

Hoewel sinds de 80-er jaren van de vorige eeuw veel is veranderd in softwareontwikkeling, is de essentie van testrapportage gelijk gebleven: **adviseren over kwaliteit en risico's**. Dat betekent echter niet dat het opstellen van een goede testrapportage voor iedereen gesneden koek is. Het komt regelmatig voor dat collega's op zoek zijn naar een goed voorbeeld van of sjabloon voor een testrapport in agile, waterval, devops, outsourced, standaard-pakket of nog een andere context. Ervaring leert dat achter zo'n vraag vaak een andere vraag schuilt: wat en hoe moet ik in mijn situatie rapporteren over testen?

In een aantal korte blogs ga ik in op die vraag, om te beginnen met drie korte publicaties die opgebouwd zijn rond citaten van blogs van Michael Bolton, welke naar mijn mening de essenties van rapporteren over testen heel goed beschrijven op <https://www.developsense.com/blog/2012/02/braiding-the-stories/>. Daarna volgen stukjes die ingaan op het toepassen van de basis van rapporteren in hedendaagse context zoals die van agile en devops teams.

Product story

Maar nu eerst de basis, te beginnen met de **product story**.

Citaat van Michael Bolton

*“**Level 1:** Tell the product story. The product story is a qualitative report on how the product can work, how it fails, and how it might fail in ways that matter to our clients. “Working”, “failure”, and “what matters” are all qualitative evaluations. Quality is value to some person; in a business setting, quality is value to some person who matters to the business. A qualitative report about a product requires us to relate the nature of the product, the people who matter, and the presence or absence of value, risks, and problems for those people. Qualitative information makes it possible for our clients to make informed decisions about quality.”*

De kwaliteit van het product dat we testen, moeten we beoordelen op de waarde die het product heeft voor onze klanten. De klant is hier de partij voor wie we testen. De informatie die we met testen vergaren, moeten we dus vertalen naar de mate waarin het product doet wat de klant nodig heeft. We moeten inzicht geven in wat er goed gaat en ook in welke problemen er nog zijn. Met die informatie kan onze klant gewogen beslissingen nemen die gerelateerd zijn aan de kwaliteit van het product, zoals het al of niet in gebruik nemen ervan.

We moeten dus een goed inzicht hebben in wat van waarde is voor de klant. Anders kunnen we de vertaalslag niet maken en weten we niet hoe we met testen relevante informatie kunnen verzamelen. Door middel van testen leren we het gedrag van het product kennen. Onze productobservaties lichten we in de *product story* van de rapportage zo goed mogelijk

toe. De **product story** bevat zowel de plussen als de minnen die we hebben geconstateerd.

Als we de onderwerpen uit de volgende twee blogs daaraan toevoegen, ontstaat een compleet testrapport. Sommige organisaties beschouwen zo'n rapport als een vrijgaveadvies. Ik vind het belangrijk dat de verantwoordelijkheden blijven waar ze horen: de klant neemt de beslissing en wij staan garant voor de kwaliteit van de informatie in het rapport.

Naast inzicht in problemen, wil de klant ook inzicht in de testdekking, plat gezegd: zijn er nog zaken die onvoldoende getest zijn? Daar gaat het volgende artikel over, de **testing story**.

Kees Blokland