

Testez avant de lancer !

Imaginez-vous... : vous venez de mettre en place une opération commerciale. Vos attentes sont importantes. Votre système informatique est prêt. Le jour « J » arrive, mais rien ne fonctionne comme prévu. Le système ne résiste pas au nombre d'appels. Pour éviter qu'un tel scénario ne se produise, voici un logiciel de montée en charge qui vous assure le bon déroulement de votre opération. Présentation.

Par Gallianne Coudert

VAD & E-commerce : Pouvez-vous nous présenter votre entreprise ?

Stéphane Jammet, directeur commercial : « Fondée en janvier 2005, Neotys développe et commercialise NeoLoad, un logiciel de test de montée en charge des applications web, permettant de les fiabiliser avant leur passage en production et de répondre ainsi à ces quelques questions : Mon application va-t-elle s'écrouler en charge ? Mes prérequis de performance vont-ils être respectés ? Combien d'utilisateurs simultanés mon application peut-elle gérer ? Nous avons obtenu début 2007 le statut de « Jeune Entreprise Innovante » accordé par le Ministère de la Recherche, et soutenu par OSEO Anvar. La société emploie une dizaine de personnes ».

VAD & E-commerce : Pouvez-vous nous présenter votre logiciel Neolad ? Comment fonctionne-t-il ? Quel est son objectif ? A qui s'adresse-t-il ?

Stéphane Jammet : « NeoLoad est un logiciel de test de montée en charge des applications web. Il permet de fiabiliser les applications web avant leur passage en production. En d'autres termes, il permet d'étudier le comportement des serveurs et d'identifier les erreurs et les problèmes de performance. NeoLoad est capable de tester des applications aussi diverses que les CRM (Customer Relationship Management) ou les ERP (Enterprise Resources Planning) grâce à des fonctionnalités avancées, à savoir la possibilité de concevoir des scénarios avancés (extraction de données, boucles, conditions, validation de réponse), sans utiliser de scripts. Notre solution supporte toutes les applications web (aussi bien en back et front Office), y compris celles basées sur J2EE, .NET, AJAX, SOAP, PHP, ASP, CGI, Flash, applets, etc.

Cette solution peut être mise en place avant la réalisation d'un produit, pour tester sa performance. A l'époque de la mise en ligne des déclarations d'impôt par le Ministère des Finances, l'infrastructure n'avait pas été dimensionnée. Les maîtres d'œuvres de ce véritable chantier, ne s'étaient pas assurés des temps de réponse corrects, ni de délais raison-

nables. Autre exemple : lorsque pour un site marchand, le client a sélectionné son produit et arrive à la phase de paiement, si un bug survient, l'entreprise risque de perdre son client et de facto, de perdre une partie de son chiffre d'affaires.

Concrètement, les utilisateurs de NeoLab construisent eux-mêmes leurs scénarios et peuvent mener leurs campagnes de test de bout en bout. Il suffit, pour cela de créer des profils d'utilisateurs pour reproduire des comportements d'utilisateurs en ligne (matériel différent ou comportement vis-à-vis de l'acte différent) qui ne regardera pas les mêmes choses. Ensuite, reste à simuler réellement les utilisateurs (des centaines ou milliers en même temps). Nous constatons que la nécessité de tester la montée en charge est récurrente et nécessaire pour chaque évolution de l'application. Dans ce cas, la performance est de nouveau testée et validée ».

VAD & E-commerce : Qui sont vos clients ? Comment expliquer une présence à l'international aussi importante ?

Stéphane Jammet : « Avec plus de 300 clients dans le monde (dont plus de 100 aux USA), notre base installée croît rapidement et régulièrement. Nous travaillons notamment avec des directions informatiques de grands comptes (Groupe Lapeyre, Crédit du Nord, Club Internet, Aviva, Xerox, Philips...), des éditeurs de logiciels (BMC Software, Indus...), des fournisseurs de services internet (Club Internet), et des sociétés d'ingénierie (Bull, Accenture, Cegedim...).

Nous bénéficions également d'une forte implantation au niveau international qui est directement liée à notre mode de commercialisation via internet et au choix initial de viser un marché mondial. ■



Stéphane Jammet :
directeur commercial