

Conférence

14ème
édition de la
**Journée
Française
des Tests
Logiciels**



14 juin 2022



Beffroi de
Montrouge

Les 10 anomalies les plus récurrentes des sites e-commerce et comment les prévenir !

(La 7ème ne va pas vous surprendre !)



Michael Granier



Comité Français
des Tests Logiciels



Mr Suricate



Comité Français
des Tests Logiciels

14ème
édition de la

**Journée
Française
des Tests
Logiciels**

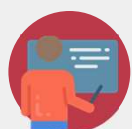
Le chef vous propose...



En entrée : Contexte de l'étude



En plat principal : Les anomalies
Entrecoupé d'indicateurs clés !



En dessert : Les enseignements à en tirer

Et nous arrêterons ici les métaphores culinaires !

contexte





Un contexte riche en data

Une étude parue en 2020 « Quels sont les bugs qui énervent le plus les internautes ? »

- Sur **un panel de 14800 personnes**
- Permet de **cibler les impacts réels des anomalies rencontrées auprès des clients de sites e-commerce**

Un contexte riche en data

Une étude réalisée par les équipes expertes de Mr Suricate pour déterminer les bugs les plus récurrents sur les environnements de leurs clients

De belles enseignes nationales de tous secteurs d'activité dont le e-commerce

Des milliers de scénarios automatisés

Des millions d'exécutions par an

Des interviews auprès de nos clients

Une équipe transverse qui connaît tous ses clients

Une équipe de 12 chargés de recette



- ✓ Création et mise à jour des cahiers de recette avec les besoins clients
- ✓ Automatisation des scénarios
- ✓ Analyse et qualification des incidents avec reproduction manuelle
- ✓ Ne remonte que les vraies alertes
- ✓ Maintient et fait évoluer les scénarios





Il est passé où mon paiement ?

- *Message d'erreur*
- *Le paiement n'a pas pu aboutir*
- *La commande n'est pas passée et vos produits sont perdus*

IMPACT DRAMATIQUE !!

Frustration

- Incompréhension du client

Anxiété

- Ma commande est-elle passée ?
- Vais-je être prélevé quand même ?

Hésitation

- Dois-je repasser la commande ?

Perte de confiance et perte d'argent

- Abandon du parcours d'achat

ON RESPIRE ET ON FAIT ATTENTION

Tests de charge / performance sur les serveurs d'autorisations
- Respect des SLA

Tests fonctionnels sur la clarté des cas d'erreurs
- Différents codes retour bancaire

Tests de sécurité sur les différents types de cartes
- Enrôlement 3DS, Fraude...

Tests fonctionnels sur la gestion des commandes échouées en après-vente

On n'oublie surtout pas **le monitoring des paiements** en production avec moult alertes !!

Cette page ne ressemble à rien !

- *CDN en panne*
- *CSS non chargé*
- *Publicité qui recouvre tout l'écran*

IMPACT

- **Se retrouver sur Twitter** avec #Tropmochelesite
- **Le client ne reste pas** et reviendra plus tard
- **Le client maudira la marque** l'empêchant de faire ses achats
- **Risque d'incantation ou vaudou** contre les équipes marketing

COMMENT M'EN SORTIR ?

- **Des tests réguliers de non-régression graphique automatique** « Pixel perfect » sur votre production
 - >> *Complicé à tester en environnement de test, pas forcément branché à un CDN*
- **Les tests d'acceptation classiques manuels** permettent de le voir en un coup d'œil
 - >> *Tester sur différents navigateurs / différentes résolutions (Responsive) / Différents terminaux*
 - >> *Attention à l'exhaustivité !*
- **Warning sur les tests automatisés** qui peuvent très bien s'exécuter si les éléments sont présents



AVEZ-VOUS DÉJÀ PERDU DE L'ARGENT À CAUSE
D'UN BUG ?

RÉPONSES	GLOBAL
Oui	71 %
Non	29 %

Le saviez-vous ?

Plaie d'argent n'est pas mortelle... sauf pour les sites !

Enfin, l'impact financier est également très important chez les internautes. Ainsi, **plus de 71 % des Français avouent qu'ils ont déjà perdu de l'argent à cause d'un bug sur un site marchand.**

** Enquête réalisée entre le 4 et le 10 septembre 2020 auprès de 14 824 personnes représentatives de la population nationale française selon la méthode des quotas. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France regroupant plus de 22 560 personnes. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives.*



Je n'arrive pas à créer mon compte client !

(Voir aussi, « Pourquoi je ne reçois pas d'e-mail ? »)

- Règles de mot de passe trop complexes
- Mail d'activation non reçu
- Erreurs techniques à la création
- Champs de formulaire non fonctionnels

IMPACT

Perte d'argent

- Dramatique quand le compte client est obligatoire – Deal Breaker

Fidélité remise en question

- Même chose si le mode invité (guest) ne fonctionne pas

Image de marque

- Perte importante de confiance dans le site

IL NE FAUT SURTOUT PAS OUBLIER

- **Tests de composants** sur chaque élément du formulaire de création
- **Tests fonctionnels sur les règles de mot de passe** à la création, explicites et messages d'erreurs clairs
- **Tests de charge sur les créations de compte** : S'assurer que les serveurs de connexion sont bien dimensionnés
- **Tests de bout en bout sur la création** pendant le parcours
- **Tests de bout en bout sur la commande** sans création de compte client (mode guest)



Je n'arrive pas à me connecter à mon compte client !

- *Sur la homepage*
- *Sur le dialogue de vente (checkout)*
- *En fin de commande*
- *Souvent assorti de messages d'erreurs peu clairs*

IMPACT

- **Perte d'argent** : Abandon du parcours d'achat
- **Perte de temps** : Obligé de rentrer ses coordonnées manuellement si on souhaite continuer son parcours
- **Manque de fidélisation** : Pas d'incrémentation des points
- **Insécurité** : « Forcément, je me suis fait hacker ! »
- **Multiplication des manipulations techniques** : Obligé de devoir utiliser la fonction mot de passe oublié
- **Perte de confiance** : Combo dramatique avec « email non reçu »

IL Y A DU PAIN SUR LA PLANCHE !

- **Tests de sécurité sur la connexion** : Vérifier que les accès sont sécurisés
- **Tests fonctionnels sur les cas d'erreur** : Vérifier que les règles de mot de passe sont claires, que les erreurs sont explicites
- **Tests fonctionnels sur la fonctionnalité** « mot de passe oublié »
- **Tests de connexion sur anciens & nouveaux comptes** (Ne pas oublier les clients fidèles)
- **Tests fonctionnels sur les différents accès à la connexion** pendant le parcours

14ème
édition de la

Journée
Française
des Tests
Logiciels



Je vous jure que j'étais connecté à mon compte client !

- *Connecté en homepage, déconnecté en panier ?*
- *Déconnecté après finalisation de ma commande*
- *Timeout de déconnexion trop court*

IMPACT

- **Inquiétude** : La commande n'est pas dans mon compte client, ce qui complique le suivi.
- **Incompréhension, perte de confiance, friction** sur le parcours : « Je suis toujours sur le même site? »

IL FAUT AVOIR L'OEIL

- **Tests d'intégration** : Vérifier que la connexion est effective pendant tout le parcours et jusqu'à la connexion
- **Vérifier les timeouts de déconnexion** : Tests aux limites, s'assurer que celui-ci ne peut pas arriver si des actions sont réalisées ou alors vérifier l'affichage clair d'un message en cas de déconnexion.
- **Tests des différents statuts** : Identifié / authentifié / connecté

Le saviez-vous ?

VOUS ARRIVE-T-IL SOUVENT DE RENONCER À UN ACHAT À
CAUSE D'UN BUG ?

RÉPONSES	GLOBAL
Oui très souvent	51 %
Oui de temps en temps	35 %
Non jamais	14 %

Bug = 1 acheteur en moins

Les sites marchands perdent gros à cause des bugs. Ainsi, **86 % des Français avouent qu'ils renoncent à un achat à cause d'un bug.**

** Enquête réalisée entre le 4 et le 10 septembre 2020 auprès de 14 824 personnes représentatives de la population nationale française selon la méthode des quotas. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France regroupant plus de 22 560 personnes. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives.*



Ce n'est pas du tout le prix qui était affiché sur le produit !

- *Un produit à 5€ qui passe à 15€ sur le panier*
- *Un produit à 130€ qui passe à 50€ sur le panier*

IMPACT

Frustration

- Incompréhension du client
- Site de vente de billet : Paranoïa sur l'IP tracking

Perte de chiffre d'affaires

- Perte de chiffre d'affaires pour le site si le prix est trop différent

Image de marque entachée

- Finit très souvent partagé sur Twitter (e-réputation)

IL VA FALLOIR FAIRE ATTENTION

- **Réaliser des tests de bout en bout** avec différentes données significatives
- **Vérifier la persistance des informations** (prix en tête) pendant tout le dialogue
- **Vérifier que les « frais supplémentaires »** soient correctement affichés
- **Tests sur la qualité des données utilisées**
- **Tests non bouchonnés** avec des données réelles

Anecdotes

- 1 Constaté sur un site e-commerce lors d'une vérification sur un parcours client par un de nos chargés de recette.**

Un prix affiché sur une page catalogue, un autre prix affiché sur la page produit et un prix encore différent lors de l'ajout au panier.

- 2 Constaté sur un site e-commerce à l'occasion d'un suivi de maintenance.**

Un produit technologique vendu normalement entre 60 et 170 €, mise en vente sur le site à 600 000 €





Le produit était disponible il y a à peine 2 minutes !

- *Produit marqué disponible en stock mais indisponible au panier*
- *Produit marqué indisponible en stock alors qu'il est disponible*

IMPACT

Frustration

- Le client ne peut pas avoir le produit qu'il veut immédiatement

Perte d'argent

- Le client abandonnera le site et ira chercher le produit ailleurs

Très néfaste pour l'image de marque

- Le client maudira la marque de ne pas pouvoir faire ses achats

PENSEZ À REMPLIR VOS RAYONS

Vérifier les règles de réservation des produits affichés sur les propositions (timeout...)

Tester l'**affichage de messages d'alerte** indiquant le peu de disponibilité du produit

Contrôle de la **qualité des données produits** (quantité réelle vs en base)

Tests fonctionnels des comportements en cas d'indisponibilité

EN CAS DE BUG, QUE FAITES-VOUS ?

RÉPONSES	GLOBAL
Je contacte le site pour obtenir de l'aide	19 %
Je cherche le produit sur un autre site	70 %
J'attends que le site fonctionne	8 %
Autre	3 %

Le saviez-vous ?

[Aller voir ailleurs](#)

Face à un problème, **plus de 70 % des Français ont la même réaction : ils recherchent leur produit sur un autre site**

** Enquête réalisée entre le 4 et le 10 septembre 2020 auprès de 14 824 personnes représentatives de la population nationale française selon la méthode des quotas. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France regroupant plus de 22 560 personnes. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives.*



Le panier qui se vide inopinément !

- *Perte de la session (timeout, erreur technique...)*
- *Un ou tous les produit(s) soudainement retiré(s) du panier*

IMPACT

Incompréhension, perte de confiance, friction sur le parcours

Perte de temps : Obligé d'aller rechercher ses produits pour les ajouter à nouveau dans son panier

Inquiétude, hésitation :
Ce bug va-t-il se reproduire si je recommence le parcours d'achat ?

Perte d'argent
Enervé, le client va abandonner le site et donc son achat

VITE, UNE SOLUTION !

Indispensables **tests de bout en bout** qui vérifient la persistance des produits

Tests de charges sur les services de mise en panier (API)

Contrôle de la **qualité des données** de produits (disponibilité...)

Surveillez vos **partenaires** de la page panier !
Un bug non détecté de son côté peut impacter votre parcours client.

Comment je me fais livrer ?

- *Aucun des modes de retrait n'est disponible (sans raison)*
- *Les modes présents ne fonctionnent pas*
- *Impossible de choisir le point de collecte*
- *Impossible de mettre une adresse de livraison*
- *Obligé de devoir choisir le relais colis à 180 km à récupérer uniquement le 30 février*

IMPACT

- **Quitte le site** après plusieurs recherches, retour en arrière, et toujours pas de mode de retrait
- **Obligé de prendre un retrait en magasin** alors qu'une livraison était souhaitée
Attendez-vous à voir venir un client sympathique et souriant récupérer ses articles
- **Obligé de payer des frais de port indécents** alors qu'un click and collect était souhaité

COMMENT ÉTEINDRE LE FEU !

- **Tester les partenaires de livraisons** présents sur le site (exemple : Mondial Relay, Chronopost, colissimo...)
 - **Surveillance des réponses de leurs APIs**
 - **Vérifier leur intégration sur le site**
- **Tests des formulaires d'adresse et des services de normalisation associés**
 - **Bien tester les complétions automatiques** proposées, sur divers navigateurs / terminaux
- **Tests fonctionnels sur les règles métiers des modes de livraisons** des différents produits
 - Les messages sont-ils clairs et compréhensibles?
 - Le mode de retrait est-il affiché sur le produit ?



**RETOURNEZ-VOUS SUR UN SITE OÙ VOUS AVEZ
RENCONTRÉ DES BUGS ?**

RÉPONSES	GLOBAL
Oui cela peut arriver	28 %
Oui mais seulement si le produit n'est pas disponible ailleurs	47 %
Non je n'ai plus confiance dans ce site	25 %

Le saviez-vous ?

Une perte de confiance

Dans la conjoncture actuelle, il est rare de ne pas trouver son produit sur d'autres sites marchands. **On peut donc conclure que votre client ne reviendra pas du tout.**

** Enquête réalisée entre le 4 et le 10 septembre 2020 auprès de 14 824 personnes représentatives de la population nationale française selon la méthode des quotas. Sondage effectué en ligne, sur le panel propriétaire BuzzPress France regroupant plus de 22 560 personnes. Toutes les informations mises en avant par les personnes interrogées sont déclaratives.*

Une erreur technique ?

3
TOP

- *Erreur 400 ou 500 du navigateur*
- *Message énorme en rouge « notre site est victime de son succès »*
- *Stacktrace d'erreur technique (le best)*



IMPACT

Crédibilité engagée

- Perte de confiance importante envers le site

Agacement

- Le client va rafraîchir la page 56 fois en pestant sans arrêt

Perte d'argent

- Le client ne restera pas et reviendra (peut-être) plus tard (ou pas)

J'AI UNE FORMULE MAGIQUE

Tests fonctionnels de différentes combinaisons aux limites, souvent sur des comportements peu fréquents (les cas d'usages critiques sont logiquement couverts)

Tests de charge sur l'ensemble de l'applicatif, pour s'assurer de la robustesse de la BDD ou des APIs, générant fréquemment ces erreurs.

Je vous jure que j'ai cliqué sur le bouton !

2
TOP

- *Popin Cookie*
- *Accès aux produits*
- *Ajout au panier*
- *Validation de formulaire...*

IMPACT

- **Agacement** : Il va cliquer 292 fois à minima !
- **Agacement (bis)** : le client quittera le site si le problème est reproduit après un refresh (ou pas)

QUE FAIRE POUR Y REMÉDIER ?

- Les indispensables **tests fonctionnels automatisés**
- **Vérification des erreurs de scripts** générées sur la page



Pourquoi je ne reçois pas d'e-mail ?



- Suite à une commande payée !
- A la création d'un compte client
- Mot de passe oublié... à jamais ?
- Newsletter... ? Ah non, déjà reçue 3 fois

IMPACT

Anxiété du client

- Ma commande est-elle validée ?
- Quel mail ai-je indiqué ?
- Allô, le support client ?
- Usurpation ! Mais qui a reçu mon mail ? Va-t-il recevoir le produit ?

SOLUTION

- **Tests de charge** sur ses serveurs d'envois
- **Monitoring avec alerting** pour s'assurer que les serveurs sont toujours Up
- **Tests fonctionnels** sur les différents **cas d'envoi de mail** sur le site
- **Tests ponctuels de réception** sur les principaux Webmail du marché



14ème
édition de la

**Journée
Française
des Tests
Logiciels**

En résumé :

N°1



Mail non-reçu

N°2



Clic sur le bouton non-fonctionnel

N°3



Erreur 400 - 500

N°4



Problème de CSS sur une page

N°5



Le panier qui se vide inopinément

N°6



Connexion à son compte client impossible

N°7



Produit indisponible

N°8



Incohérence sur le suivi d'affichage des prix

N°9



Déconnexion intempestive à son compte client

N°10



Problème de paiement

Bonus :



Création de compte indisponible



Choix de livraison compliqué

Quels enseignements en tirer ?

A chaque problème, sa solution (oui je sais, un peu facile)

En amont

Il ne faut négliger aucun aspect du test si on veut éviter au maximum les impacts clients et financiers

Quand les anomalies passent (ça arrive)

Il est important d'écouter les retours clients pour cibler les anomalies qu'ils ont relevées

- Scruter les réseaux sociaux
- Mettre en place des outils de feedbacks clients (Usabilla...)

Mettre en place de l'amélioration continue et tester chaque exigence de son référentiel

Il est toujours indispensable de rappeler à tous par du concret :

Pourquoi les tests sont mis en place : pour éviter justement ces impacts souvent financiers et d'image !

Mais **surtout**, pour **QUI** ces tests sont réalisés : Pour les utilisateurs de ces sites afin qu'ils aient la meilleure expérience utilisateur possible !



CONCLUSION



14ème
édition de la
**Journée
Française
des Tests
Logiciels**



14 juin 2022



Beffroi de
Montrouge

Merci de votre écoute !



Evènement est sponsorisé par



Conférence



Michael Granier

Directeur de projet 🤖 **Mr Suricate**
michael@mrsuricate.com
<https://blog.mrsuricate.com>



michael-granier

