



Guia
**completo
sobre Core
Web Vitals**





A constante otimização de um website para aprimorar a experiência do usuário é essencial para seu sucesso a longo prazo. O Google já indicava diferentes recomendações sobre o assunto, porém, a chegada do Core Web Vitals ajudará ainda mais a identificar oportunidades de melhorias.





Seção de **Conteúdo**

Introdução	05
O que são Core Web Vitals?	06
Quais as principais métricas que envolvem o Core Web Vitals?	08
Que parâmetros são estabelecidos para uma boa experiência na página?	12
Quais ferramentas podem ser utilizadas para avaliar essas métricas?	16
Conclusão	20
Sobre a Via	22





Introdução

Pela primeira vez, o Google anunciou explicitamente sobre quais **métricas de performance** usará como critério em seu mecanismo de busca: **são as chamadas Core Web Vitals**. Você sabia que esses indicadores são fundamentais para o sucesso a longo prazo do seu site?

Basicamente, se você tem uma página Web, um dos principais pontos a serem otimizados é a experiência do usuário. Isso é essencial para aumentar o tempo de permanência no site, reduzir a taxa de rejeição e manter o engajamento do público. Além disso, com tanta concorrência, criar um site e colocá-lo no ar não é o suficiente para se destacar. É necessário, cada vez mais, investir em estratégias que otimizem o desempenho das suas páginas.

Portanto, os Core Web Vitals fazem parte de uma enunciativa do Google para ajudar os donos de empresa que tem um site a identificar oportunidades de melhorias e quantificar a experiência dos seus usuários.

Para isso, são avaliados três aspectos: **estabilidade visual, carregamento e interatividade**.

Quer ficar por dentro dessa atualização? Continue a leitura e acompanhe todos os detalhes sobre o tema!



O que são Core Web Vitals?



Antes de entender o que são os Core Web Vitals, é importante saber que o Google afirmou que esses indicadores podem impactar a classificação dos sites nos mecanismos de busca. Por isso, é importante entender como eles funcionam a fim de fazer a otimização necessária na sua página.

Dito disso, os Core Web Vitals são métricas relacionadas ao tempo de resposta, estabilidade visual e velocidade de um site.

Ao longo do tempo, esses KPIs somam aos fatores de ranqueamento como facilidade de uso de uma página em dispositivos móveis, fornecimento de uma navegação segura utilizando HTTPS e velocidade de carregamento da página.

Segundo o Blog da Central da Pesquisa Google, os Core Web Vitals entrarão em vigor a partir de maio de 2021. Sabendo que o Google muda seus algoritmos todos os anos e mantém sigilo sobre suas técnicas, ter em mãos, de forma clara, quais são os indicadores que a empresa usará como critério é uma grande vantagem para os donos de sites.

Com certeza você já acessou um endereço web e não teve uma boa experiência, certo? Por isso, em relação à sua página, procure questionar-se a respeito da rapidez em que ela é carregada, se há estabilidade visual e quando o usuário pode interagir com o site. Assim, é possível analisar o que pode interferir na experiência do usuário. A seguir, conheça os três principais indicadores que podem impactar na classificação do seu site nas pesquisas!





Quais as principais métricas que envolvem o Core Web Vitals? —



Esse novo fator de ranqueamento seria um conjunto de diversas variáveis. Porém, as métricas que mais se destacam são as conhecidas como Largest Contentful Paint (LCP), First Input Delay (FID) e Cumulative Layout Shift (CLS). Entenda cada uma delas!

Largest Contentful Paint (LCP)

O LCP (Largest Contentful Paint), ou do inglês “maior pintura com conteúdo”, mede a velocidade de carregamento percebida de uma página. Ou seja, o tempo que demora para o principal elemento do site aparecer na tela, sendo um texto ou imagem.

De acordo com o Google, o valor ideal do LCP para proporcionar uma boa experiência ao usuário deve ser menor que 2,5 segundos.

Algumas táticas para otimizar esse KPI são:

- **melhorar o tempo de resposta do servidor;**
- **reconhecer o principal elemento e otimizar seu carregamento;**
- **melhorar a renderização de elementos front-end;**
- **eliminar recursos Javascript e CSS de bloqueio;**
- **reduzir o tempo de carregamento dos recursos.**



First Input Delay (FID)

O FID (First Input Delay), que significa “atraso na primeira entrada”, é uma métrica que mensura a capacidade de resposta do site após a interação do usuário. Por isso, seu foco é medir o tempo sobre a interatividade. O Google recomenda um FID inferior a 100 milissegundos e acima disso já deve ser otimizado.

Geralmente, quando uma pessoa acessa um site, ela imediatamente clica em um botão sem esperar que o endereço seja totalmente carregado. Em alguns casos, o comando não será executado porque a página está ocupada carregando seus elementos.

Porém, para evitar que os usuários esperem ou saiam da página, esse indicador do Core Web Vitals medirá o atraso que ocorre entre a ação do indivíduo e a resposta do site. Portanto, o First Input Delay pode ser melhorado a partir das seguintes ações:

- **diminuir o tempo de execução do Javascript;**
- **manter os tamanhos de transferência pequenos e a contagem de pedidos baixa;**
- **reduzir o impacto do código de terceiros;**
- **minimizar o trabalho do encadeamento principal.**



Cumulative Layout Shift (CLS)

O CLS (Cumulative Layout Shift), em português “Deslocamento de layout cumulativo”, é um indicador que mede a estabilidade visual da página. Logo, ele analisa a quantidade de mudanças inesperadas e visíveis de layout que ocorreram no site.

O objetivo do CLS é quantificar com qual frequência os usuários experimentam uma alteração inesperada no formato da página.

Portanto, quanto menor a pontuação dessa métrica, mais agradável é a navegação. Segundo o Google, sua pontuação deve estar abaixo de 0,1.

Geralmente, as mudanças de posições dos itens da página podem ser causadas por fontes renderizadas, por imagens sem dimensões definidas ou anúncios que são carregados de forma dinâmica. Nessa parte, os Ads são os que mais podem interferir no desempenho do CLS. Isso porque, nem sempre eles são otimizados, podendo gerar problemas para o site.

O Cumulative Layout Shift pode ser melhorado no site a partir das seguintes tarefas:

- **ao utilizar anúncios na sua página, defina um tamanho fixo para eles;**
- **sempre inclua as especificações de dimensões exatas nas imagens;**
- **caso o site use uma fonte personalizada, procure trocar font-display:swap por block;**
- **se o endereço web utiliza lazy load para imagens, certifique-se de que a troca não altere a posição dos elementos.**

*Que parâmetros são estabelecidos para **uma boa experiência** na página? —*



Segundo um estudo publicado pelo SpeedTest, o valor médio das conexões móveis no mundo é de 22.82 Mbps. No Brasil, a mesma pesquisa mostra que a média da velocidade móvel é de 18.65 Mbps. No entanto, esse valor continua baixo em relação à global. Por isso, muitos sites ainda enfrentam dificuldades de infraestrutura para deixar suas páginas mais rápidas e proporcionar uma experiência de usabilidade melhor aos usuários.

Diante desses dados, há alguns parâmetros estabelecidos para garantir uma boa experiência na página. Por exemplo, as métricas que envolvem o Core Web Vitals, como carregamento, estabilidade visual e interatividade. Além desses indicadores, outras práticas podem contribuir para a experiência da página. Conheça-as!

Otimize a velocidade do site

Uma empresa que preza por uma boa experiência do usuário nas páginas deve ter cuidado com a velocidade de carregamento do seu site. Com o imediatismo que faz parte da rotina de muitos consumidores online, é muito pouco provável que os visitantes esperem muito tempo para que as principais informações apareçam na tela.

Uma pesquisa realizada pela Kissmetrics mostra exatamente isso. Ela aponta que 40% dos usuários abandonam as páginas que demoram mais de 3 segundos para carregar. Com isso, 1 segundo a mais no tempo de carregamento pode resultar na redução de 7% da taxa de conversão do site.

Um exemplo que pode afetar a velocidade da página, além da estabilidade e a segurança do endereço web, é contar com uma hospedagem ruim. Portanto, outros fatores que garantem uma boa velocidade para o site é o uso de imagens leves e scripts assíncronos.



Melhore a usabilidade

A usabilidade do site é outro fator valorizado pelo Google. Você sabe do que se trata esse parâmetro? Basicamente, ele significa que é importante evitar links quebrados, popups desagradáveis ou outros elementos que podem atrapalhar o visitante enquanto ele acessa o site. Para otimizá-lo, procure criar um menu bem organizado, com páginas que facilitem a busca por informações e com links internos. Dessa forma, é possível manter a permanência das pessoas no site, o que aumenta a taxa de conversão.

Garanta a responsividade

Segundo um estudo, o celular se tornou a principal forma de acesso à internet no Brasil. Isso demonstra a importância das empresas prepararem seu site ou blog para que o uso dos endereços em dispositivos móveis seja tão bom quanto a do desktop.

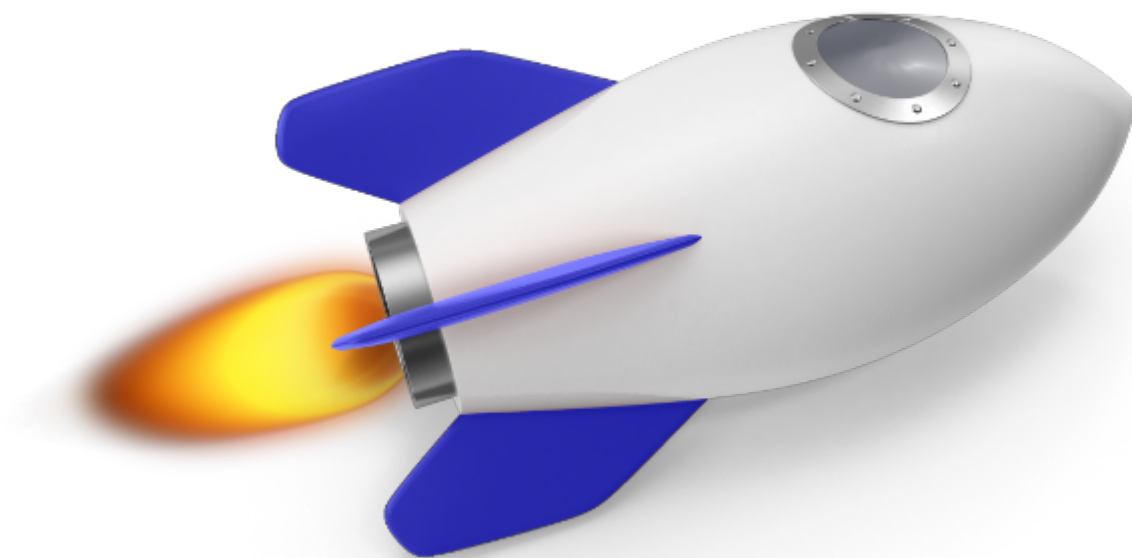
Sendo assim, é fundamental lembrar sempre de verificar a qualidade da página web e testar a velocidade em todos os aparelhos para garantir ao usuário uma boa responsividade e conforto na hora da navegação.



Quais ferramentas podem ser utilizadas para avaliar —

Para descobrir os três indicadores do Core Web Vitals e outras métricas de desempenho, existem diversas ferramentas no mercado. Além da maioria serem gratuitas, elas contam com um diagnóstico com os principais pontos a serem otimizados da sua página e sugestões para solucioná-los. Confira as principais plataformas para avaliar a situação do seu site.





PageSpeed Insights

O PageSpeed Insights é a ferramenta perfeita para analisar o desempenho da página a partir dos indicadores que englobam o Core Web Vitals. Essa ferramenta examina o carregamento do endereço, tanto em dispositivo móvel, quanto no desktop.

Para usá-la é bem simples: basta inserir a URL do site e clicar em “analisar”. A partir disso, você terá acesso aos dados precisos que indicam a velocidade e a experiência do usuário, além de oferecer inúmeras sugestões para otimizar seu site.

No relatório, a página receberá uma nota de 0 a 100, quanto mais próxima do 100 mais melhorias deverão ser feitas. Nesse momento, é recomendado que a URL obtenha aprovação nas principais métricas da web.

Porém, procure não ficar obcecado com isso, já que nem mesmo o Google obtém notas máximas na ferramenta. Normalmente, a plataforma trabalha com estimativas brutas. Isso significa que muitas variáveis não são verificadas, especialmente em relação à estratégia da empresa.



Google Lighthouse

Outra solução para medir o desempenho do seu endereço web é o Google Lighthouse. Trata-se de uma ferramenta automatizada de código aberto que otimiza a qualidade da página.

O serviço pode ser executado por meio de uma extensão do Chrome ou por linha de comando (NodeJS). Então, o Lighthouse simula uma série de situações que podem afetar a experiência do usuário.

Assim como a ferramenta anterior, no relatório final é possível usar os testes que indicaram falhas para conferir algumas sugestões do que pode ser otimizado no seu site. Nele, é possível encontrar também dados que vão além do desempenho.

Portanto, se você deseja obter uma análise mais rica sobre os indicadores do seu endereço web, essa ferramenta pode oferecer





Google Search Console

No Google Search Console, é possível encontrar uma seção sobre os Core Web Vitals, chamada “melhorias”. Com isso, você consegue identificar os pontos que estão com um bom desempenho no site ou aqueles que precisam de reparos. A função dessa ferramenta é aprimorar a qualidade do site. No entanto, uma de suas grandes utilidades são os relatórios de problemas de segurança. Com eles, o gestor poderá identificar possíveis erros que podem comprometer a integridade do seu endereço.

Conclusão —





Agora que você sabe tudo sobre os Core Web Vitals, lembre-se de que seu principal ponto é a experiência do usuário. Ao investir em otimizações voltadas para essa questão, é possível melhorar a posição do seu site na SERP e satisfazer os visitantes.

Além disso, ao focar nas três principais métricas citadas neste e-book, você consegue trazer benefícios para sua estratégia de marketing. Isso porque entender cada indicador de desempenho e otimizá-los, garante melhores pontuações nos mecanismos de busca.

Por último, aperfeiçoar a velocidade da sua página significa uma maior permanência do usuário no site e consequentemente, a redução da taxa de rejeição. Portanto, aproveite as informações deste conteúdo e comece a otimizar seu site para ultrapassar seus concorrentes e ganhar mais destaque no mercado!



**A Via é uma agência de
marketing digital completa.**

SEM, Inbound e todos os serviços que envolvem o sucesso do cliente. Desde o desenvolvimento de sites, até soluções completas. O principal diferencial é que não separamos design, layout e bom acabamento, de performance, desempenho e resultados. Não é produto de prateleira. Procuramos trabalhar com bons clientes que já tenham maturidade sobre a importância da internet para o sucesso da empresa.

