAFest/qa-fest-2015-a-howto>