

Voorjaarsspecial 2015



**Boodschappers van de koning:
de kracht van testrapportage**

TESTNET NIEUWS

Oktober 2014 • Jaargang 18 • Najaarsspecial

www.testnet.org secretaris@testnet.org



VAN DE REDACTIE

Door Rob van Steenberghe • redactie@testnet.org [@rvansteenbergen](https://twitter.com/rvansteenbergen)



Ik had het niet verwacht dat het nog een strijd zou worden om artikelen voor het onderwerp 'testrapportage' te verkrijgen. Ik was al wel een beetje gewaarschuwd dat het onderwerp niet zo populair was.

Toch vind ik het lastig te begrijpen dat testers dit geen interessant onderwerp vinden. Vinden jullie dit saai? Of is het al zo'n onderwerp waarvan iedereen denkt dat hij of zij er alles al van weet? Is het onderwerp te moeilijk om hier iets over te zeggen? Ik ben benieuwd naar jullie mening. De laatste testmanager die ik sprak had ook niet direct een warm gevoel toen hij hoorde dat het TestNet voorjaarsbijeenkomst over testrapportages zou gaan. 'Niet echt boeiend onderwerp.'

Niet? Ik vind van wel. Dit omdat de rapportage over testen een cruciaal element is in de communicatie tussen jou, een team en je opdrachtgever. Het gaat wat mij betreft niet over het maken van een document waar je het testen opsomt met passed / failed resultaten. Het gaat meer om de manier waarop en hoe je de informatie deelt met anderen. Dit hoeft niet altijd via een Word document. Of Excel sheet... Het kan ook dat je de voortgang en resultaten op een groot whiteboard tekent. Je kan een overzicht ook verwerken in een PowerPoint presentatie of een mindmap. Misschien schrijf je wel helemaal geen documentatie, maar vertel je aan je opdrachtgever wat de resultaten zijn en bespreek je deze elke dag. Ik ben zelf in de richting aan het gaan in mijn huidige project dat ik een mindmap combineer met uitleg aan de product owner, zodat hij met deze informatie tot acceptatie over kan gaan.

Het medium is al interessant om over na te denken. Dan valt er nog over na te denken wat je gaat rapporteren. De informatie behoefte is ook bij elk project weer anders. En zo kan ik nog wel even doorgaan. Maar ik laat graag het woord aan de auteurs en zie je graag op het voorjaarsevenement waar we het er nog eens goed over kunnen hebben. ←

COLOFON

Redactie

Paul Beving
Kees Blokland
Astrid Hodes
Hans van Loenhoud
Gerben de la Rambelje
Johan Vink
Rob van Steenberghe
redactie@testnet.org

Bestuur

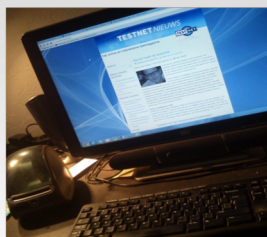
Rik Marselis	Voorzitter
John de Goei	Penningmeester
Peter van Tulder	Evenementen & thema-avonden
Kees Blokland	Informatievoorziening & beheer
Bernd Beersma	Marktverkenning & werkgroepen
Harro Philip	Secretaris & ledenadministratie

In dit nummer

Van de redactie	1
Van de voorzitter	3
Interview met 'workshop master' Huib Schoots	4
Metten is weten en soms weet je dan nog niks	7
Vijf tips voor effectieve rapportages!	10
Rapportage, de brenger van gemoedrust en kansen	13
Asses je assessment	16
Vrijgave advies als hefboom voor testverbetering	19
Don't shoot the messenger	22
Testrapportages: Zijn dromen bedrog?	24
Redacteuren gezocht!	29

Nieuws.testnet.org – TestNetNieuws wekelijks online

De TestNetNieuws 'Weekly' verschijnt iedere week in de vorm van één artikel op de website. Surf eens naar TestNetNieuws op <http://nieuws.testnet.org>!



VAN DE VOORZITTER

Door Rik Marselis • voorzitter@testnet.org



Waarom testen we? Traditioneel was het antwoord 'om fouten te vinden'. Maar in een professionele IT-wereld is dat niet meer de grondhouding. Professionele IT'ers doen hun best om een goed systeem te maken. Dus moet de basale aanname bij het testen niet zijn dat er fouten zullen zijn. Daarnaast, zoals jij ook zult hebben ervaren, zijn er altijd onvolkomenheden. Maar meestal geeft dat niet, als de voordelen van het nieuwe systeem er tegen opwegen.

Waarom testen we? Om inzicht te geven in kwaliteit en risico's. Wat de betrokkenen (zoals opdrachtgevers) uiteindelijk alleen maar willen weten is: 'Is het goed genoeg om in gebruik te nemen?'. Op die vraag zoeken we het antwoord door allerlei testactiviteiten uit te voeren. En dat antwoord verwoorden we in een rapportage.

Aha, rapportage, daar hebben we het thema van het TestNet voorjaarsevenement! Rapportage is eigenlijk het enige bestaansrecht van testen. Zonder rapportage (in welke vorm dan ook) levert testen geen aantoonbare bijdrage aan de applicatielevenscyclus. Mijn ervaring is dat rapportage vaak nog wel beter kan. Laatst was ik bij een groepje testers dat mij, op de vraag 'Is het goed genoeg?', overlaadden met voorbeelden van bevindingen. Want er waren best veel problemen met het systeem. Maar de kernvraag 'Is het goed genoeg om in gebruik te nemen?' werd niet beantwoord. En met wat doorvragen bleek dat het systeem wel degelijk goed genoeg was, ondanks alle bevindingen. Want uiteindelijk gaat het de opdrachtgever om het halen van zijn benefits. Testers zijn nogal eens geneigd om bij 'kwaliteit en risico's' vooral op de risico's te focussen, terwijl de opdrachtgever primair naar kwaliteit kijkt. Als je weer eens gaat testen, bedenk dan wat jouw insteek is. Is het 'Wat is er fout?' of 'Is het goed genoeg?'. Want die insteek bepaalt in belangrijke mate hoe je rapporteert.

Wil jij graag weten hoe je nog betere testrapportages kunt maken? Kom op de voormalige Koninginnedag naar het evenement 'Boodschappers van de koning' en geniet mee van keynotes van Vipul Kocher (een testexpert uit India, die trouwens in tegenstelling tot veel Indiërs wel voor ons verstaanbaar Engels spreekt ;-)) en Julie Gardiner (een testexpert uit het VK, die trouwens ook uitstekend verstaanbaar Engels spreekt ;-)). Natuurlijk zijn er ook weer vele workshops en presentaties waarin jouw TestNet-vakgenoten hun kennis en ervaring met je delen.

Maar je hoeft niet op het evenement te wachten, want ook in deze TestNet Nieuws vind je prima verhalen van sprekers van het evenement en een andere auteurs. Al met al weer een schat aan kennis en ervaring, waarmee we als vereniging TestNet gezamenlijk de testwereld weer wat verder professionaliseren. En daarnaast met z'n allen ook gewoon lol beleven aan ons mooie vak.

Veel leesplezier in dit fraaie magazine en tot ziens op het evenement! ←

INTERVIEW MET 'WORKSHOP MASTER' HUIB SCHOOTS • huib.schoots@gmail.com

Door Hans van Loenhoud



Een van de leuke onderdelen van het TestNet Voorjaarsevenement 2015 zijn de workshops. Daar komen we dit jaar iets bijzonders tegen: een spreker die zowel 's morgens als 's middags een workshop voor zijn rekening neemt. Een goede reden voor de redactie van TestNet Nieuws om eens te gaan praten met Huib Schoots, de spreker in kwestie.

Huib, de meeste TestNetters kennen jou als bevlogen tester, voormalige TestNet-bestuurder en actief spreker. Maar wellicht zijn er een paar nieuwe leden die nog geen kennis hebben gemaakt. Kun je voor hen in grote lijnen jouw positie in

testland schetsen – verleden, heden en toekomst?

Ik ben een tester in hart en nieren! Met mijn passie voor het vak probeer ik met veel energie anderen te inspireren en te motiveren. Ooit in 1996 begonnen als ontwikkelaar bij het voormalige CMG en via een rol als testnavigator het testvak ingerold. Veel verschillende rollen gehad bij diverse organisaties: tester, testcoördinator, testmanager, coach, trainer, projectmanager en lijnmanager. Ik ben altijd op zoek naar leuke en interessante uitdagingen waarin ik iets nieuws kan neerzetten, kan helpen verbeteren of er veel geleerd kan worden. Ik heb de bijzondere combinatie dat ik zowel een team van 50+ mensen kan aansturen als ook zelf een goede tester ben. Ik geef veel trainingen en workshops, en coach organisaties en testers. Eind juni geef ik voor het eerst zelfstandig de cursus Rapid Software Testen, ontwikkeld door James Bach en Michael Bolton. De afgelopen drie jaar heb ik intensief samengewerkt met Michael en James om hier te komen. Uniek, want ik ben de eerste Europeaan die dit kan en mag doen. Het verder uitdragen van het context-driven gedachtegoed is mijn missie voor de komende jaren. Improve Quality Services geeft me die kans en de ruimte om dit samen met een groep enthousiaste collega's te doen.

Context-driven testen zeg je?

Projecten zijn onvoorspelbaar en vaak complex. Ze zijn volledig afhankelijk van de mens en het gedrag van de mens. Om complexe, steeds wijzigende situaties het hoofd te bieden, hebben testers veel verschillende vaardigheden nodig. Maar ook de software is complex en de problemen die we tegen komen zijn vaak lastig en uitdagend. Context-driven testen stelt dat mensen het belangrijkste onderdeel zijn van de projecten. Excellente vaardigheden zijn daarom essentieel. Context-driven testers trainen die dan ook vaak en uitgebreid. Context-driven testen bevordert scepsis, kritisch denken en pleit voor het oplossen van problemen in plaats van louter het toepassen van standaards. Als je wilt weten waarom ik een context-driven tester ben, lees dan mijn verhaal op de website van DEWT (<http://dewt.wordpress.com/2014/02/28/why-i-am-context-driven-huib-schoots/>).

Wat doe je nu? En wat zijn je plannen voor de toekomst?

Op dit moment ben ik ad interim Manager Business Management bij Stater waar ik in het MT in de business unit Information Services verantwoordelijk ben voor testen, releasemanagement, strategie, architectuur, IT-ontwikkelteams voor 'kleine' softwarewijzigingen, informatiebeveiliging en risk. Een hele mooie uitdaging, omdat Stater een hard groeiende, succesvolle, dynamische en ambitieuze organisatie is waar we agile en continuous delivery implementeren. Om daarin zoveel verantwoordelijkheid te hebben en te kunnen helpen bij de verdere professionalisering van de IT-organisatie, is het, behalve dat erg leuk is, ook iets dat heel goed bij me past.

De toekomst? Nog heel veel mensen inspireren, veel leren, kennis delen en nog meer uitdagingen oppakken. Dat kan van alles zijn, maar het is zeer waarschijnlijk altijd wel iets op het snijvlak van mensen, testen en IT. Dit jaar komen twee grote dromen uit: een keynote op een grote internationale conferentie en RST-trainer worden. Voorlopig heb ik mijn handen vol aan de uitdagingen bij Stater. Daarna kijken we wel weer verder...

Jouw bijdrage aan het komende TestNet Voorjaarsevenement 'Boodschappers van de koning: de kracht van testrapportage' bestaat uit twee verschillende workshops. Dat is uniek. Hoe is dat zo gekomen? En wat vind jij zo leuk aan het geven van workshops (naar ik aanneem)?

Bij TestNet ben ik vier jaar bestuurslid geweest en heb ik in diverse werkgroepen en in de activiteitencommissie gezeten. Dat was een leuke tijd. Zodoende heb ik veel mensen uit de testcommunity leren kennen. Ik ben uit het bestuur gegaan, omdat ik graag zelf op het podium wilde staan om presentaties en workshops te geven. Doordat TestNet het beleid heeft dat bestuursleden en leden van de activiteitencommissie in principe niet op het programma kunnen staan, was dat lastig. Het delen van kennis vind ik een essentieel onderdeel van mijn werk en is ook iets dat ik veel doe. Ik sta graag voor de 'klas', deel mijn kennis in mijn netwerk en via Skype. Verder spreek ik inmiddels regelmatig op conferenties. Presenteren en mensen iets leren in een workshop vind ik echt heel leuk. Een presentatie is meestal eenrichtingsverkeer. Een workshop is veel interactiever en geeft meer mogelijkheden. Interactief met elkaar bezig zijn, van elkaar leren en lol hebben zijn belangrijke aspecten in workshops. Volgens mij leer je daarom ook meer in een workshop. En ik kan niet zo goed stil zitten, daarom past workshops doen ook beter bij mij :-)

De reden dat ik twee keer met een workshop op het programma sta, is inderdaad uniek en heel gaaf. Hoe dat zo gekomen is, zou je de programmacommissie moeten vragen.

Het thema van het voorjaarsevenement spreekt me erg aan. Testrapportage is een onderbelicht en onderschat onderwerp dat al langer mijn aandacht heeft. Testrapportage is veel meer dan het schrijven van een document dat testcases en bugs telt aan het einde van een project. In 2013 besteedde ik daar al aandacht aan in een presentatie en een serie blogposts (<http://www.huibschoots.nl/wordpress/?p=1173>) over wat testers kunnen leren van sociale wetenschappen.

Waar gaat jouw workshop 'Telling the testing story; storytelling for testers' over?

Ik zie dat er vaak een gebrek is aan overzicht in IT-projecten. Zoals eerder gezegd werken we in een behoorlijk complexe wereld. Door de snelheid waarin projecten gaan, is het lastig om overzicht te houden. Een belangrijke taak van testen is inzicht geven in de werkelijke status van een project en het product waaraan gewerkt wordt. Om dat te doen, heb je dus overzicht nodig. In de context waarin je opereert, de status van het product dat je test, maar zeker ook in de testen. We kunnen niet alles testen, hebben vaak te maken met meerdere stakeholders en moeten keuzes maken. Dus moeten we onszelf regelmatig de vraag stellen wat NU het belangrijkste is dat we kunnen doen. Rapportage helpt daarbij. Rapid Software Testen heeft daar een bijzondere en effectieve oplossing voor: de testing story! Daarover gaat mijn workshop in de avond: 'Telling the testing story, storytelling for testers'.

Testing story? Storytelling? Is dat niet een ander woord voor hetzelfde?

Nee, dat denk ik niet. Storytelling is het vertellen van verhalen, een belangrijke vaardigheid. De testing story is een concept, een structuur, een manier om te rapporten. Het komt uit Rapid Software Testen en is een verhaal dat in essentie drie onderdelen bevat: het product (het testobject), onze testen en de kwaliteit van onze testen.

Vorig jaar op de Summerschool heb ik een workshop storytelling voor testers gedaan samen met Mieke Bouma van de Storytelling Academy (<http://www.storytellingacademy.nl/>). Een bijzondere, interessante en leerzame middag waarop we veel leuke reacties kregen. Daarna heb ik zelf de driedaagse basistraining 'Apprentice Storyteller' in de Leergang Chief Storyteller aan de Storytelling Academy gedaan. Drie bijzondere leuke dagen waarin we, aan de hand van de reis van de held, met veel inspirerende voorbeelden leerden hoe goede verhalen in elkaar zitten. Deze training en de testing story uit Rapid Software Testing hebben me geïnspireerd om de workshop te ontwikkelen. Ik denk dat testers geloofwaardiger worden en van meer waarde zijn door meer verhalen over het testen te vertellen. Een goed verhaal over het testen in plaats van een reeks cijfers rapporteren. Je kent ze wel, een ingevulde template, een document dat de testresultaten optelt en aantallen uitgevoerde testen en pass/fail-ratio's opsomt. Iets waar onze stakeholders eigenlijk helemaal niks mee kunnen. Maar ja, deze folklore is al jaren de standaard... De testing story helpt structuur te geven aan een goed verhaal over testen waar onze stakeholders blij van worden!

De ochtendsessie, samen met Jackie Frank en Pascal Dufour, heeft de intrigerende subtitel 'The Good, the Bad & the Ugly!' Kan je daar ook iets meer over vertellen?

Het idee daarvoor ontstond toen ik jurylid was bij de Software Testing World Cup (<http://www.softwaretestingworldcup.com/>)(STWC) vorig jaar zomer. Aan de Europese voorronde deden zo'n 180 teams mee die drie uur de tijd hadden en met een team van maximaal vier personen een online sales tool testten. Uiteraard werd ook verwacht dat ze daarover een rapportage zouden schrijven. Tijdens het jureren heb ik minimaal de helft van de bug reports en testrapportages gezien. Het viel me op dat maar een klein deel van behoorlijk niveau was. Er zaten vele slechte rapportages tussen. Sommigen waren zelfs niet om aan te zien!

Toen ik zoveel verschillende rapportages 'naast' elkaar zag, besepte ik dat hier een mooie workshop in zat. Ik heb collega-juryleden Jackie en Pascal benaderd om samen met hen deze workshop te doen. Jackie kwam met de subtitel 'The Good, the Bad & the Ugly' en die past perfect bij wat we willen laten zien. Door de rapportages uit de STWC te bestuderen, leren de deelnemers wat goede, slechte en hele lelijke elementen in rapportages zijn. Theoretische presentaties over rapportages zijn saai. Daarom willen wij met de deelnemers interactief aan de slag. Leren door gezamenlijk naar de testrapporten uit de STWC te kijken. Samen doen we een inhoudelijke retrospectieve van de rapportages. Ook nodigen we de deelnemers uit om een testrapportage uit een recent project mee te brengen. In groepen bekijken we deze rapportages en geven we elkaar feedback. Hierdoor brengen we het geleerde direct in de praktijk en gaat iedereen naar huis met nuttige en bruikbare feedback!

Geweldig, Huib, het enthousiasme spat er weer van af, zoals we van je gewend zijn. Reken maar op volle zalen bij jouw workshops. Veel plezier gewenst, voor jou als spreker en voor ons als toehoorders! ←

METEN IS WETEN EN SOMS WEET JE DAN NOG NIKS

Door Maurice Siteur • <mailto:maurice.siteur@capgemini.com>



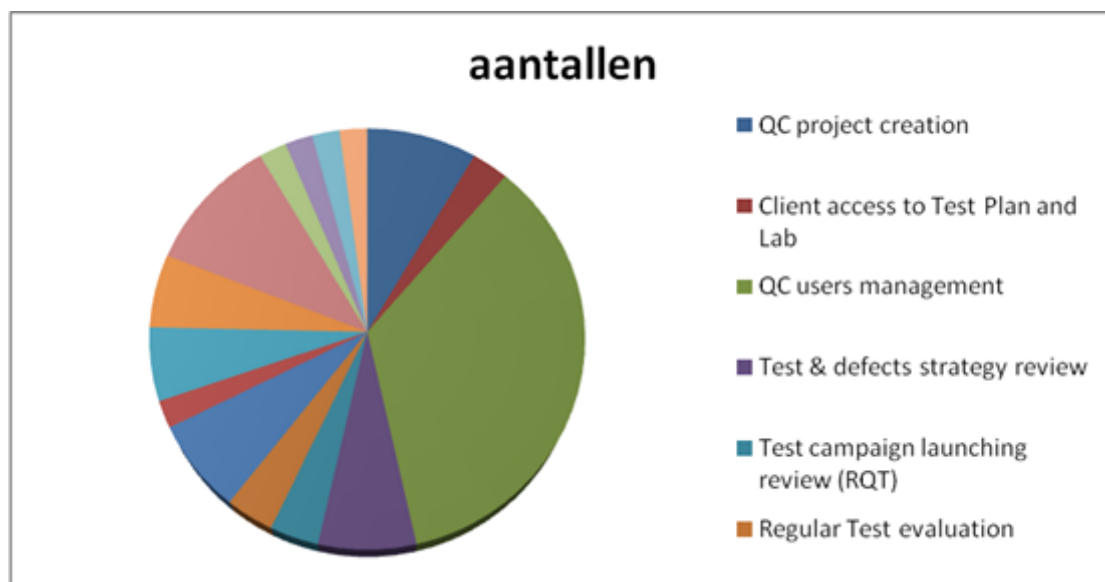
Meten is belangrijk en dat weten we allemaal wel. Als je niet meet, dan heb je echt geen idee wat de status van een activiteit is. En dan kan het best voorkomen dat je eigenlijk niks hebt aan die resultaten. Vermoedelijk vertelt het je wel waar verder te zoeken. Dus probeer metingen te doen op je activiteiten. In mijn geval in een service georiënteerde testorganisatie.

Service organisatie met ticketsysteem

Voor een service georiënteerde organisatie werken we met een ticketsysteem, waarmee de services aangevraagd kunnen worden. Via dit systeem worden services aangeboden op het gebied van onder andere planning en configuratiemanagement, maar ook voor testen. Je moet dan denken aan services gericht op:

- HP ALM user management, reports;
- Teststrategie opstellen;
- Reviews op projecten uitvoeren.

De meest simpele metingen die je kan doen is hoe vaak de services aangeroepen worden. Dan blijkt al dat er services zijn die veel aangevraagd worden en sommige helemaal niet. Dan lijken de services die niet aangeroepen worden overbodig te zijn, maar wie zegt dat ze niet onderhuids gebruikt worden of zoals in het voorbeeld dat een bepaalde service relatief klein is en relatief vaak aangeroepen wordt. En een breder palet bieden geeft wel het gevoel dat het serviceaanbod als geheel sluit.

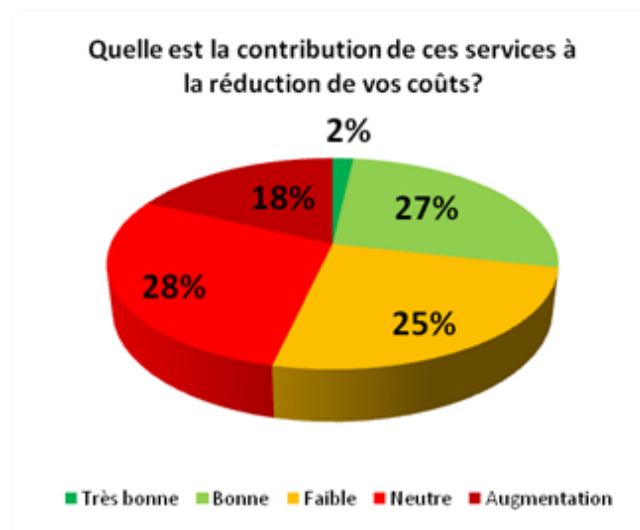


Figuur 1 Services in aantallen

De volgende stap is om te kijken wat vinden de projecten van de services. Dit komt deels uit het ticketing systeem, maar ook uit enquêtes die gehouden worden. Hieronder twee voorbeelden van een gehouden enquête.



Figuur 2 Voorbeeld 1 enquêteresultaat



Figuur 3 Voorbeeld 2 enquêteresultaat

De grafiek in figuur 3 geeft een minder goed gevoel dan die in figuur 2. Klopt dit nu wel of niet? Waren de respondenten aan het eind van de enquête minder kritisch of wilden ze niet al te bot zijn – denk hier ook aan cultuurverschillen.

Projecten zijn verschillend

Op basis van de tickets zelf hebben we metrics opgesteld om te kijken hoe professioneel een project is. Niet perfect, maar het geeft al een aardig beeld. Want een project dat alleen bij de startup services afneemt en er vervolgens niets mee doet, is toch een ander project dan dat dat project daarna ook andere services afneemt.

Daarnaast hebben we metrics voor het gebruik van HP ALM opgesteld. Dit geeft al snel voer voor discussie, omdat projecten nu eenmaal heel verschillend zijn en in andere stadia verkeren.

Met dit soort gegevens moet je kijken naar wat er nog meer achter zit. Een project kan een simpele tracker hebben gebruikt, bijvoorbeeld voor de defects. Zo ja, dan scoor je met HP ALM laag.

Een getal geeft ook niet altijd aan of er nu een goede teststrategie achter een project schuilgaat. Want ze kunnen er allemaal wel één hebben, maar hoeveel is er een kopie van en in hoeveel gevallen komt het woord productrisico niet voor of hebben wel productrisico's, maar doen ze er vervolgens helemaal niks mee.

Voor wie denkt: 'dit slaat niet op mijn bedrijf', die kan ik zeggen dat bedrijven projecten doen en als ze die met elkaar vergelijken, dan kan dat heel interessante informatie opleveren. Zo zul je gaan leren dat projecten relatief eenvoudige activiteiten anders doen, maar waarom? De wens om naar meer standaardisatie te gaan zou toch in alle organisaties aanwezig moeten zijn. Standaarden besparen heel veel tijd tijdens de complete looptijd van een project en maakt de uitwisseling van mensen veel makkelijker. Zoals we al lang weten vanuit de politiek kun je met statistieken alle kanten op. Soms werkt het in je voordeel en soms heb je er minder geluk mee.

Toch geloof ik erin dat we cijfers moeten presenteren en blijven zoeken naar cijfers. Laat de discussie maar komen, is mijn credo. Laat een engagementmanager maar uitleggen waarom zijn project afwijkt in een bepaalde statistiek. Een goede engagementmanager die zijn project kent kan dat en heeft er ook geen moeite mee. ←

VIJF TIPS VOOR EFFECTIEVE RAPPORTAGES!

Door Olaf Agterbosch • olaf.agterbosch@vigit.nl  @ollyag



Wil je graag een vermoeide blik in de ogen van je opdrachtgever voorkomen als hij je testrapportage onder ogen krijgt? Is het niet veel mooier als hij juist naar de rapportage uitkijkt? Dat kan! Door rekening te houden met een aantal vaste factoren kunnen (test)rapportages korter en bondiger. Door meer to the point te rapporteren heb je meer kans op succes. Dat komt doordat je de aandacht niet naar bijzaken stuurt, maar naar waar het werkelijk om gaat: de kwaliteit van je werk. Je wilt toch dat je werk de impact heeft die het verdient? Daarom vijf tips voor een nog betere (test)rapportage.

Een goede rapportage is effectief!

Wat zijn nou de belangrijke onderdelen van een effectieve rapportage? Een goede rapportage zorgt er onder andere voor dat het werk van je (test)team beter op waarde wordt geschat. Zo'n rapportage houdt rekening met de informatiebehoefte van degenen die het rapport ontvangen. Bijna elke rapportage genereert lessen voor de toekomst. Neem deze mee in de rapportage zelf, dan zijn ze meteen toepasbaar. De standaardonderdelen van een testrapport noem ik hier niet uitgebreid, deze vind je immers terug in de meeste testliteratuur. Wel is het van belang je te realiseren welke standaardonderdelen je echt wil en moet invullen. Zelf ben ik van mening dat alleen die onderdelen meegenomen moeten worden die in deze specifieke context toegevoegde waarde bieden.

Als je het niet eens nodig vindt om te communiceren over je impact, waar ben je dan mee bezig? Jezelf van de straat houden? Werkverschaffing?



Vertrouwen opbouwen

Bij welke rapportage dan ook is het belangrijk dat je vooraf een stakeholdersanalyse maakt: wie heeft welke informatie wanneer nodig? Dubbelcheck of ook stakeholders buiten de eigen organisatie (bijvoorbeeld relevante leveranciers en klanten) zijn geïnformeerd. 'Breng én haal': ga er niet van uit dat mensen zelf alle informatie lezen in e-mails of rapportages.

Een effectieve rapportage zorgt voor opbouw van vertrouwen bij de belangrijkste stakeholders. Dat opbouwen van vertrouwen is belangrijk, zeker in een agile omgeving, waarin je je niet blind staart op een vaste scope van de te bouwen oplossing, maar waarin je wel regelmatig vooruitgang wil laten zien.

Wat is een goede rapportage? Een goede rapportage is in elk geval:

- Gefocust op de belangrijkste zaken; bijzaken, die de voortgang van het traject niet direct beïnvloeden hebben minder waarde;
- Bewust geschreven: van tevoren bedenken wat je wilt overbrengen;
- Transparant: die zorgt ervoor dat jij en je opdrachtgever grip houden op de voortgang;
- Tijdig: verschijnt op die momenten dat het team er nog wat mee kan;
- Eenvoudig en dus beter, omdat de inhoud voor alle betrokken in één oogopslag duidelijk is, legt deze zichzelf uit.



De vijf tips!

1. Vraag altijd vooraf aan je opdrachtgever wanneer het (test)traject succesvol is; leg dat vast en kom daar in je rapportages steeds op terug;
2. In sommige templates staat het al standaard (smileys, stoplichten!), maar: visualiseer zoveel mogelijk de belangrijkste delen. Een plaatje zegt vaak meer dan een verhaal;
3. Overval je opdrachtgever niet: slecht nieuws rapporteer je zo vroeg mogelijk, daarmee wacht je niet tot het rapportagemoment;
4. Spreek voor elk project expliciet het rapportageformat af, maar volg niet 'slaafs' de template!. Verdeel de inhoud in hoofdtekst en bijlagen, dat zorgt ervoor dat de lijn van je rapportage gevolgd kan worden. Houd er

rekening mee dat veel lezers direct naar conclusies zullen kijken: die moeten op zichzelf al helder en eenduidig zijn geformuleerd;

5. Houd je altijd aan de afgesproken rapportagertermijnen: dat voorkomt discussie over bijzaken in plaats van de inhoud.

Samenvattend

Elke zichzelf respecterende testmanager/coördinator wil dat zijn werk de aandacht krijgt die het verdient. Door helder en effectief rapporteren lukt dat! Kijk daarbij vooral verder dan je 'template' neus lang is. Bedenk goed wat je naar wie op welke manier wil overbrengen. ←



(c) 2015 Gerard Numan voor TestNetNieuws

RAPPORTAGE, DE BRENGER VAN GEMOEDRUST ÉN KANSEN

Door Sepp Van Cauwenbergh • seppvc@gmail.com  @seppvc



Bij elk testproject hoort een goede rapportage. Zo krijgen alle betrokken partijen een goed overzicht van alles wat bereikt is en wat er niet bereikt is. Ook tijdens het verloop van het project kan een rapportage het project maken of breken. Bij dit alles wordt echter nog een belangrijke factor vergeten; wat met de rapportage vóór een project? Zonder behoorlijke rapportage alvorens aan het project te beginnen kan het zijn dat het project helemaal niet van de grond komt. Ook als er nog helemaal geen sprake is van een project kan rapportage reeds gebruikt worden als een paard van Troje. Door tijdens een presentatie voor een klant een ander project of een proof of concept te tonen, kan hij gaan nadenken over mogelijke implementaties. Als een idee in het hoofd van de klant zit, veroorzaakt dit een cascade-effect waardoor kansen gecreëerd kunnen worden.

Goede rapportages een must

Iedereen weet wel dat goede rapportage tijdens een project een must is. Zo is ook de eindrapportage zeer belangrijk. Iedereen moet immers geïnformeerd zijn van het uiteindelijke resultaat. De klant wil graag weten waarin hij al die tijd geïnvesteerd heeft. Maar is rapportage tijdens en na een project wel genoeg?

Elk project berust op een goede verstandhouding tussen alle betrokken partijen. Een project zonder deze verstandhouding zorgt voor onnodige kopzorgen en gaat het goede verloop van het project in het gedrang brengen. Een goede manier om ervoor te zorgen dat de kopzorgen tot een minimum blijven, is uiteraard rapportage. Met voldoende rapportage tijdens een project kunnen alle betrokken partijen te allen tijde alles volgen en blijft iedereen tevreden. Dit is vaak ook de manier waarop slecht nieuws wordt meegedeeld. Vaak is het echter zo dat deze rapportage te laat komt. De schade is immers dan al geleden. De vraag die men dan stelt is: had het misschien vermeden kunnen worden?

Rapportage op voorhand

Alvorens een project begint, kan rapportage een krachtig hulpmiddel zijn om alle partijen te informeren. Indien dit goed uitgevoerd wordt, weten alle partijen de sterke en de zwakke kanten van elkaar en kunnen ze hierop inspelen voor het te laat is. Als iemand bijvoorbeeld geen ervaring heeft met een bepaald tool, dan kan daar een mouw aan gepast worden vóór het project begint. Dit door ofwel training te voorzien of gewoonweg door een ander tool te gebruiken. Als dit pas uitkomt als het project reeds begonnen is, dan is het veel te laat en gaat er eigenlijk onnodige vertraging komen. Zo is het ook interessant voor de klant om eens een kleine proof of concept te maken voor een project. Ook dit hoort eigenlijk tot rapportage. Jammer genoeg wordt deze rapportage vaak vergeten. Nochtans is dit de sleutel tot een goed project. Zonder een goede start van het project kan je het goede verloop al praktisch vergeten. Goede rapportage brengt hierbij soelaas.

Kansen creëren

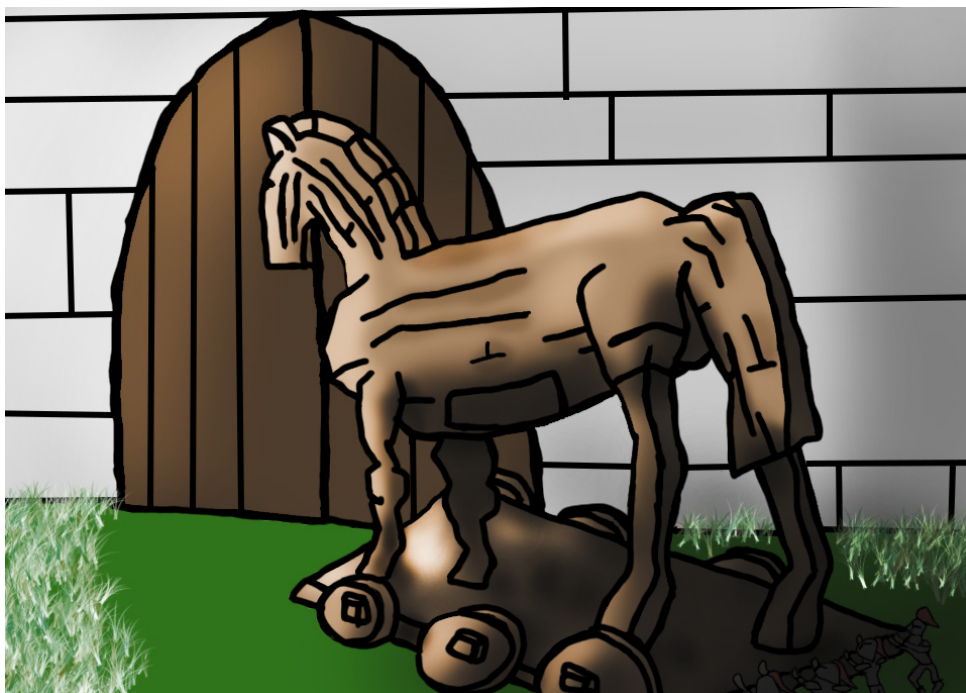
Dus we kunnen zeker en vast stellen dat goede rapportage een must is bij elk project. Zonder dit kan een project zelfs mogelijk niet van de grond gaan. Maar houdt rapportage hier dan bij op? Kan rapportage misschien ook op andere vlakken een oplossing bieden? Stel dat we rapportage kunnen gebruiken om niet enkel een project tot een goed einde te brengen. Stel dat we een rapport kunnen gebruiken om kansen te gaan creëren, om een nieuw project naar ons toe te trekken. Zo kan er een project komen vooraleer dat er zelfs sprake is van dit project.

Dit gaat echter niet zomaar één-twee-drie op. Het is een werk van de lange adem en niet altijd even succesvol. Je gaat immers proberen om een klant te overtuigen van iets waar hij misschien niet aan gedacht had of iets waar hij op dat moment niet achter staat. Hoewel dit niet zo gemakkelijk is, is het echter toch mogelijk. Maar wanneer en hoe kunnen we dit dan doen? Deze vraag is echter niet bestemd voor een kant-en-klaar antwoord, omdat dit verschilt van geval tot geval.

Een manier om dit te doen is een klant er attent op te maken wat er allemaal mogelijk is. Een goed voorbeeld hierbij is testautomatisering. Stel dat er een klant is die al jarenlang berust in gewone tests. Als hij hier tevreden mee is, dan is het voor hem goed. De tests blijven allemaal lopen en de rapportage gebeurt net zoals altijd. De klant is blij en iedereen is blij. Maar wat als de klant nu eens verrast wordt met een klein voorbeeldje van testautomatisering. Dit kan een bewerkt voorbeeld zijn van een andere klant of gewoon een kleine proof of concept van automatisering. Hierbij ga je een rapport uitbrengen zonder dat er sprake is van een automatiseringsproject. Dit moet helemaal geen geheel zijn, zelfs iets zeer onvolledig is hiervoor geschikt. Dan kun jij als bedrijf uitpakken en zeggen 'kijk, dit kunnen wij ook!'.

Paard van Troje

Het klinkt allemaal heel onschuldig, maar dat is het helemaal niet. Je plant op deze manier een idee in iemands hoofd. Een idee kan zich gaan manifesteren en dat brengt dan weer een ander idee mee, zo gaat de gedachtegang steeds verder. Eigenlijk gebruik je op deze manier het idee als een paard van Troje. Eens binnen gaat dit een cascade effect teweegbrengen dat de klant aan het denken zet. Als de klant al vanaf het begin direct mee is met je idee, dan ben je meteen in het ideale scenario. Dit kleine pre-rapportje wordt dan een opstap naar een echt project en dan ben je vertrokken. Als de klant echter niet akkoord gaat met het concept, dan gaat het paard van Troje er misschien toch nog voor zorgen dat er iets positief van komt. Het idee is immers al bij de klant. Hij kan dit dan bijvoorbeeld verder gaan verfijnen tot iets waar hij wel achter staat. En zo niet, dan weet hij tenminste dat er in de toekomst voor gezorgd kan worden.



Dit is echter alleen geschikt voor projecten waarvan nog helemaal geen sprake is. Bij projecten die al aangekondigd zijn, is vaak een onvolledig concept niet geschikt. Dit is enkel en alleen om een klant te prikkelen en zo een nieuw project te creëren. Natuurlijk is er niet altijd evenveel kans op succes. Daarom is het ook juist zo belangrijk om ofwel een reeds bestaand rapportje van bijvoorbeeld een andere klant te bewerken en te gebruiken, ofwel iets zeer summiers te gebruiken. Als er dan uiteindelijk niets van komt, dan gaat er geen financiële opdonder komen. Als er te veel tijd en werk in gestoken wordt en er komt niets van, dan is alles voor niets geweest. Bovendien moet het rapportje ook als een bonus ervaren worden. Als de klant niet overtuigd is van de meerwaarde, dan kun je het natuurlijk wel vergeten. Houd natuurlijk wel in het achterhoofd dat niemand van een opdringerig iemand houdt. Een idee gebruiken als een paard van Troje voor een klant werkt alleen als hij het paard binnen laat en niet als het paard binnen wordt gepropt.

De klant is nu mee met het idee en wil erin investeren. Perfect, wat nu? Als laatste is het de kunst om het project ook te grijpen en binnen te halen. Een idee wat niet helemaal volledig is, is natuurlijk niet voldoende om het project binnen te halen. De klant weet nu dat er een nieuw project mogelijk is, maar dat wil niet meteen zeggen dat hij hiervoor met jou in zee wil. Als hij gaat rondvragen, vindt hij misschien iemand met een meer volledig idee. Nu is het aan jou om het ijzer te smeden wanneer het heet is en dat idee te blijven voeden tot je het project hebt binnen gehaald. ←

ASSESS JE ASSESSMENT

Door Erik Boelen • erik.boelen@me.com  @destruise



Voor ik je verder mee neem in dit artikel wil ik eerst ingaan op de term 'Assessment'. De meeste definities spreken over het beoordelen van kandidaten voor een bepaalde job. Concreet komt het erop neer dat we gaan 'beoordelen op geschiktheid'. En dat is exact waarvoor een test assessment staat, verifiëren of het testproces geschikt is voor de gegeven context. Maar, klopt dit tegenwoordig nog?

Test assessments tegenwoordig

Assessments zijn in grote mate een verkooptool geworden. Consultancy bedrijven komen binnen bij een klant onder het mom van 'We zullen jullie testproces evalueren en verbetervoorstellen formuleren waar nodig.' Als we dan in detail kijken naar de bevindingen van deze assessments, merken we dat deze meestal heel erg in lijn liggen met de diensten die door diezelfde firma worden aangeleverd. Op die manier wordt de klant op een handige manier vlot in het dienstenpakket van de leverancier geleid.

Hoe werkt het?

Meestal wordt er een kick-off meeting gehouden met een aantal stakeholders. Daarna neemt de leverancier het helemaal over en pas helemaal op het einde wordt er een rapport opgeleverd waarin de eventuele verbetervoorstellen geformuleerd worden. Als klant wordt het je niet gemakkelijk gemaakt om inspraak te hebben in het proces van het assessment. Op zich een gemak voor de klant, maar het is wel die inspraak die de toegevoegde waarde levert die een assessment eigenlijk zou moeten hebben. Daarnaast moeten we ons ook de vraag stellen of klanten deze toegevoegde waarde kennen? Soms durf ik me zelfs de vraag te stellen of de leveranciers van het assessment de echte toegevoegde waarde nog wel kennen.

Hoe moet het werken?

Er zijn verschillende manieren waarop de klant kan ingrijpen in het verloop van een assessment om zo tot een beter resultaat te komen. Ik ga ze niet allemaal bespreken, maar wel stilstaan bij een methode die ikzelf al in verschillende klantsituaties heb toegepast, met telkens een tevreden klant als resultaat.

De methode waar ik het over heb om de klant meer inspraak te geven, is gebaseerd op rapportage op verschillende momenten binnen het assessment proces. Ik zie drie momenten waarop we de klant via rapportage kunnen betrekken bij het assessment en ze eventueel laten bijsturen om de toegevoegde waarde te verhogen. De momenten situeren zich bij de start van het assessment, tijdens en na het assessment. Op die manier genereren we een constante stroom van informatie die ons assessment en dus ook de klant alleen maar ten goede komt.

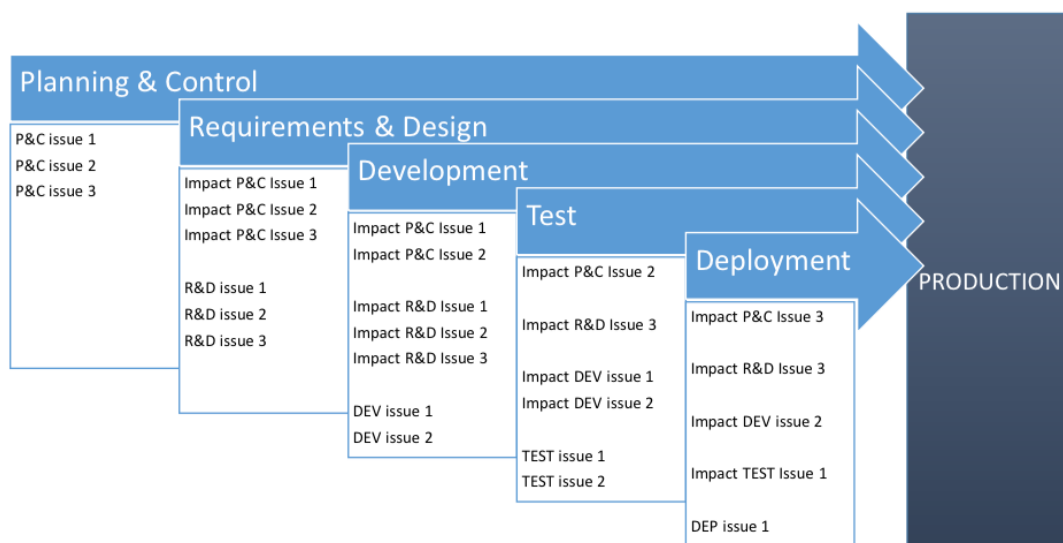
1 - Start van het assessment

Als we een testproces opzetten, beginnen we heel vaak met het opstellen van een risicomatrix. Deze matrix geeft aan waar we het meeste aandacht gaan leggen bij onze testen. Deze activiteit moeten we ook toepassen op onze assessments. Een testproces bevat over het algemeen een groot aantal activiteiten. Deze activiteiten kunnen we niet allemaal met dezelfde aandacht behandelen, aangezien een assessment meestal beperkt is in tijd. Aan de hand van een risicomatrix en de nodige rapportage daarbij kunnen we de klant een bewuste keuze laten maken over hoe de aandacht van het assessment verdeeld wordt over de verschillende activiteiten. Meer concreet spreek

ik hier over context gerelateerde rapportage op basis van risico's om je assessment correct te plaatsen en op die manier reeds vanaf het begin de toegevoegde waarde te bewaken. Het komt er dus eigenlijk op neer dat de klant zelf de prioriteiten bepaalt van het assessment.

2 - Tijdens het assessment

Wat rapportage betreft kunnen we het tijdens het assessment op een agile manier aanpakken. Op regelmatige tijdstippen (bijvoorbeeld dagelijks) geven we een beeld van hoe het assessment vordert en aan de hand van die vorderingen wordt gevraagd aan de klant hoe zij het verdere verloop van het assessment zien. Om dit goed te kunnen doen, hebben we een manier nodig om op een duidelijke manier het verloop van de assessment weer te geven. Een model dat ik daar zelf voor gebruik is het ProblemPropagation Assessment Model™. Afbeelding 1 geeft een mogelijke vorm van dit model weer.



Afbeelding 1 - PPaM™ Model

In dit model kan je de volgende aspecten duidelijk onderscheiden:

- Oorsprong van het probleem;
- Impact van het probleem op de volgende fases;
- Totale impact van problemen op de deployment naar productie.

Dit model geeft aan met welke verantwoordelijken en/of betrokkenen in het developmentproces je gaat praten. Deze worden weergegeven in de verschillende horizontale pijlen. Per onderdeel gaan we dan bekijken wat de impact hiervan is op de volgende stappen in het proces. Neem bijvoorbeeld dat er geen duidelijke omschrijving is van de requirements. Dan toont dit model dat dit niet alleen impact heeft op de fase daarna, maar ook op alle fases die daarop volgen.

Op die manier is het voor de klant duidelijk waar het assessment staat op elk gewenst moment. Sterker nog, op basis van de bevindingen en hun impact op de volgende fases kan het assessment nog bijgestuurd worden door de klant. Indien bijvoorbeeld blijkt dat testomgevingen niet representatief zijn voor de productieomgeving, dan kan dit bijvoorbeeld komen vanuit gebrekkige requirements uit de design architectuur hoek. De impact op de volgende fases is dat we bij het deployen naar productie niet echt een goede inschatting kunnen geven van de risico's rond

bijvoorbeeld stabiliteit van de omgeving. Indien onze klant dit tijdens onze dagelijkse meetings belangrijk genoeg vindt, kunnen we in onze risico-inschatting een aantal verschuivingen doen in de prioriteiten die bij de start van het assessment bepaald zijn.

Dit geeft aan de klant het perfecte middel om de toegevoegde waarde van de assessment zo hoog mogelijk te houden.

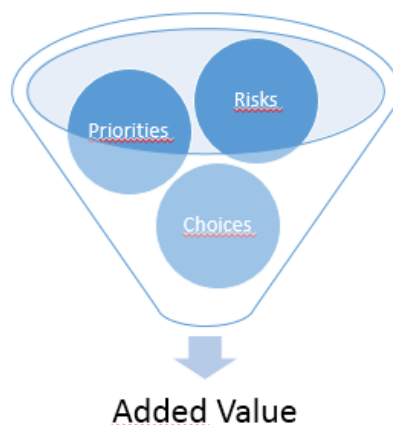
3 - Na het assessment

Het ProblemPropagation Assessment Model™ geeft in zijn afgewerkte versie een heel duidelijk beeld van het resultaat van het assessment wat betreft de probleemgebieden. En niet enkel de probleemgebieden, ook de impact van deze problemen op het totale proces. Op deze manier is het voor de klant meer evident om de juiste keuze te maken om verbetersuggesties te prioriteren als resultaat van het assessment. Deze keuze van prioriteiten wordt dan opnieuw gemaakt op basis van de risico inschatting als gevolg van het assessment. Op die manier bewaren we risico's als rode draad door zowel het assessment als onze rapportage hierover.

Conclusie

Als we naar onze klant toe dergelijke manier van rapporteren hanteren, dan ben ik er alleszins van overtuigd dat we de toegevoegde waarde van de testproces assessments ten eerste voor onszelf herkennen en uiteraard ook voor onze klanten. Het is enkel door consistente rapportage door het hele proces heen van het test assessment dat de klant een duidelijk beeld blijft houden op het assessment. En op basis hiervan de juiste keuzes kan maken om de toegevoegde waarde van de assessment zo hoog mogelijk te houden.

Dit gaat ertoe leiden dat onze klanten meer tevreden zijn, omdat het meer toegepast is op hun noden. Dat zorgt op zijn beurt dan weer voor goede verkoopcijfers voor de consultancybedrijven. Een 'Win-Win' situatie om het artikel op een clichématige manier af te sluiten! ←



Afbeelding 2–Creatie van toegevoegde waarde

VRIJGAVE ADVIES ALS HEFBOOM VOOR TESTVERBETERING

Door Sander Mol • sandermol@chello.nl



Drie jaar geleden startte ik met het opzetten van structureel testen bij mijn werkgever. Op dat moment liepen er ongeveer 8 tot 10 projecten tegelijk en het was al meteen duidelijk dat ik dat niet allemaal zelf kon gaan testen. Dat was ook niet het plan; het meeste testwerk zou uitgevoerd blijven worden door de beheerders van ICT en de contactpersonen in 'de business'. Via training en coaching zouden we hier dan stappen in gaan maken.

Stap 1: het vaste meetpunt

Eén ding heb ik wel meteen stevig ingevoerd; het vrijgave advies. Ieder project dat live wil gaan, krijgt een vrijgave advies. In het begin was dat onwennig voor de projectleiders en projectleden. En ik geef toe, door het grote aantal projecten kwam het vrijgave advies er soms pas twee dagen nádat een project blijkbaar live was gegaan. Dat vereiste wat doorzettingsvermogen. Maar men had wel ALTIJD een thermometer, voor grote en kleine projecten. Op alle relevante onderdelen werd gechecked. Dus men weet niet alleen 'of het werkt' maar ook of de non-functionals op orde zijn.

Om het vrijgave advies ook echt een vaste plek in de organisatie te geven, moest het vooral voldoen aan vier elementen:

- 1) Het document is zelfstandig leesbaar voor iedereen, ook voor wie niet direct betrokken is
- 2) Het beschrijft alleen de eindsituatie, dus niet het proces
- 3) Het is geschreven in taal van de business, maar met kwantificering waar mogelijk
- 4) De hoofdtekst is één pagina. Vanaf pagina 2 komt de onderbouwing, zoals welke testen zijn uitgevoerd en welke bevindingen nog open staan

Bij het derde punt helpt het dat ik niet bijzonder technisch ben en dat ikzelf ook blij word van kleurtjes en korte, techniekvrije bewoordingen. Het voorbeeld van het vrijgave advies vind je aan het einde van dit artikel.

Stap 2: het advies aan de horizon

In die drie jaar is het vrijgave advies hier en daar aangepast, maar de basis staat nog steeds. Het is, liefst op één pagina, een complete foto van de situatie met daarbij een positief of negatief advies. In die drie jaren heb ik pas twee keer een negatief advies afgegeven. Simpelweg omdat men weet wat eraan komt. De criteria voor de eindrapportage zijn vooraf helder.

De projectleider en ik zitten daarom aan het begin van het project samen om te kijken of performance belangrijk is, of beveiliging een probleem kan worden, of alle applicatiekoppelingen in beeld zijn, enzovoort. Bijna altijd komen daar nog vervolgvragen uit die we met de eindgebruiker of ICT beheerder bespreken. Dit 'risicorondje' is enorm handig om snel een goede inschatting te maken.



Stap 3: het toekomstige advies als werkdocument

Iets waar ik eigenlijk pas de laatste maanden mee gestart ben, maar dat goed bevalt, is erg vroeg gaan werken vanuit het vrijgave advies. Als het testplan af is, begint het werken aan het vrijgave advies. De indeling van deze twee documenten is vergelijkbaar. De onderwerpen zijn dezelfde en als bijvoorbeeld 'gebruiksvriendelijkheid' een groot risico is in het testplan, krijgt dit in het vrijgave advies een grotere smiley dan andere onderdelen.

Soms is een project niet groot genoeg voor een testplan of zelfs voor een 'light' versie daarvan, maar is het wél goed om een vrijgave advies te schrijven. Daar start ik dan meteen mee zodra de projectuitvoering begint.

Door eenvoud overal toepasbaar

Het vrijgave advies in deze vorm is dan ook een geweldig instrument om zowel grote als kleine projecten te waarderen. Bij kleine projecten gaat het bijvoorbeeld over een nieuwe versie van het verlofsysteem. Als dit draait op hetzelfde platform en de techniek is niet wezenlijk anders, kun je voor 'continuïteit' al groen rapporteren na een korte review of test. De tijd is schaars en die besteden we dan liever aan iets dat echt relevant is.

Door een zo objectief mogelijke maatstaf te hanteren, ontstaat er een tastbare waardering voor een écht goed project. Waarin gedacht is aan trainingen en overdracht aan beheer, waar de helpdesk een lijst met standaard vragen en bekende issues meekrijgt. Waar een performance test volgens een vooraf bedacht plan is uitgevoerd en back-up en restore in een testrapport zijn aangetoond.

Verdere ontwikkelingen

Nu het vrijgave advies een vast meetpunt is voor alle projecten, is het tijd voor een volgende stap. Binnen beheer worden dagelijks grote en kleine wijzigingen doorgevoerd. Sommige grote wijzigingen hebben een aanzienlijk risico, maar geen projectleider om dit risico te verkleinen via een projectmatige aanpak. Door ook hier een vrijgave advies voor op te stellen, en daar vroeg mee te starten, kunnen ook deze wijzigingen langs de risicomeetlat gelegd worden.

Een nieuwe test voor dit vrijgave advies, om te zien of het inderdaad zo schaalbaar is als ik denk.

Bekijk vooral het advies in zijn huidige vorm en oordeel zelf!

Voorbeeld van het vrijgave advies; compleet en toch schaalbaar, dus overal toepasbaar!

Vrijgave advies

Project of wijziging	Aanpassing offertetool
RFC nummer / projectID	C141516
Projectmanager of aanvrager	Piet de Vries
Testmanager	Sander Mol
Datum	15 februari 2015

het advies is

positief

Testdoel	Resultaat	Status
Functionaliteit: werking van gewijzigde én ongewijzigde functionaliteit	Offertes moeten goed worden doorgezet vanuit de offertetool naar het polissysteem, op basis van relatiegegevens vanuit het klantsysteem. Voor de belangrijkste producten is dit volledig gelukt, op enkele kleinere producten zijn openstaande bevindingen met hooguit gemiddelde impact.	
Gebruiksvriendelijkheid: werking volgens (impliciete) verwachtingen.	Het prettig gebruiken van de hele keten is nog niet bewust getest met diverse eindgebruikers omdat de aandacht is gegaan naar het werkend krijgen van de keten.	
Inpasbaarheid: aantonen dat het systeem aansluit bij de bedrijfsprocessen.	De werking van de offertetool is uitgelegd via trainingen. De eindsituatie werd te laat bereikt om nog een goede acceptatietest te doen. Het concept moet zich daarom in de praktijk bewijzen, in productie krijgen slechts twee kerngebruikers toegang.	
Performance: aantonen dat systeemprestaties voldoende zijn, ook onder druk.	De oplossing hoeft niet te voldoen aan hoge performance eisen. Bovendien zijn tijdens het testen geen grote vertragingen geconstateerd.	
Beveiliging: aantonen dat alleen de juiste personen de juiste informatie hebben.	De infrastructuur van deze oplossing wordt al sinds december gebruikt, de enige kleine interface aanpassing is tussen twee interne systemen en heeft volgens de security manager een zeer beperkt risico.	
Continuïteit: aantonen dat het systeem is voorbereid op uitval en verstoringen.	De risico inschatting voor dit project heeft laten zien dat de stabiliteit van de gehele keten al bewezen is, en dat uitval enige dagen is op te vangen.	
Beheerbaarheid: aantonen dat incidenten en wijzigingen goed te verwerken zijn.	Het risico op dit punt is beperkt, veel beheeractiviteiten liggen bij de toolleverancier. De toekomstige beheerders binnen ons eigen bedrijf hebben nog niet mee kunnen testen.	

Legenda

-  Test is geslaagd, geen (grote) issues
-  Test deels geslaagd of geeft te beperkt inzicht
-  Test is niet geslaagd, blokkerend issue

Grootte van de smiley geeft het ingeschatte risico uit het testplan aan



DON'T SHOOT THE MESSENGER

Door Fatih Topcuoglu • Fatih.Topcuoglu@Bartosz.nl

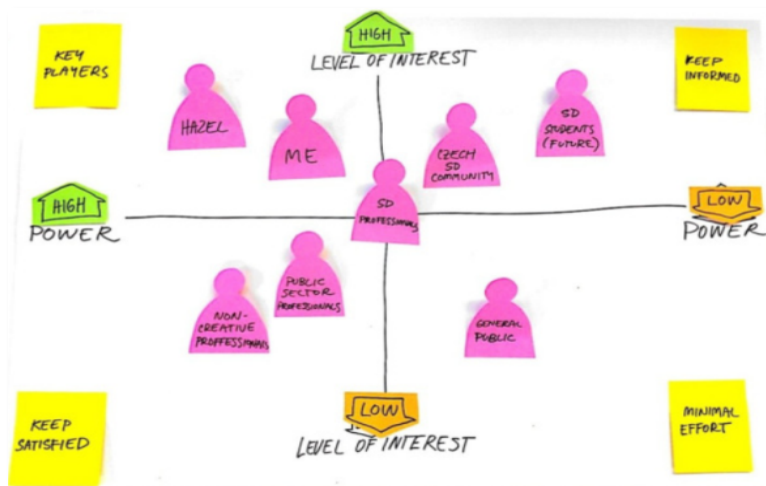


Vraag je jezelf aan het einde van een werkdag wel eens af of de communicatie op de werkvloer efficiënt en effectief is geweest? Heb je deze dag de juiste personen voorzien van de juiste informatie? Of ben jij zelf voorzien van informatie die jij nodig had voor jouw werkzaamheden? Hieronder een voorbeeld van een recente praktijksituatie waarin het belang van communicatie en tijdige (test)rapportage wordt onderstreept.

Een voorbeeld uit de praktijk

"In een project waarin wordt gewerkt aan een internationale rapportage schil is er inmiddels aan miljoenen gepend. Er is totaal geen samenwerking tussen de verschillende teams, de onderlinge communicatie en afstemming is ver te zoeken. De (wettelijke) deadlines zijn al meerdere keren verstreken en opgeschoven, het vertrouwen van de eindgebruiker is weggezaakt en het management staat onder hoge druk. Het project dreigt gestopt te worden indien er op korte termijn geen oplossing komt om de situatie te verbeteren. De verdere ontwikkelingen zijn bepalend voor de voortzetting van het project. Indien deze ontwikkelingen tegenvallen, gaat de stekker eruit en kunnen de betreffende projectleden vertrekken."

Een lastige maar ook herkenbare situatie voor de meesten onder ons. Toch moeten we ons de vraag stellen hoe het überhaupt kan dat een project in zo'n situatie terechtkomt. Het belang van communicatie wordt in veel gevallen onderschat. In de praktijk zie je, vooral binnen formele organisaties, dat men bang is de vingers te branden aan lastige vraagstukken en deze liever doorschuift of negeert. Vaak gaat het om cruciale vraagstukken die onderaan een lijst staan of uit de mailbox verdwijnen. Tegen de tijd dat men hier tegenaan loopt is het probleem blokkerend en draait de software al in productie. Typisch een voorbeeld van verkeerde 'Stakeholder Management' waarbij de juiste informatie niet tijdig de juiste persoon/personen heeft bereikt.



Stakeholder Management / Stakeholder Map

Een effectieve en efficiënte techniek die ik in de praktijk gebruik is de 'Stakeholder Map'. Hierbij probeer je in een zo vroeg mogelijk stadium alle stakeholders in kaart te brengen. Vervolgens verdeel je ze in groepen zoals: "Key Players", "Keep Informed", "Keep Satisfied" en "Minimal Effort". Hiermee bepaal je namelijk 'wie je wanneer van welke informatie' gaat voorzien. Ook is het handig om de escalatie kanalen zo vroeg mogelijk inzichtelijk te hebben. Een andere aandachtspunt is de vorm en inhoud van de boodschap. Zorg ervoor dat een stakeholder nooit een 'overkill' aan informatie ontvangt. Voor managers bijvoorbeeld is het juist belangrijk om de boodschap kort en bondig te houden. Gebruik dan ook juiste tooling om de boodschap over te brengen.



Het brengen van slechte nieuws

Als brenger van het slechte nieuws krijgt de boodschapper veelal als eerste de negatieve reactie van de 'Koning'. Maar ook dit is een onderdeel van het vak. Het is goed om problemen in een zo vroeg mogelijke stadium te vinden om vervolgens de juiste mensen te informeren en/of te activeren.

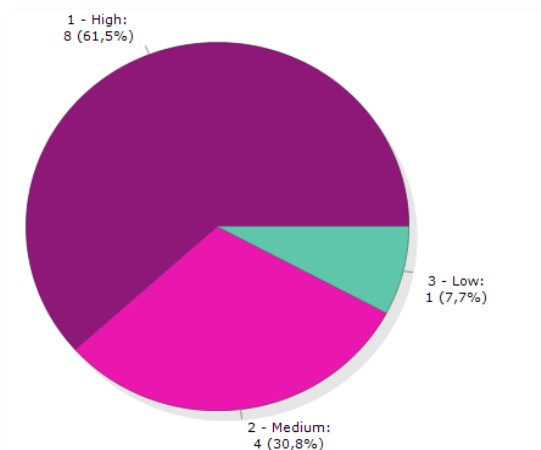
Hiermee komen we uit op het 'Hoe' aspect ('Hoe breng je slecht nieuws?'). Dit vereist van de brenger zowel goede communicatieve vaardigheden als politieke sensitiviteit.

Niet iedere organisatie (koninkrijk) is gelijk. Sommige klantomgevingen zijn politiek gevoeliger en hiërarchischer dan andere. Als professional moet je dit aanvoelen en hierop anticiperen door de juiste communicatie stijl te kiezen.

Toepassing in de praktijk

Bij een nieuwe opdracht probeer ik tijdens de eerste twee weken een 'Stakeholder Map' in kaart brengen. Als vervolgstap stem ik per stakeholder af wat de informatiebehoefte en gewenste aanlever-frequentie is. De vorm en inhoud van de boodschap kan per stakeholder en klant verschillen. Houd rekening met de 'Koninkrijk' waarin je opereert. In een bank omgeving bijvoorbeeld liggen de politieke verhoudingen heel anders dan in een non-profit organisatie. Pas de communicatiestijl, communicatievorm en houding hierop aan.

Voor wat betreft tooling probeer ik zo goed mogelijk de standaard programmatuur te gebruiken. De meeste organisaties hebben kant en klare pakketten aangeschaft en hebben deze in gebruik. Denk hierbij aan ALM (Application Lifecycle Management) voor defectrapportages.



Samenvattend

Rapporteren naar de juiste mensen op de juiste momenten is een vak apart. Het brengen van een slechte boodschap is minimaal net zo belangrijk als het brengen van een goede boodschap.

Maar helaas vreest de boodschapper nog altijd voor zijn hoofd als de boodschap niet in goede aarde valt bij de 'Koning'. Hou daarbij altijd in gedachte 'DON'T SHOOT THE MESSENGER'. ←

TESTRAPPORTAGES: ZIJN DROMEN BEDROG?

Door Stephen van Boxtel • Stephen.van.boxtel@sogeti.nl



Ik heb een droom....! Ik heb een droom, waarin ik mijn leven als testmanager vergemakkelijk door het opleveren van de perfecte testrapportages. Al mijn stakeholders bewieroken mij, vanwege het inzicht dat ik hen verschaf over de voor hen belangrijke zaken binnen het testproject, waarvoor ik verantwoordelijk ben. En naast de perfecte inhoud lever ik mijn informatie qua timing ook nog op, op het juiste moment. Ik beantwoord alle vragen, voordat mijn omgeving ze aan mij kan stellen. Met een glimlach ontwaak ik.....

De praktijk is een stuk weerbarstiger als het gaat om testrapportages. Tijdens de tien jaar dat we als testafdeling actief zijn bij een grote Telecom provider hebben we onze rapportages steeds aangepast aan de veranderende vraag van onze stakeholder: de IT-organisatie. De afgelopen jaren heeft een aantal andere partijen zich steeds nadrukkelijker gemeld als expliciete stakeholder met eigen wensen en behoeften. De rode draad die ik zie, is dat we steeds reactief onze rapportages bijstellen.

De start en evolutie van de rapportages

In 2005 zijn we gestart met onze testorganisatie, waarbij we op een gestructureerde en gestandaardiseerde wijze onze testprojecten uitvoerden. Twee belangrijke rapportages destijds waren de voortgangsrapportage en het 'Go No Go advice'. Op een basale manier rapporteerden we (reactief) over hoe de voortgang van onze testprojecten verliep en aan het einde van het project leverden we plichtsgetrouw ons 'Go No Go advice' op. Ik herinner me de verontwaardiging die we hadden als de stuurgroep ons advies weer eens negeerde.

Na een analyse van de inhoud van onze rapportages en overleg met onze belangrijkste stakeholder (IT), concludeerden we dat onze voortgangsrapportage naast de voortgang ook een risicoparagraaf moest bevatten, inclusief door ons voorgestelde mitigerende maatregelen. Het 'Go No Go advice' pimpten we op door nadrukkelijker het verband te leggen tussen de acceptatiecriteria en de testresultaten. Vragen over onze voortgang en advies over hoe toch live te gaan bleven we echter moeilijk vinden. Wij rapporteerden toch de waarheid? Was dat niet genoeg? Naast de reactieve evolutie van onze rapportages hebben we in de loop der tijd ook onze dienstverlening aangepast. Al onze activiteiten voeren we vanaf 2009 op fixed Price basis uit en vanaf 2011 managen we de hele testketen (opzetten teststrategie en managen van de testsoorten ST, SIT, FAT, E2E en UAT). De doelstellingen die de stakeholder ons meegaf met onze nieuwe 'managed test service' waren:

1. Het bereiken van een testkostenreductie;
2. Het realiseren van een kwaliteitsverhoging;
3. Het verkorten van de 'Time-to-Market'.

Nieuwe situatie, nieuwe mogelijkheden

Wij hebben deze nieuwe situatie aangegrepen om samen met onze stakeholder (nog steeds IT) te bepalen welke rapportages nodig waren om hem op de juiste wijze te informeren. Op basis daarvan hebben we de set project gerelateerde rapportages uitgebreid met een Test End report voor de testsoorten die wij uitvoerden. Daarnaast hebben we een KPI rapportage en een Klantwaarde Dashboard ontwikkeld, waarmee we organisatie breed rappor-

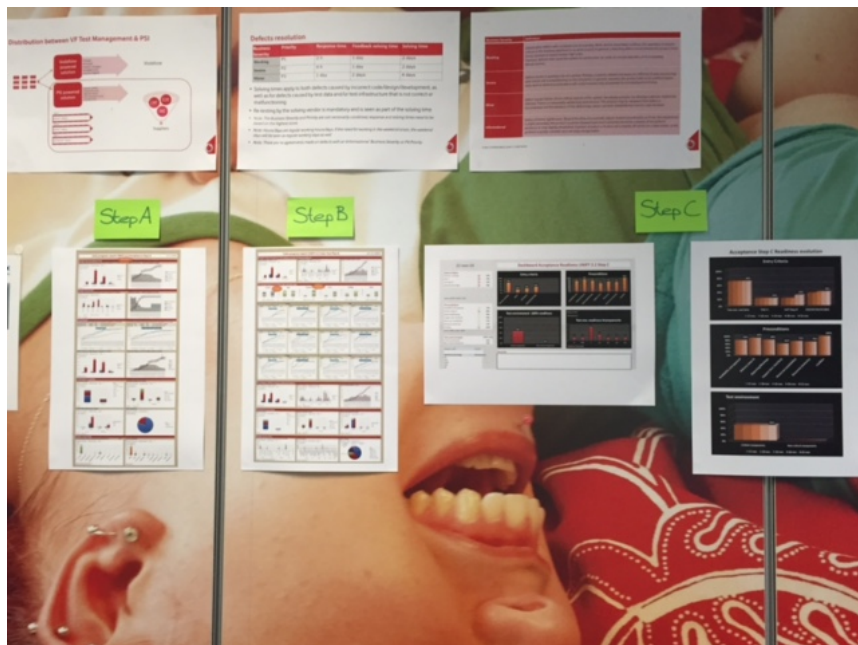
teren over testen. 'Professional' was en is ons motto en dat was te zien. We zaten echter nog steeds niet in de driver seat.

De war-room

Dan breekt 2014 aan. We zijn onderdeel van een mega programma dat van groot belang is voor onze klant. Met onze bestaande set rapportages beginnen we aan onze reis. In de tussentijd werpt de Business zich op als expliciete stakeholder. Zowel IT als de Business stellen zich zeer kritisch op en vragen steeds meer informatie. Dit is ónze kans! Wij gaan samen zitten en bespreken hoe we met de stakeholders moeten omgaan. Langzaam krijgt een plan om proactief met onze rapportages om te gaan, vorm. We beginnen met het opzetten van een war-room.

Wij beseffen dat we stakeholder-specifiek moeten rapporteren en dat dit een hoop werk voor ons gaat betekenen. Tegelijkertijd realiseren we ons dat het schaken op meerder borden tot sub optimalisatie leidt. We kiezen ervoor om de focus te leggen op het rapporteren richting IT. We komen dagelijks bij elkaar, aggregeren onze informatie en rapporteren aan het einde van elke dag wat de status is van het testproject, de 'Readiness' van de volgende stap binnen het project, en de evolutie van de 'Readiness'.

Door goed te luisteren in de overleggen waar we aan deelnemen, bereiden we ons ook voor om de rapportage die we gebruiken te verrijken en te verbeteren. Op deze manier zijn we de Program Board steeds een stap voor en creëren we de rust om deze situatie te handhaven. Ondertussen behangen we de war-room met uitdraaien van onze rapportages. Op regelmatige basis zien we onze stakeholders binnen lopen en kijken hoe de vlag ervoor



Reporting wall war-room



staat. Dit geeft een goede interactie en, nog belangrijker, vertrouwen in wat wij doen.

Vier weken voor de 'Go - No Go' meeting starten we al met rapporteren over wat op dat moment ons advies is, als we de testresultaten afzetten tegen de Acceptatiecriteria. Daarnaast geven we aan wat de gevolgen en risico's van een Go live zijn en welke mitigerende maatregelen wij aanbevelen. Maar ook geven we hints over hoe we de resterende tijd om moeten gaan met testen om op het



moment van de Go-live beslissing een zo verantwoord mogelijk besluit te kunnen nemen. De IT-organisatie heeft veel lof voor onze wijze van proactief helder rapporteren.

Waar onze IT-stakeholder, gedreven door tijd en geld, erg gelukkig is met onze rapportages, krijgen we vanuit de Business de vraag: 'Wat betekenen de kwantitatieve Acceptatiecriteria in de praktijk voor ons?'. Nu we weten hoe we de IT-stakeholder moeten informeren, hebben we de ruimte om ons bezig te houden met hoe we de vertaalslag naar de Business moeten maken. Hiertoe hebben we met onze testmanagers en business-stakeholders samengezeten. Het doel dat we onszelf hebben gesteld is om voor deze stakeholder een Business Value report op te zetten.

Rapporteren naar de business

Om dit doel te realiseren hebben we een analyse gemaakt van de abstractieniveaus van de business afdelingen, stakeholders en daaraan gerelateerde testonderwerpen (zie figuur hieronder). De breakdown die hieruit ontstaat, gebruiken we vervolgens om ons test tool (HP QC) in te richten, zodat we 'met één druk op de knop' de business value reports kunnen genereren. Met de laatste fase van het programma voor de boeg hebben wij er alle vertrouwen in dat we de aan de behoefte van onze Business stakeholder voldoen.

De boodschap van dit verhaal is dat de 'perfecte' rapportage slechts een heel kort leven is beschoren en slechts even perfect is voor een deelverzameling van alle stakeholders in jouw omgeving. Goed blijven luisteren en nadenken over wat in een rapportage moet staan is een must, evenals het steeds aanpassen ervan. Daarnaast is het besef dat niet elke stakeholder in jouw omgeving dezelfde behoefte heeft belangrijk. De perfecte rapportage heeft asymptotische trekjes, of wel iets van een Tantaluskwelling, benaderbaar doch onbereikbaar.

Om tot slot een beeld te geven wat wij in onze rapportages opnemen, schets ik kort de evolutie van onze rapportages en de inhoud die elk op enig moment had. Ik maak er geen onuitputtelijk verhaal van. Ik wil wel aangeven hoe de rapportages in de loop van tien jaar zijn geëvolueerd.

Test id	Stakeholder	Org. Level
Σ Departments	GMT, HoP	Business Unit
Σ channels Business goals	SMT	Department
channel Business case	SME TPM, TDM	Subject Matter Experts
business functionality	streamlead, TM	Test community
goal	TC	Test level
case/scenario	TE	Test level
defect	TE	Defect Decision Board

2005: Basisinformatie

- Voortgangsrapportage per testsoort: basisinformatie over plan versus realisatie;

- Go - No Go rapportage: basale informatie over ons advies over de live-gang.

2009: Verdieping van informatie

Update voortgangsrapportage per testsoort: informatie over plan versus realisatie, risico's en mitigerende maatregelen;

Update Go - No Go rapportage: naast een gedetailleerdere vergelijking van acceptatiecriteria en testresultaten, een overzicht met de status van testgevallen en een overzicht van onopgeloste defects. Op basis van deze informatie voegden we ook een set aanbevelingen toe om risico's die gepaard gaan met niet uitgevoerde testgevallen en openstaande defects te mitigeren en de stuurgroepen een middel te geven een verantwoord besluit te nemen;

KPI rapportage: om aan de doelen van de organisatie – testkosten reductie, kwaliteitsverbetering, kortere time-to-market en continuïteit van testcapaciteit – te voldoen hebben we met de klant een set KPI's opgesteld om te meten of we voldeden aan de doelstellingen en hints te krijgen over wat er moest verbeteren;

Budget Control: omdat we de projecten Fixed Price uitvoeren is het noodzakelijk om een gedegen controle op budgets in te richten.

2011: Informatie over de hele testketen en op organisatieniveau

Update voortgangsrapportage per testsoort: de rapportages uit 2009 die informatie over tijd en geld lieten zien, hebben we uitgebreid met informatie over de kwaliteit van de testbasis, onze tussenproducten én over de status van de entry en exit criteria;

Een nieuwe voortgangsrapportage voor de testmanager: omdat wij de hele testketen managen, is het noodzakelijk om daarover te rapporteren. Het betreft informatie over plan versus realisatie van de testmanagementactiviteiten én de voortgang van alle testsoorten in scope, inclusief de status van alle Quality Gates (entry- en Exit criteria), een risico log en exception log en maatregelen om risico's en vertragingen te keren;

Update KPI rapportage: met name de KPI's die de status van kwaliteit uitdrukken hebben we uitgebreid en aangepast. Twee belangrijke toevoegingen zijn informatie over het aantal additionele offertes en het percentage defects dat we tijdens een testsoort vinden, terwijl testpartijen die in een eerdere testsoort hadden moeten vinden;

Update en uitbreiding budget control: de budget control op testsoorten hebben we aangepast op de nieuwe testmanagement dienst. Voor de testmanagers hebben we een budget control sheet opgezet;

Test versus projectkosten overzicht: omdat we nu de hele testketen managen en de kosten ervan kennen, kunnen we deze uitzetten tegenover de totale projectkosten. Op basis van wat we zien, voorzien we de organisatie van advies over mogelijke kosten reducerende maatregelen;

Klantwaarde dashboard: project overstijgende informatie, waaronder testkostenreductie door inzet van testcapaciteit uit India, totale test- versus totale projectkosten, inzet ratio's Nederlandse staff versus Indiase staff, % defects leakage, % escaped defects, en de status van innovaties die we hebben gelanceerd.

2014 en 2015: Uitbreiding van informatie

De rapportages uit 2011 gebruiken we nog steeds. Hier en daar hebben we accenten gewijzigd. Overall gebruiken we de informatie steeds meer om de organisatie te adviseren over waar binnen de voortbrengingsketen 'winsten' te halen zijn en kwaliteit is te verbeteren. Naar aanleiding daarvan heeft de organisatie ons gevraagd om QA maatregelen te implementeren in de eerste fase van de keten;

Drastische uitbreiding van onze voortgangsrapportages: voor het programma waar we aan deelnemen hebben we onze rapportages verder uitgebreid. Op basis van de status van de uitvoering van testgevallen en het slagen ervan, de trends in defects finding en het oplosvermogen van partijen, rapporteren we daar niet alleen over. We zijn

ook in staat om voorspellingen te doen over de potentiële einddatum van de testactiviteiten. Deze informatie geeft ons en de programma board een stevig stuur in handen, waarmee we zeer gericht maatregelen kunnen implementeren en partijen kunnen aanspreken op hun inbreng;

Inzoomen op testvoortgang: we zoomen daarnaast steeds verder in op de diverse domeinen en afdelingen van de organisatie en kunnen op dat niveau forecasts geven en uitspraken doen over de stand van zaken van de test activiteiten.

Business Value reporting: we hebben nu een model opgezet waarmee we de Business stakeholders in Business taal kunnen vertellen wat de teststatus voor hen betekent. We hebben hier hoge verwachtingen van!

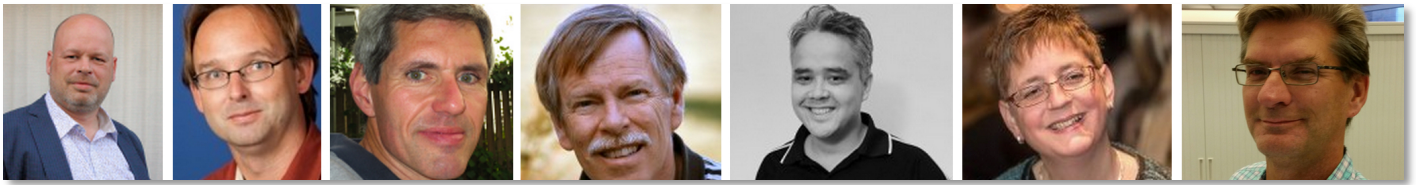
De droom en de werkelijkheid

Bovenstaande beschrijving van onze reis laat zien dat behoeften, inzichten en stakeholders veranderen en daarmee de perfecte rapportage. In zekere zin is de perfecte rapportage de rapportage die qua inhoud en vorm 'meegroeit'. De droom over een perfecte rapportage is dus zeker geen bedrog. We moeten ons er alleen van bewust zijn dat de droom steeds verandert!

So, let's keep on dreaming ... ←

REDACTEUREN GEZOCHT VOOR TESTNETNIEUWS

Door Rob van Steenbergem • redactie@testnet.org [@rvansteenbergen](https://twitter.com/rvansteenbergen)



Mag ik u voorstellen? Het TestNet redactieteam. Van links naar rechts: Rob van Steenbergem, Johan Vink, Kees Blokland, Hans van Loenhoud, Gerben de la Rambelje, Astrid Hodes en Paul Beving.

In deze samenstelling heeft dit team u de afgelopen jaren wekelijks geïnformeerd op onze blogpagina en twee maal paar jaar een dik themanummer bij elkaar verzameld, geredigeerd en gepubliceerd. En ik moet zelf zeggen, dat gaat best goed! Dus applaus!



Twee redactieleden gaan ons verlaten ☹

Tijdens ons vorig overleg kondigde twee redactieleden aan om te stoppen. Astrid Hodes die samen met mij is begonnen drie jaar geleden en Johan Vink die al dertien jaar meewerkt aan het magazine. ...en dat verdient ook een applaus!

Twee nieuwe redacteurs gezocht

Om wekelijks het nieuw te blijven verzorgen, de specials te maken en vernieuwingen te introduceren hebben we wel een compleet team nodig, dus hierbij: We zoeken nieuwe redactieleden die het TestNetNieuws verder ondersteunen.

Taken

- Testers stimuleren tot het schrijven van artikelen
- Managen en bewaken van toegezegde artikelen
- Plannen, werven managen van eigen terugkerend onderdeel (zoals bijvoorbeeld thema avonden, interviews, et cetera)
- Incidenteel zelf artikelen en verslagen schrijven
- Redigeren en opmaken van binnengekomen artikelen
- Bijdragen aan de vernieuwing van TNN
- Omvang van de werkzaamheden beperkt, maar variabel, vergaderfrequentie één keer per kwartaal

Eisen

- Affiniteit met de Nederlandse taal
- Kennis van testen in brede zin

- Goede contacten in de testwereld

Wij bieden

- Leuk werk in een gemotiveerd redactioneel team
- Actie in de frontlinie van testend Nederland
- Veel redactionele vrijheid
- Mogelijkheid om je (test)netwerk uit te breiden

Voel je jezelf al enthousiast worden? Reageer dan door door een mail te schrijven met de redenen waarom jij vindt dat je ons nieuwe redactielid moet worden! Mocht je nog vragen hebben, dan hoor ik die ook graag.

Wellicht tot ziens op onze volgende redactie vergadering!

TestNetNieuws – redactie@testnet.org ←

TESTNET NIEUWS

TestNet Nieuws is een uitgave van de Vereniging TestNet, een bloeiende vereniging met meer dan 1600 professionele testers als lid. TestNet streeft de professionalisering na van het testen van IT-producten, en de vergroting van de bewustwording en het belang van testen als vak apart. TestNet stimuleert het uitwisselen en uitdragen van vakkennis, ervaring tussen vakgenoten en stimuleert onderzoek vanuit zowel wetenschappelijk als praktisch perspectief. Voor meer informatie en lidmaatschap, zie <http://www.testnet.org>.

TestNet Nieuws brengt tweemaal per jaar een Special uit met artikelen over een actueel thema uit de testwereld, gerelateerd aan het TestNet Voorjaars- en Najaarsevenement.

Daarnaast verschijnt op internet de [TestNet Nieuws Weekly](#), een blog met iedere week een artikel over testen en TestNet. ←

