

K E R I N G



b/acceptance
business ready



Comité Français
des Tests Logiciels

Comment tester dans **66 pays** avec des vrais humains ?



Quand la QA centrale fait appel au Crowdtesting.

Sommaire

Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

Pourquoi faire du Crowdfunding ?

Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

Et maintenant, en Run

Next steps



Contexte

GUCCI SAINT LAURENT
BOTTEGA VENETA

Alexander McQUEEN

BALENCIAGA

DoDo *Brioni*
CHARMING JEWELRY SINCE 1994

qeelin *Pouellato*

BOUCHERON
1858 - 1911 - 1924

ULYSSE NARDIN
SINCE 1740 - LE LOCLE - SWITZERLAND

GIRARD-PERREGAUX
1824 - 1854 - 1858 - 1860 - 1861 - 1862 - 1863 - 1864 - 1865 - 1866 - 1867 - 1868 - 1869 - 1870 - 1871 - 1872 - 1873 - 1874 - 1875 - 1876 - 1877 - 1878 - 1879 - 1880 - 1881 - 1882 - 1883 - 1884 - 1885 - 1886 - 1887 - 1888 - 1889 - 1890 - 1891 - 1892 - 1893 - 1894 - 1895 - 1896 - 1897 - 1898 - 1899 - 1900 - 1901 - 1902 - 1903 - 1904 - 1905 - 1906 - 1907 - 1908 - 1909 - 1910 - 1911 - 1912 - 1913 - 1914 - 1915 - 1916 - 1917 - 1918 - 1919 - 1920 - 1921 - 1922 - 1923 - 1924 - 1925 - 1926 - 1927 - 1928 - 1929 - 1930 - 1931 - 1932 - 1933 - 1934 - 1935 - 1936 - 1937 - 1938 - 1939 - 1940 - 1941 - 1942 - 1943 - 1944 - 1945 - 1946 - 1947 - 1948 - 1949 - 1950 - 1951 - 1952 - 1953 - 1954 - 1955 - 1956 - 1957 - 1958 - 1959 - 1960 - 1961 - 1962 - 1963 - 1964 - 1965 - 1966 - 1967 - 1968 - 1969 - 1970 - 1971 - 1972 - 1973 - 1974 - 1975 - 1976 - 1977 - 1978 - 1979 - 1980 - 1981 - 1982 - 1983 - 1984 - 1985 - 1986 - 1987 - 1988 - 1989 - 1990 - 1991 - 1992 - 1993 - 1994 - 1995 - 1996 - 1997 - 1998 - 1999 - 2000 - 2001 - 2002 - 2003 - 2004 - 2005 - 2006 - 2007 - 2008 - 2009 - 2010 - 2011 - 2012 - 2013 - 2014 - 2015 - 2016 - 2017 - 2018 - 2019 - 2020 - 2021 - 2022 - 2023 - 2024

Présentation du groupe Kering



11

Marques



13,4

Millards d'euros



38.000

Collaborateurs



Contexte

Le programme digital Eagle

Kering Technologies est la division du Groupe Kering dédiée à la gestion des Systèmes d'Information pour les marques de manière transverse. Elle abrite le programme Eagle.

4

Marques



Yves Saint Laurent,
Balenciaga,
Alexander McQueen,
Bottega Veneta

66

Pays



40

Applications



e-commerce
Order Management System
Warehouse Management System
Product information Management
Retail Management System
partenaires de transports
Finance...

100

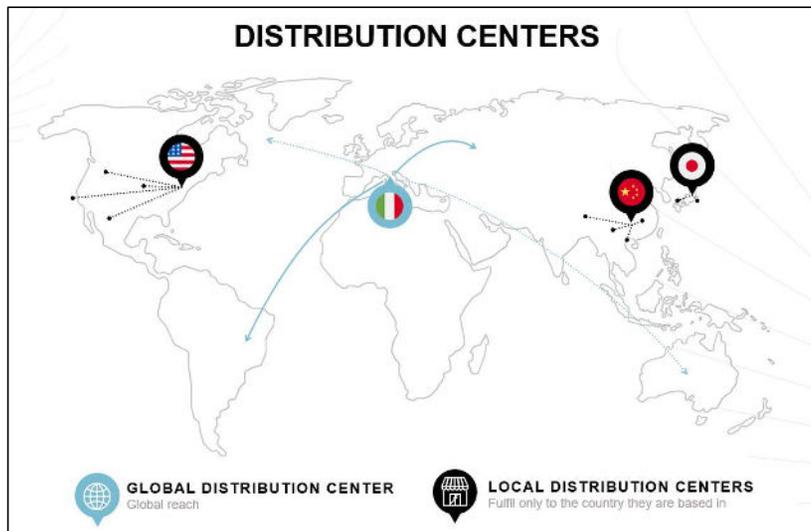
Personnes



<2ans

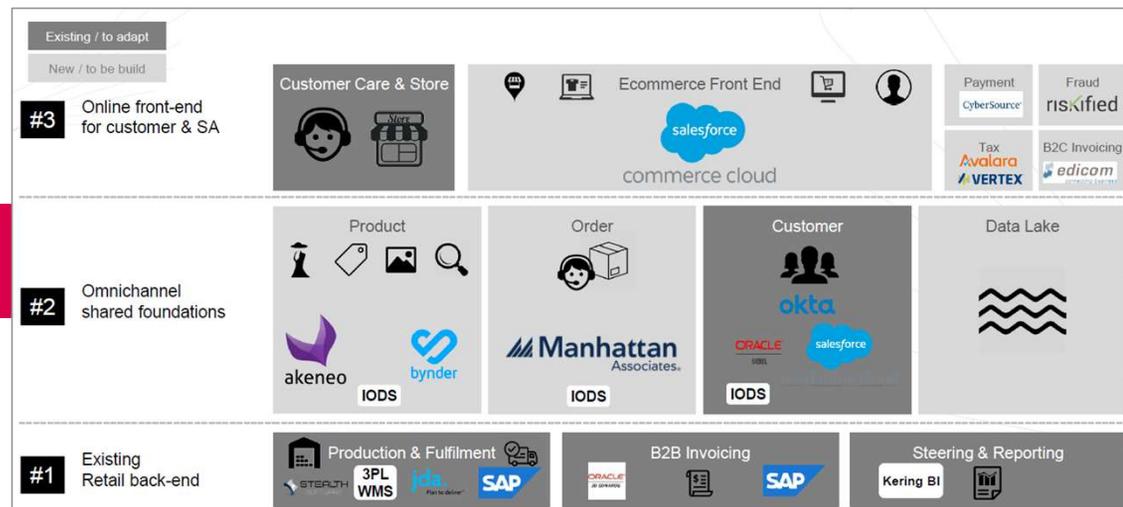


Le programme digital Eagle



Refonte de la logistique e-commerce au niveau mondial : 1 global DC, 3 local DC

Les solutions sélectionnées pour la création de la plateforme



Le programme digital Eagle

1

DISTANT SALES LAUNCH

par marque et region

tester les flux back-end

- Anticiper les contrats / **UAT à organiser par population**
- Travailler sur les process d'un point de vue business (pas uniquement IT)

2

AMQ EMPLOYEE SALE

par marque et region

tester le Front et le WHS

- Anticiper les tests dry run – retravailler l'integration des stocks Front
- **Impliquer et "éduquer" / former les différentes populations métier sur la methodo UAT & dry run et leur charge de travail associée**

3

S.L. EMPLOYEE SALE

Worldwide

tester le cross-border, hauts volumes et orga RUN

- **Retravailler la performance des systems back-end + des cas fonctionnel reels non-designés -> manual recovery + dev.**
- Former les équipes Service Client sur les outils de ticketing

4

AMQ GO LIVE

Worldwide

Juillet 2020

- **Anticiper la contribution du site pour détecter les bugs front plus tôt – fiches "HOW TO" dédiées sur la contribution PIM & Front**
- Sécuriser les performances Front

5

SAINT LAURENT GO LIVE

Worldwide

Octobre 2020

- Éviter de rajouter trop de fonctionnalités avant un Go Live

6

AUTRES MARQUES

Worldwide

Février et Mai 2021

- Go Live industriels

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps



La QA Eagle | L'organisation de la QA Eagle



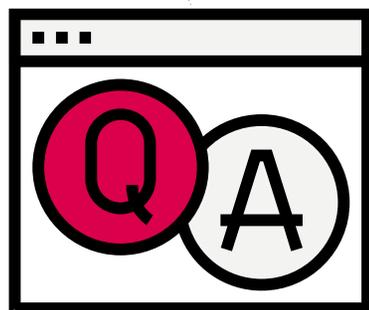
Un QA manager
d'ensemble



3 Automaticiens



12 QA intégrés dans les streams
projet : PIM, Front & Customer,
OMS & intégration, WMS & Legacy

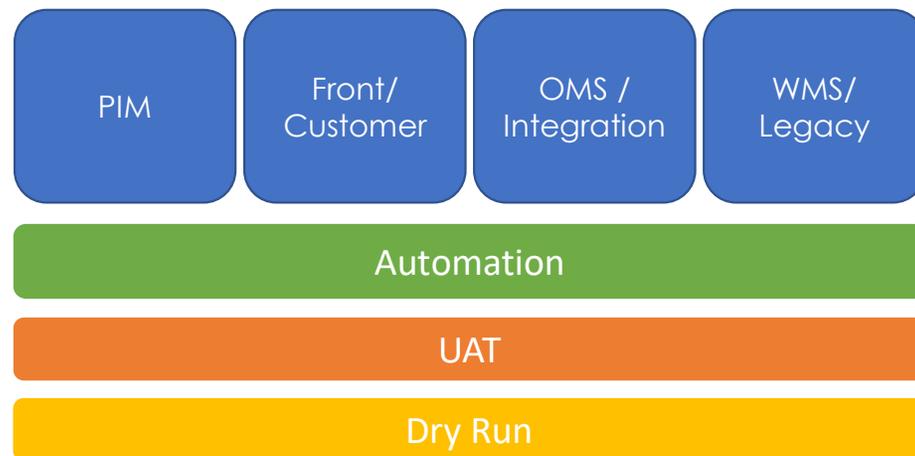


4 testeurs à l'international

- o 2 aux US
- o 2 au Japon



2 UAT Lead dédiées
aux tests avec les marques,
dont 1 qui coordonne les
crowd-testeurs



La QA Eagle

Une QA efficace

Une QA qui détecte largement les bug

- sur les différents streams
- Principalement sur le global, moins sur le local

		QA Centrale
Région	Global	87%
	EMEA	6%
	APAC	3%
	NOAM	3%
	ROW	1%
Stream	Front	42%
	Payment	0%
	Order	21%
	Product	8%
	Customer	5%
	Warehouse	4%
	Transport	0%
	Legacy	3%
	Autre	17%



Détection de bugs

Plus de **5000 bugs** remontés

La QA Eagle

Mais limitée sur des aspects majeurs

Malgré une organisation QA efficace, la QA reste une activité centrale, alors que les clients sont dans 66 pays, dans des configurations très différentes et que le déploiement est en big bang.



Comment s'assurer que l'expérience utilisateur sera bonne dans les 66 pays ?



Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps



Pourquoi faire du Crowdfunding ?

1. Sur les parcours digitaux



Le parcours est-il fluide avec les opérateurs internet et mobile locaux ?



Les différents moyens de paiement sont-ils opérationnels en local ?



Les niveaux de traduction sont-ils corrects ?

2. Sur les parcours Home Delivery



Les transporteurs locaux fournissent-ils un niveau de qualité à la hauteur d'une marque de Luxe ?



Le déballage du colis (unboxing) fournit-il l'expérience utilisateur attendue ?

3. Sur les parcours Magasin



Le retrait click & collect en magasin est-il fluide ?



Le retour en magasin est-il fluide ?

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps



Notre cahier des charges pour un partenaire de crowdtesting

Seul un partenaire spécialiste peut couvrir un très grand nombre de pays.
Le crowdtesting peut se présenter comme « l'uber du test » : les crowdtesters sont recrutés par une plateforme, puis sollicités à la tâche, pour laquelle ils perçoivent une rémunération

Supplier 2

Company	Références	Larges références sur le marché	✓
	Stability	Solidité de la société	✓
Test Types	UX	Couverture explicite des feed backs sur UX	✓
	Localization	Capacité a disposer de natifs (traductions) dans chaque pays	✓
	Omnichannel	Capacité à couvrir des tests digitaux et en magasins physiques	✓
Countries	All main countries	Couverture des pays principaux sur tous les continents	✓
	Opt Monaco & Macau	Option Monaco & Macau	✓
Delivery	Projet Manager	Présence d'un manager pour l'interface testeurs les bugs et le reporting	✓
	Access to platform	Accès directement à la plateforme pour les résultats	✓
	Bug interface to Jira	Capacité d'interfacer les Bugs vers Jira	✓
	Workload flexibility	Forte flexibilité sur le planning et les montées en charge	✓
Pricing model	On demand	Facturation à l'acte (selon le volume de tests), non limité	✓
	Monthly Subscription	Frais fixes d'abonnement	
	Price transparency	Mécanique de devis explicite et prévisible (coût par test)	✓

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps



Sélectionner des testeurs

Critères de sélection des testeurs

- Nationalité
- Pays de résidence
- Localisation
- Fluidité de la langue
- Moyen de paiement
- Fréquence d'achat d'article de luxe
- Achats en ligne

Exemple de Brief

End-to-end test: Documenting and validating the delivery and return process of a package!

Dear Tester,

Welcome to this End-to-end test! In this test, we are interested in validating and documenting the ordering, delivery and return processes for a top luxury fashion brand.

During this test you will go through different tasks, documenting everything you encounter by answering questions and/or by taking pictures. The goal is to give us a good overview of the process at each stage, understand any issues and your overall experience.

Therefore, the report pages have been split-up per stage:

- Form 1 - Purchase Process. You will order item(s) online with the instructions provided by the Birdmaster, the item(s) will have to be returned as part of the test.
- Form 1.2 - Info form. You will be asked to fill out and submit this form once you have received the order confirmation.
- Form 2 - Waiting Period. You will need to document the communication of your order and review any communication concerning the order.
- Form 3 - Delivery and Unboxing. You will receive your package and take pictures of how the package arrives and what the contents look like.
- Form 4 - Return Process. You will undertake and report on the return process.
- Form 4.1 - Exchange process. If you are in test group Exchange you will give your feedback on the exchange process.
- Form 5 - Refund Process. You will report on the return and refund process.
- Bug form. If at any point in the processes you encounter a bug that prevents you from completing the use cases, please submit a bug. We are not testing the look and feel of the website, but we are looking for any malfunction during the user journey (logging, searching for items, populating your cart, checkout, email communication errors, inconsistencies with your order).

Throughout this process, you will be asked to answer both qualitative and quantitative questions.

Important information

- The goal of this test is to find critical issues on the website. Please be aware that we are not wanting your feedback on the products or look and feel of the general website. Rather we are seeking information about validating the purchase process and communication throughout the delivery and return.
- In the first stage, the purchase needs to be executed as soon as you receive the confirmation from the Birdmaster team but the rest of the timeline is depending on the delivery speed.
- Please note that there will be quite a lot of communication during the processes, so please keep that in mind and look out for notifications/comments from the Birdmaster team.

Comment mettre en place du Crowdfunding ?

Les pièges



- Les testeurs ne sont pas des **professionnels** du test
- Malgré le fait que l'activité est sous-traitée, la charge de travail associée est importante

La préparation

- La readiness des environnements
- L'accès aux environnements
- Les jeux de données (les articles pour rentrer dans le prix)
- Le contenu
- La clarté des cas de test
- La tarification d'un test (rejeu, annulation de dernière minute...)

La récolte des Feedback

- Le scope des tests
- Les critères de remontée des bugs
- Le defect triage
- L'intégration avec le backlog existant

Le support aux testeurs

- La qualification des remontées (bug vs. Non-bug)
- Comportements divergents en fonction des pays (contexte international)

Comment mettre en place du Crowdfunding ?

Les bonnes surprises



- De véritables retours qualitatifs obtenus sur le site

La communication avec notre partenaire

- Les feedbacks réguliers
- La qualité des reporting
- La transparence

Le travail en équipe avec les équipes partenaire

- Leur disponibilité
- Leur réactivité
- La souplesse et l'adaptabilité à nos contraintes

La force de proposition

- L'identification d'axes d'amélioration suite à une campagne
- L'anticipation des besoins
- L'identification des particularités locales (ex : moyens de paiement / devices les plus utilisés localement)

Comment mettre en place du Crowdfunding ?

Les points récurrents



Le crowdfunding nécessite une rigueur permanente, une phase de préparation exigeante car les il n'y a pas de courbe d'apprentissage: les crowdfunders peuvent changer d'une campagne à une autre.

Pour chaque nouvelle campagne il est requis:

- Partage du brief initial (scénarii par pays, dataset, moyens de paiement etc.)
- Call hebdomadaire de suivi
- Fichiers partagés mis à jour en temps réel
- Canal de communication permanent (Slack)

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps

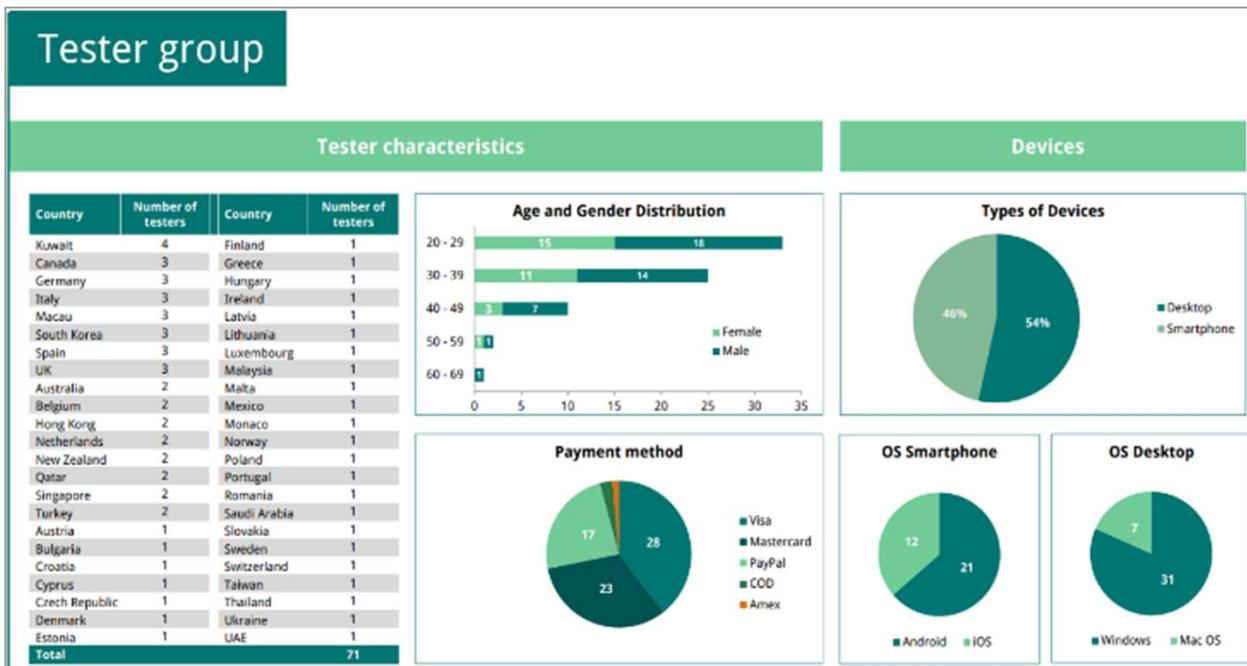


Les résultats obtenus, en Build ?

Les satisfactions

Les messages:

- Nous avons pu identifier des bugs liés aux contextes locaux qui n'auraient pu être identifiés par une QA centrale
- Mais au-delà, nous avons obtenu des feedback réels sur l'exécution opérationnelle du service (livraisons...) et sur les attentes des clients. Cela offre un véritable enrichissement au rôle de la QA.



Une véritable couverture 360° des clients

- Chaque dry run représente une charge importante pour les équipes métier.
- Pour les « petits pays », un testeur suffit car l'objectif est de tester surtout les configurations backend (finance + transport).

Les résultats obtenus, en Build ?

Les satisfactions: Quels bugs logiciels ont été identifiés ?

Nous avons identifié de nombreux bugs liés aux contextes locaux et pas à la vision globale :

- Des bugs liés au transport (principalement livraison et douanes)
- Des bugs liés aux moyens de paiement (pas forcément des bugs liés aux paiement locaux)
- Des problèmes d'affichage
- Des problèmes liés aux transactions financières à l'international

		QA Centrale	Crowdtesting
Région	Global	87%	26%
	EMEA	6%	41%
	APAC	3%	20%
	NOAM	3%	14%
	ROW	1%	3%
Stream	Front	42%	18%
	Payment	0%	4%
	Order	21%	35%
	Product	8%	0%
	Customer	5%	4%
	Warehouse	4%	7%
	Transport	0%	9%
	Legacy	3%	12%
	Autre	17%	12%



Détection de bugs

328 bugs remontés

Quels bugs logiciels ont bien été identifiés ?



Des bugs liés à l'emailing

- Absence d'indication sur le délai de livraison
- Absence des détails de paiements sur le mail de confirmation (numéro de carte)
- Devise non adaptée dans certains mails



Des bugs liés aux adresses

- 37% des testeurs ont affirmé que le formulaire de commande n'était pas adapté à leur pays



Un retour qualitatif sur l'UX

- Certaines localisations n'étaient pas adaptées au pays du client
- Les retours des testeurs montrent qu'on pourrait améliorer la contextualisation des différents formulaires via des tests d'utilisabilité

Et quels problèmes de configuration nous avons pu détecter ?



Des problèmes liés au transport

- Etiquettes (ex : mauvaise adresse de retour)
- Douanes (ex : taxes à payer par le client)
- Transporteurs (ex : mauvais transporteur configuré pour un pays donné)



Des problèmes liés aux paiements

- Des moyens de paiement non configurés sur le pays
- Des taux de TVA incorrects
- Carte de débit inutilisable sur certains pays

Des retours qualitatifs

Ordering Phase

Payment Methods (2)

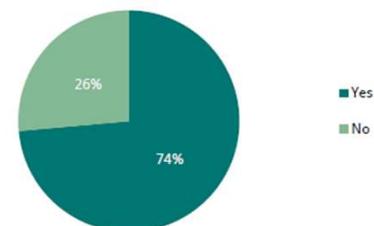
Open Question: Were there any payment options missing?

- 74% of testers stated that there were missing payments on the website that they had wished to find. Examples are cash on delivery, ApplePay, AliPay and other payment methods that are country specific.

General:

- The overall trend shows that the key reasons for preferring one payment method over another were ease of use (22), and security (17).
- Other advantages such as the customer service and claims processing (10) as well as bonus programmes (6) were mentioned as a reason to prefer a specific payment method.

Are there payment options missing?



Key Recommendations:

- Undertake increased localised usability testing to deep dive into localised payment methods.
- Implement payment methods on a localised level to ensure potential customers are able to pay with the different their payment methods available in the country.

Mais aussi des feedbacks des attentes clients



Les résultats obtenus, en Build ?

Les points non couverts

Points non couverts



Les process métier back office (e-Merch, Inventory Control, Service Client etc.)

Points non exploités par manque de temps



Localisation (traductions) : renoncement en raison des délais

Points à améliorer



Les normes 3DS (protocole de paiement) ont été mal identifiées pendant les 2 premiers Go Live

Le contenu des emails, les tests ont été lancés malgré des mails mal finalisés

Les résultats obtenus, en Build ?

Comment nous sommes-nous améliorés ?



En incluant les normes 3DS à partir de la 3^{ième} marque.



En supprimant les questions qualitatives pour les passer en questions quantitatives
Quels sont les navigateurs et moyens de paiement que vous utilisez le plus dans votre pays ?

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

● Next steps



Et maintenant en RUN ?

Maintenant que nous sommes en Run, nous continuons à réaliser des campagnes de crowdtesting:

- Pour les nouvelles fonctionnalités avec le même mode de fonctionnement que pendant la phase de build
- Pour des tests de régression Front

Pour les test de régression Front

- ✓ Pendant chaque sprint Front pour aider l'équipe de test à absorber la charge de travail sur notre environnement de test - mises en production chaque 2 semaine
- ✓ Avant de réaliser des sessions UAT avec les marques
- ✓ De manière opportuniste en attendant une meilleure couverture des tests automatiques
- ✓ Avec un objectif de valider le niveau de qualité de la plateforme

Et maintenant, en Run ?

4

Cycles de crowdtesting



7

Testeurs par marque



4

Marques



Des parcours
utilisateurs complets



373

Bugs remontés



- 62% **rejetés**
- 3% **corrigés**
- 35% non encore triés (sévérité basse)

Pourquoi le taux de rejet est-il aussi haut ?

Le haut taux de rejet peut s'expliquer par plusieurs raisons :

- Les environnements de test n'ont pas un contenu finalisé (remontées liées au contenu / localisation / images)
- Certains test cases ont dû être retravaillés pour les adapter aux utilisateurs finaux
- Certains test cases nécessitent d'attendre certains traitements pour être complétés sur les environnements de test

Sommaire

● Contexte

- Présentation du groupe Kering
- Le programme digital Eagle

● La QA Eagle

- Organisation QA
- Une QA efficace
- Mais limitée sur des aspects majeurs

● Pourquoi faire du Crowdfunding ?

● Notre Cahier des Charges pour un partenaire de Crowdfunding

● Comment mettre en place du Crowdfunding

- Sélectionner les testeurs
- Briefer les testeurs
- Les pièges
- Les bonnes surprises
- Les points récurrents

● Les résultats obtenus en Build

- Les satisfactions
- Les points non couverts
- Comment nous sommes-nous améliorés

● Et maintenant, en Run

◆ Next steps



Si c'était à refaire ?

Le referait-on ?

- Oui, bien sûr
- La pratique a été intégrée au cycle de la plateforme

Comment

- Prendre plus de temps pour finaliser les environnements avant le crowdttesting (contenu très propre)
- Mieux utiliser les retours UX/UI qualitatifs dans le backlog
- Promouvoir les retours auprès des équipe e-commerce- digital

