

Web core vitals

Définition :

Les Web Core Vitals (ou signaux web essentiels) sont un ensemble de métriques définies par Google afin de mesurer la qualité de l'expérience utilisateur sur une page web. Ce sont les KPI les plus importants, ils se concentrent sur trois aspects clés de l'expérience utilisateur : la vitesse de chargement, l'interactivité, et la stabilité visuelle. Ces métriques sont essentielles car Google les utilise comme critères pour le référencement SEO, ce qui signifie que les sites web offrant une meilleure expérience utilisateur, conformément à ces indicateurs, sont favorisés dans les résultats de recherche Google.

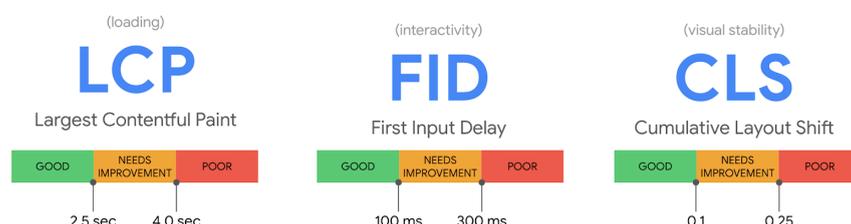
Les Web Core Vitals ont été créés par Google. En mai 2020, Google a introduit ces indicateurs dans le cadre de ses efforts pour améliorer l'expérience utilisateur sur le web. L'objectif principal était de fournir un ensemble de mesures standardisées permettant d'évaluer la qualité de l'expérience utilisateur d'un site web.

Les trois principales métriques:

1. **Largest Contentful Paint (LCP)**: Il mesure la vitesse à laquelle le contenu principal d'une page apparaît et est visible pour l'utilisateur. Un site rapide retient mieux l'attention des visiteurs, réduisant ainsi le taux de rebond (les utilisateurs quittant la page trop rapidement). Les sites qui offrent une expérience plus fluide obtiennent souvent de meilleures positions dans les résultats de recherche. Pour une bonne expérience utilisateur, ce temps doit être de 2,5 secondes ou moins.

2. **First Input Delay (FID)** : Il mesure le délai entre la première interaction de l'utilisateur avec la page (par exemple, cliquer sur un bouton ou un lien) et le moment où le navigateur répond à cette interaction. Le FID évalue donc l'interactivité de la page. Un bon score de FID est inférieur à 100 millisecondes. Un bon FID garantit que les utilisateurs peuvent interagir rapidement avec le site sans retard. Google valorise ces sites plus réactifs, car cela améliore l'expérience globale de navigation.

3. **Cumulative Layout Shift (CLS)** : Il mesure la stabilité visuelle de la page pendant son chargement en mesurant la fréquence et l'ampleur des changements inattendus d'éléments (par exemple, des images ou des annonces qui se chargent tardivement). Un site avec un bon score CLS offre une navigation plus stable et plus agréable, ce qui contribue à une meilleure expérience utilisateur. Un bon score de CLS doit être inférieur à 0,1.



Les Web Core Vitals et le référencement :

Les Web Core Vitals jouent un rôle crucial dans le référencement naturel (SEO) depuis que Google les a intégrés dans ses critères de classement. Ces métriques visent à améliorer l'expérience utilisateur en mesurant la performance technique des sites web. L'impact des Web Core Vitals sur le référencement peut être divisé en plusieurs points essentiels :

1. Meilleure expérience utilisateur = Meilleur référencement

Les Web Core Vitals visent principalement à évaluer l'expérience utilisateur. Des pages rapidement chargées, réactives et visuellement stables favorisent une satisfaction accrue des utilisateurs. Google met maintenant l'accent sur les pages qui proposent une expérience utilisateur satisfaisante, car cela diminue les frustrations et augmente la probabilité que l'utilisateur reste sur le site. Une amélioration de l'expérience utilisateur a un impact positif sur le référencement global, car Google souhaite offrir à ses utilisateurs les résultats les plus pertinents et les plus plaisants à consulter.

2. Facteur de classement dans les résultats de recherche

Google utilise les Web Core Vitals comme un critère de classement pour les résultats de recherche. Les pages qui obtiennent de bons scores sur ces métriques sont privilégiées, notamment par rapport à celles qui ont des performances médiocres. Cependant, les Web Core Vitals ne sont pas le seul facteur SEO ; ils s'ajoutent à d'autres critères comme la qualité du contenu, les backlinks, et la pertinence des mots-clés. Mais pour des pages concurrentielles qui présentent un contenu similaire, une meilleure optimisation des Web Core Vitals peut faire la différence dans le classement.

3. Réduction du taux de rebond et augmentation du temps passé sur le site

Un site optimisé en termes de Web Core Vitals offre une expérience plus agréable, ce qui pousse les utilisateurs à rester plus longtemps. Si un site se charge lentement ou réagit mal aux interactions, les visiteurs peuvent rapidement quitter la page (taux de rebond élevé). Un bon taux de rétention des utilisateurs est un signal positif pour Google, indiquant que la page est pertinente et bien optimisée. En conséquence, Google est plus enclin à mieux positionner ces pages.

4. Impact mobile et indexation mobile-first

Avec l'introduction de l'indexation mobile-first par Google, où la version mobile d'un site est prioritaire pour le référencement, les Web Core Vitals deviennent encore plus importants pour les performances SEO sur mobile. Les utilisateurs mobiles s'attendent à une expérience rapide et fluide, même avec une connexion Internet plus lente. Si un site n'est pas optimisé pour ces aspects, il risque d'être pénalisé dans les résultats de recherche mobile.

5. Compétition entre sites

Les Web Core Vitals constituent un critère supplémentaire de différenciation dans les résultats de recherche. Même si un site a un excellent contenu, s'il n'est pas techniquement optimisé en termes de vitesse et d'interactivité, il pourrait être devancé par des sites concurrents qui offrent une meilleure performance. Google privilégie les sites qui sont rapides et qui minimisent les frustrations des utilisateurs.

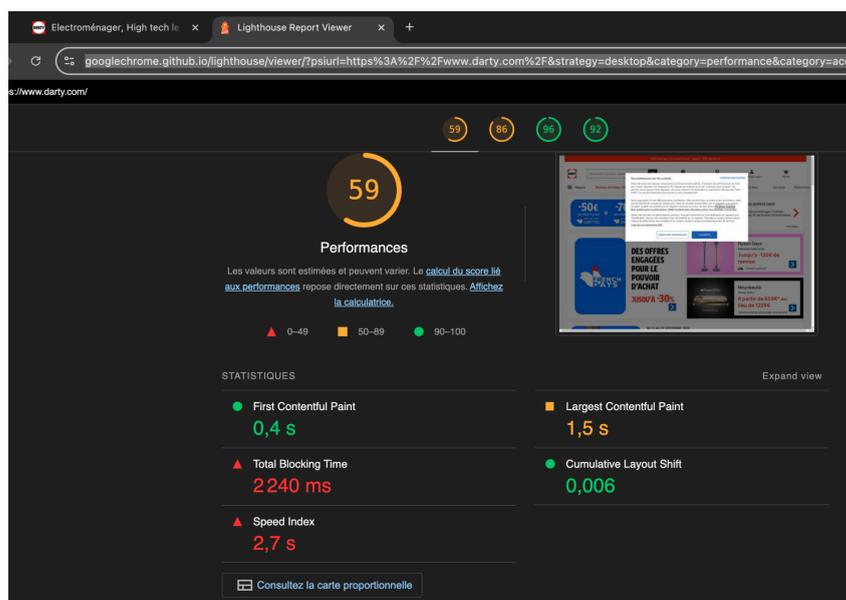
6. Influence sur les conversions et les performances globales

Un meilleur classement dans les résultats de recherche conduit généralement à une augmentation du trafic organique. Les Web Core Vitals ne se contentent pas de favoriser un meilleur classement, mais influencent aussi directement les conversions. Par exemple, un site de commerce en ligne qui se charge rapidement et réagit bien aux actions des utilisateurs verra probablement une augmentation des achats ou des inscriptions, car les utilisateurs auront une expérience fluide.

Les Web Core Vitals sont devenus un critère incontournable pour le SEO. Leur impact sur le référencement se manifeste de plusieurs façons : en améliorant l'expérience utilisateur, en influençant directement les classements dans les résultats de recherche, en réduisant le taux de rebond, et en aidant à capter une plus grande part du trafic mobile. Optimiser ces métriques est crucial pour rester compétitif dans un environnement de plus en plus tourné vers la performance et la satisfaction des utilisateurs.

Analyse de la performance d'un site :

Afin de comprendre l'importance des Web Core Vitals nous avons décidé d'analyser la performance du site Darty :



1. First Contentful Paint (FCP) : 0,4 secondes (vert)

- **Interprétation** : Le FCP mesure le temps pris pour afficher le premier contenu visuel significatif. Avec un score de 0,4 secondes, Darty a un excellent FCP, ce qui signifie que les utilisateurs peuvent voir du contenu très rapidement après avoir chargé la page. C'est un point très positif pour l'expérience utilisateur.

2. Largest Contentful Paint (LCP) : 1,5 secondes (orange)

- **Interprétation** : LCP mesure le temps nécessaire pour que le plus grand élément de contenu (généralement une image ou un texte principal) apparaisse sur l'écran. Un LCP en dessous de 2,5 secondes est considéré comme bon, donc avec 1,5 seconde, Darty est bien en dessous du seuil recommandé. Toutefois, il pourrait encore être optimisé pour atteindre la zone verte.

3. Cumulative Layout Shift (CLS) : 0,006 (vert)

- **Interprétation** : Le CLS mesure la stabilité visuelle de la page, c'est-à-dire si des éléments se déplacent de manière inattendue lors du chargement. Un score de 0,006 est excellent (bien en dessous du seuil de 0,1), ce qui signifie que le site Darty est très stable visuellement et que les utilisateurs n'ont pas à subir de changements de mise en page perturbants.

L'analyse des performances du site Darty montre une expérience utilisateur très satisfaisante. Le First Contentful Paint (FCP) est excellent, permettant un affichage rapide du contenu. Le Largest Contentful Paint (LCP) est également bon, bien qu'une optimisation supplémentaire soit envisageable. Enfin, le Cumulative Layout Shift (CLS) indique une stabilité visuelle remarquable. Dans l'ensemble, Darty excelle dans ses performances, avec des opportunités d'amélioration principalement sur le LCP pour atteindre une excellence encore plus grande.

Ces indicateurs sont cruciaux non seulement pour la satisfaction des utilisateurs, mais aussi pour le classement dans les résultats de recherche. En optimisant ces aspects, les entreprises peuvent améliorer leur visibilité en ligne et offrir une expérience utilisateur fluide et agréable.