

Annoncée en 2020, la mise en place des Core Web Vitals représente un véritable enjeu pour le référencement.

Quels sont les critères à prendre en compte ? Comment les renforcer et les analyser ?

Retrouvez ici un condensé des éléments essentiels à connaître sur ces indicateurs de performance.

Qu'est-ce que les core web vitals ?

Google a prévu une importante mise à jour de son algorithme pour 2021, avec l'apparition de nouveaux indicateurs.

Les Core Web Vitals, ou « Signaux Web Essentiels », en français, sont au nombre de trois.

Le Largest Contentful Paint (LCP) mesure les performances de chargement d'une page web.

Le First Input Delay (FID) évalue la réactivité de son chargement et le Cumulative Layout Shift (CLS) mesure sa stabilité visuelle.

Avec ces trois KPI, Google cherche à établir des critères simples pour définir ce qu'est une bonne expérience sur un site internet.

Améliorer l'expérience utilisateur

En présentant les Core Web Vitals, Google a rappelé l'importance de l'accessibilité et de la pertinence des sites web. Plusieurs indicateurs avaient déjà été introduits par le moteur de recherche pour optimiser l'UX, comme :

- Le certificat HTTPS
- La compatibilité mobile
- Le format AMP

Leur prise en compte est essentielle pour optimiser son référencement naturel, lors d'une création de site internet comme d'une refonte.

Comment mesurer les core web vitals ?

Le moteur de recherche américain a publié une liste d'outils évaluant ces différents signaux de performance.

Parmi ceux-ci, trois sont absolument indispensables. En premier lieu, il s'agit de la Google Search Console, mise à jour pour prendre en compte les nouvelles métriques.

Vient ensuite Page Speed Insights, incontournable pour connaître la vitesse de chargement d'une page.

Le dernier mentionné est le Chrome UX Report (CrUX). Il ne s'agit pas réellement d'un outil, mais plutôt d'un ensemble de données.

Il se base sur l'expérience réelle des utilisateurs du navigateur.

« Le suivi des Core Web Vitals doit se faire à partir d'outils adaptés. Ceux-ci recueillent les données nécessaires à la bonne optimisation de l'UX de votre site e-commerce. »

Réaliser un audit de référencement

Si vous souhaitez mieux connaître vos performances web, un audit SEO est indispensable.

En effet, il consiste en l'analyse des différentes facettes de votre site web.

Il détermine ses points forts et ses axes de progression pour un meilleur positionnement.

Vous recevez ensuite un rapport établissant les actions à mettre en place.

Riche d'enseignement pour l'UX, cette étude est particulièrement importante en e-commerce pour le parcours client.

Un audit technique de référencement repose sur trois piliers :

- **L'optimisation technique**
- **Le contenu rédactionnel**
- **La popularité**

Réalisé par une équipe de référenceurs professionnels, l'audit est la base de toute votre stratégie digitale.

Core web vitals : améliorer son score

En attendant le résultat personnalisé de l'audit, vous pouvez appliquer quelques actions au préalable pour améliorer vos signaux web.

Il s'agit notamment de la compression et du redimensionnement des visuels, ainsi que de la mise en cache du navigateur.

La limitation des ressources HTML, CSS et Javascript sur votre CMS participera également à un meilleur référencement.

Notre expertise en référencement

Notre équipe est à vos côtés dans la création et l'évolution de votre Expérience Client.

Dans notre catalogue de prestations, vous trouverez, par exemple :

- L'optimisation de l'ergonomie et de l'UX design
- La réalisation de sites internet sur-mesure (WordPress, Shopify, Prestashop)
- La création de contenus optimisés

L'avis des experts

Les Core Web Vitals sont un nouvel aspect du SEO dont il faudra tenir compte pour un bon positionnement sur les moteurs de recherche.

Vous projetez la création d'un site e-commerce sur Woocommerce, par exemple ?

Contactez-nous et bénéficiez de l'expertise de toute notre équipe.