

CORE WEB VITALS

**TASKFORCE
SEARCH**



▶ WAT IEDERE ONLINE MARKETEER MOET WETEN OVER DE CORE WEB VITALS

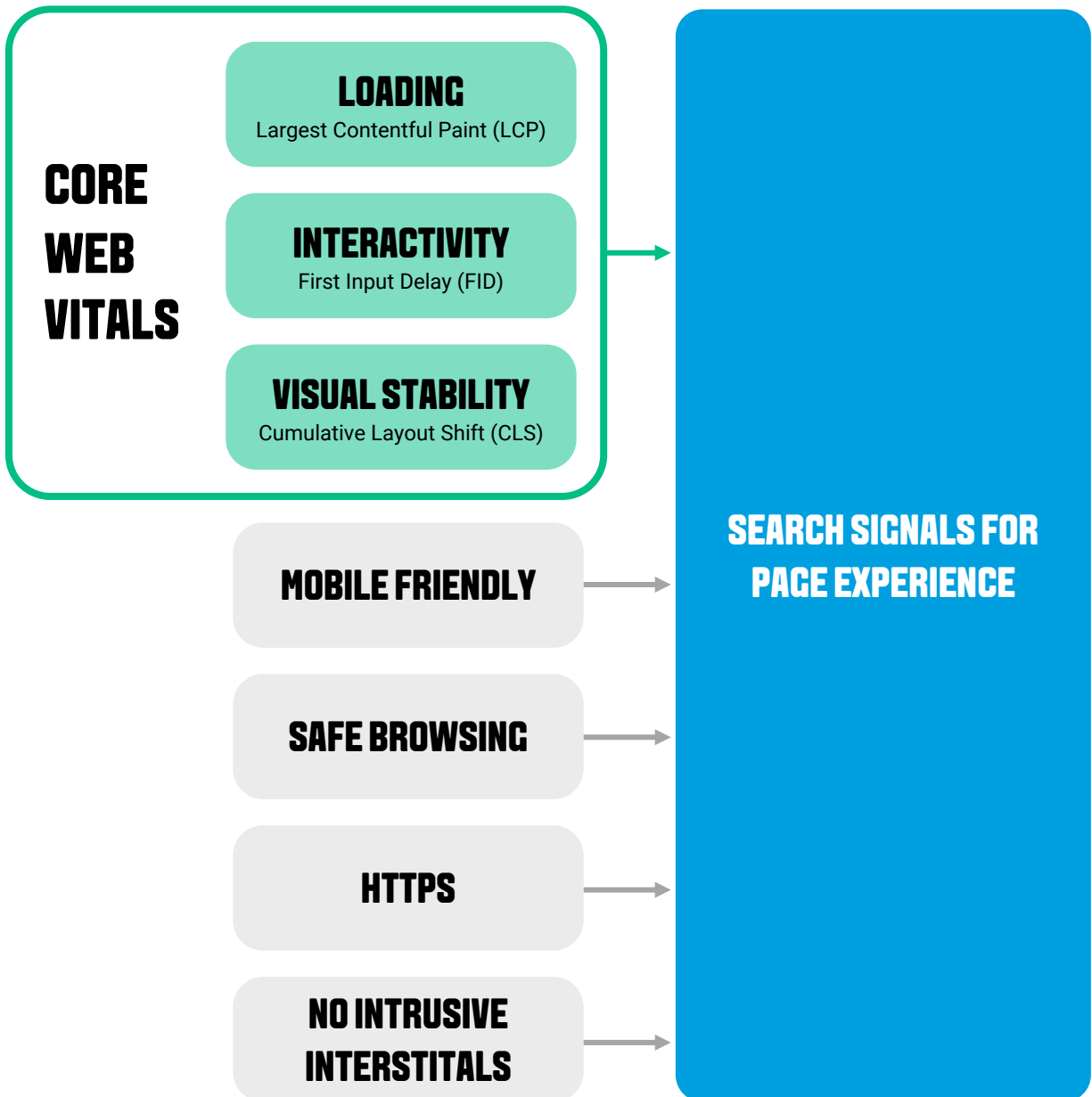
Google is in juni 2021 van start gegaan met de gefaseerde uitrol van de inmiddels veelbesproken page experience update. Naast laadsnelheid en een beveiligde verbinding (https) wordt de mobiele versie van jouw website voortaan beoordeeld op drie meeteenheden (FID, LCP en CLS) die samen Core Web Vitals worden genoemd. Grote kans dat deze Google update ver van de dagelijkse werkzaamheden van de online marketeer afstaat. Daarom proberen we in dit artikel op een begrijpelijke manier meer inzicht te geven in het belang van Core Web Vitals op SEO en CRO.

De aanpassingen aan het algoritme van Google worden gefaseerd live gezet en worden dan ook nauwlettend in de gaten gehouden door de wereldwijde seo community. De meningen over de impact van de update lopen nog erg uiteen. Maar verwacht wordt dat websites met een slechte gebruikerservaring hier steeds vaker de nadelige gevolgen van zullen gaan merken.

Zeker is dat niet alle websites met een betere gebruikerservaring na de update een ranking boost kunnen verwachten. Grote schommelingen in de zoekresultaten kunnen wel worden verwacht wanneer concurrerende websites gebruikmaken van dezelfde content. Dit geldt onder andere voor nieuwsgerelateerde websites en branches waarin veel content identiek is. Denk dan aan nieuwswebsites, occasion- en vacature-websites.

Waarom Google zich hier zo druk om maakt valt eenvoudig te raden: wanneer websites snel en stabiel laden, verdient Google meer geld met het advertentienetwerk, omdat miskliks op banners of conversie elementen worden voorkomen.

Daarnaast is het goed om in je achterhoofd te houden dat Google bestaat bij de gratie van de gebruikers. Daar hoort een zo goed mogelijke gebruikerservaring bij binnen Google zelf en de zoekresultaten die worden getoond. Zoekresultaten vol cookiewalls, hinderlijke popups, langzaam ladende websites en verspringende templates kan erg frustrerend werken en de gebruiker uiteindelijk verleiden om op zoek te gaan naar alternatieven voor Google.



EEN VERDIEPENDE BLIK OP DE CORE WEB VITALS

Eerder zijn al kenmerken zoals de mobielvriendelijkheid van een template, een beveiligde verbinding (HTTPS & HSTS) en het gebruik van hinderlijke pop-ups aangewezen als Page Experience factoren. Met name de veiligheid van een domein is de laatste jaren massaal omarmd waardoor HTTPS de standaard is geworden. De veiligheid van een domein bestaat overigens uit meerdere elementen waaronder HSTS protocol, IPV6 en DNSSEC. Deze veiligheidsinstellingen kun je controleren met gratis tools zoals internet.nl, ssllabs.com en zonemaster.net.

Om de juiste acties te kunnen ondernemen is het waardevol om precies te begrijpen wat de Core Web Vitals zijn. Google Core Web Vitals zijn performance meeteenheden op het gebied van laadsnelheid en stabiliteit tijdens het inladen van de webpage (CLS, FID en LCP). Hieronder gaan we dieper in op deze meeteenheden van de Core Web Vitals.

LARGEST CONTENTFUL PAINT (LCP)

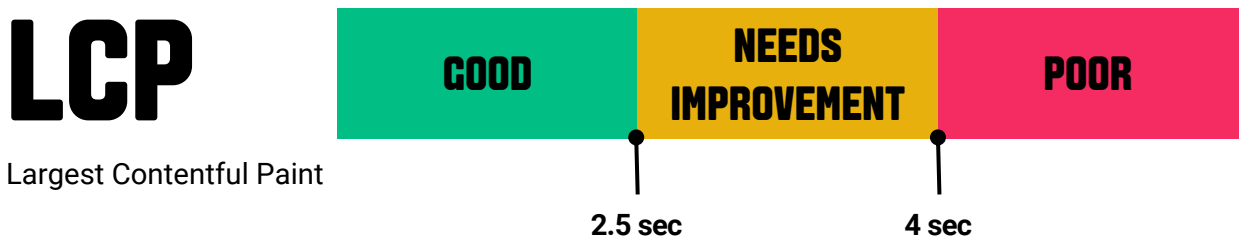
Bij largest contentful paint gaat het exact om wat deze Engelse term zegt, de grootste weergave met content. Om preciezer te zijn het grootste zichtbare element in de viewport. De viewport is het zichtbare gedeelte van een webpagina, deze kan variëren voor mobiel en desktop. In veel gevallen gaat het hier om een afbeelding, video of een tekstblok. Google beoordeelt het aantal seconden dat het duurt voordat dit grootste element is ingeladen vanaf het moment dat de pagina is begonnen met laden. Een tijd tussen de 0 en 2,5 seconden ziet Google als goed. Een tijd tussen de 2,5 en 4 seconden ziet Google als een pagina die verbetering nodig heeft. Een laadtijd van meer dan 4 seconden wordt als slecht beschouwd.

TIPS VOOR HET VERBETEREN VAN LCP

Een correcte LCP wordt bereikt door ervoor te zorgen dat de belangrijkste onderdelen van de pagina snel geladen kunnen worden. Dit is weer afhankelijk van een hele keten van zaken, die vooral goed zichtbaar worden in de waterval van webpagetest.org. Denk daarbij aan zaken

als het afhandelen van DNS, verbinding maken, HTTPS verifiëren, pagina opvragen, HTML ontvangen, HTML verwerken en in het inladen van overige bestanden zoals stylesheets, scripts en afbeeldingen.

Het loont om de elementen uit te stellen die niet direct in beeld zijn bij de gebruiker en zaken die wel in beeld zijn voorrang te geven. Voor het laden van de overige bestanden kan het handig zijn om alvast de benodigde verbindingen te openen als die bestanden vanaf een andere plek moeten komen. Denk daarbij aan de verbinding met een CDN (Content Delivery Network) of scripts van derde partijen. Gebruik daarvoor dns-prefetch en preconnect. Daarnaast is het belangrijk dat de bestanden zo klein mogelijk zijn. Niet alleen vanwege downloadsnelheid, maar ook vanwege de tijd die de browser nodig heeft om ze te verwerken. Zorg daarom voor een gestroomlijnde code (HTML/CSS/JS). Laad geen zaken die niet worden gebruikt en zorg dat afbeeldingen in een juist formaat worden aangeboden (dus niet te klein maar ook zeker niet te groot). Over het algemeen is server-side rendering sneller dan client-side. <https://web.dev/optimize-lcp/>.



FIRST INPUT DELAY (FID)

De FID geeft aan hoe lang het duurt voordat de site interactief wordt na een eerste actie van de gebruiker. Dat kan bijvoorbeeld een klik op een button of link zijn. Vaak wordt deze vertraging veroorzaakt doordat de browser nog met bezig is met het inladen van andere elementen. De FID kan gemeten worden met verschillende tools van Google. Er dient gebruik gemaakt te worden van de tools die gebruik maken van user data. Dat zijn Pagespeed Insights, Search Console en het Chrome User experience report. Google meet de waardes van de FID in 3 categorieën, goed tussen een delay van 0 en 100 ms, verbetering nodig tussen 0,1 ms en 0,3 ms en een slechte waardering vanaf een delay van 0,3 ms.

TIPS VOOR HET VERBETEREN VAN FID

Van belang is om te analyseren of er grote scripts zijn die ingeladen worden die voor vertraging zorgen. Meestal zijn het deze scripts die voor vertraging zorgen waardoor pagina's niet snel reageren op clicks of toetsaanslagen. In dat geval zijn er verschillende manieren om de FID te verbeteren zoals het asynchroon of vertraagd inladen van elementen.

FID

First Input Delay



CUMULATIVE LAYOUT SHIFT (CLS)

CLS gaat over de visuele stabiliteit van de pagina's binnen de website. Hierbij wordt gekeken naar elementen die onverwachts verschuiven tijdens het laden van de pagina. De layout shift wordt berekend door de verschuivingen van elementen zoals afbeeldingen, buttons en tekstblokken bij elkaar op te tellen binnen een session window van 5 seconden vanaf de eerste geconstateerde layout shift.

Iedere layout shift-score wordt als volgt berekend: **Impact fraction x distance fraction**

Impact fraction is het percentage van de viewport dat in beslag genomen wordt door de layout shift. Hierbij wordt gekeken naar het frame voorafgaande de verschuiving en na de verschuiving. Dus als het element dat verschuift 25% van de viewport in beslag neemt en vervolgens met 25% omlaag schuift is de impact fraction 50% en dus 0,5.

De distance fraction is het percentage van de afstand binnen de viewport die het verschuivende deel afgelegd heeft. Dus kijkende naar het bovenstaande voorbeeld waarbij het element 25% van de viewport omlaag schuift is de distance fraction 25% en dus 0,25.

De layout shift-score van het zojuist genoemde voorbeeld is dan: $0,5 \times 0,25 = 0,125$

Google geeft aan dat een goede CLS score onder de 0,1 moet zitten. Verbeteringen zijn nodig tussen de 0.1 en 0.25. Een slechte ervaring vindt plaats boven de 0.25. Meer over [CLS kun je lezen op deze post op Isotropic.](#)

TIPS VOOR HET VERBETEREN VAN CLS

Van belang is om te analyseren of er grote scripts zijn die ingeladen worden die voor vertraging zorgen. Meestal zijn het deze scripts die voor vertraging zorgen waardoor pagina's niet snel reageren op clicks of toetsaanslagen. In dat geval zijn er verschillende manieren om de FID te verbeteren zoals het asynchroon of vertraagd inladen van elementen.

CLS

Cumulative Layout Shift



HOE BEOORDEELT GOOGLE DE CORE WEB VITALS?

Google geeft aan jouw pagina's drie mogelijke beoordelingen. Goed, moet verbeterd worden of slecht. In Google Search console is een tabblad ingericht waar eenvoudig te zien waar verbeteringen nodig zijn binnen jouw website. Google adviseert

	GOED	MOET WORDEN VERBETERD	SLECHT
LCP	$\leq 2,5$ s	≤ 4 s	> 4 s
FID	≤ 100 ms	≤ 300 ms	> 300 ms
CLS	$\leq 0,1$	$\leq 0,25$	$> 0,25$

WAAR KAN IK DE CORE WEB VITALS VINDEN?







Het dashboard van [Google Search Console](#) uitgebreid met een aparte sectie page experience. Onder dit kopje vind je een verdieping op Core Web Vitals en Mobile Usability. Daarin is de site vitaliteit opgedeeld in een rapport voor mobiel en desktop. De beoordeling van de gebruiksvriendelijkheid en gebruikerservaring voor desktop- en mobiele gebruikers is hiermee opgesplitst in 2 verschillende rapporten. De rapporten zijn gebaseerd op daadwerkelijke gebruikerservaringen (zogenoeten CRUX data, verzameld door Chromium browser gebruikers) van bezoekers van jouw website. En dat maakt het een waardevol rapport. Bovendien zijn urls met problemen gegroepeerd op basis van dezelfde (fouten in de) template of laadsnelheid.

ANALYSEREN VAN DE CORE WEB VITALS


Voor het analyseren van de Core Web Vitals raadt Google aan om gebruik te maken van de (gratis) Google developertools die ze aanbieden. Hieronder in een overzicht weergegeven.

Core Web Vitals

Now in your favorite developer tools

	LCP	FID	CLS
 PageSpeed Insights	✓	✓	✓
 Chrome UX Report <small>Brand new API, BigQuery and Dashboard</small>	✓	✓	✓
 Search Console	✓	✓	✓
 Chrome DevTools	✓	TBT	✓
 Lighthouse	✓	TBT	✓
 Web Vitals Extension	✓	✓	✓

LCP = Largest Contentful Paint, FID = First Input Delay, CLS = Cumulative Layout Shift, TBT = Total Blocking Time



Wanneer je wel eens gebruik hebt gemaakt van deze verschillende developertools, bijvoorbeeld Pagespeed Insights, Search Console of Lighthouse om de performance van je website en webpagina's te analyseren. Dan kan het goed dat je eerder hebt gehoord van de termen Lab en Field data. Het is waardevol om te weten wat deze twee vormen van data kenmerkt en hoe je ze kan gebruiken.







FIELD DATA

Field data is gebaseerd op gebruikers die jouw website hebben bezocht in de afgelopen 28 dagen. Deze data wordt verzameld vanuit de verschillende geografische locaties en vanaf de verschillende apparaten en netwerkverbinding die ze hebben gebruikt om jouw website te openen. Deze data wordt verzameld in het Chrome User Experience Report. Doel van deze data is inzicht te krijgen in daadwerkelijke gebruikerservaringen binnen jouw website en webpagina's specifiek. Het kan zijn dat Field data voor jouw url's niet beschikbaar is wanneer er niet genoeg bezoekers op de pagina's zijn geweest. Daarnaast is het goed om te weten dat de resultaten vanuit field data kunnen variëren doordat het om unieke gebruikers gaat die andere kenmerken hebben zoals een andere netwerkverbinding of telefoon.

LAB DATA

Lab data wordt niet gegenereerd door echte gebruikers maar wordt real-time voor jou gegenereerd door verschillende tools. De data wordt gesimuleerd alsof er een MotoG4 telefoon wordt gebruikt. De netwerkverbinding die wordt gesimuleerd is een snelle 3G verbinding en de locatie wordt vanaf één plaats tot stand gebracht. Hoofddoel van de beschikbare lab data is de developer in staat stellen om te kunnen testen en optimaliseren zonder 28 dagen te hoeven wachten op real user data. Lab data bevat geen data over interacties van gebruikers, daardoor kan de FID niet worden gemeten met lab data, in plaats daarvan wordt bij lab data gekeken naar total blocking time.

In onderstaande afbeelding is schematisch weergegeven welke tools gebruik maken van Lab data en welke gebruik maken van real user data.

Lab and field tools		
	Field Data	Lab Data
 PageSpeed Insights	✓	✓
 Chrome UX Report	✓	
 Search Console	✓	
 Chrome DevTools		✓
 Lighthouse		✓
 Web Vitals Extension	✓	

BENCHMARK VAN CORE WEB VITALS PERFORMANCE PER BRANCHE

De Core Web Vitals leven natuurlijk bij veel partijen die actief bezig zijn met het optimaliseren van hun user experience en vindbaarheid binnen de zoekmachine. We hebben geïnventariseerd of er grote verschillen zijn te ontdekken tussen verschillende branches en de performance van deze websites. Op basis van de klantendatabase van Blauwe Monsters en iProspect zijn er een aantal branches voor je op een rij gezet, daarbij hebben we gekeken naar de metrics van de homepage van de verschillende websites:

Branche	CLS	LCP	FID
Retail	0.35	3.4 s	25.25 ms
Travel	0.1	1.6 s	16 ms
Finance	0.1	2.1 s	100 ms
B2B	0.2	2.32 s	26.8 ms
Brand.com	0.2	4.3 s	83 ms

WETENSWAARDIGHEDEN VANUIT DEZE BENCHMARK

Een harde conclusie trekken is op dit moment nog lastig omdat de volledige integratie van de Core Web Vitals door Google nog niet is afgerond, dit blijkt ook uit dit artikel van searchengineland.com waarin veranderingen in de Core Web Vitals worden gecommuniceerd. Naar verwachting zal in augustus de volledige integratie zijn afgerond. Wel zijn er vanuit de benchmark al een aantal wetenswaardigheden te benoemen.

DE MAATSTAVEN VAN DE CLS ZIJN VOOR VEEL PARTIJEN EEN STRUIKELBLOK

Het beperken van de layout shift blijkt voor veel branches nog niet zo makkelijk. Vooral in de retailbranche zagen we hoge waardes. Een verklaring hiervoor zou kunnen zijn dat het om voornamelijk e-commerce websites gaat. Deze websites maken veel gebruik van banners, pop-ups, afbeeldingen en andere elementen die kunnen verspringen. Binnen de travel en finance branche waren de websites goed op orde.

LCP IS VOORAL VOOR DE RETAILBRANCHE EN SINGLE BRANDS EEN UITDAGING

Single brand websites met veel video's en visuals scoren beduidend minder op het gebied van LCP. Hetzelfde geldt voor websites in de Retailbranche.

DE FID IS VEELAL OP ORDE

Bij veruit de meeste partijen die we hebben geanalyseerd is de First Input Delay ruim binnen de range die door Google wordt gezien als goed. Daar was geen groot verschil te zien tussen de verschillende branches. Daarmee lijkt de FID voor veel partijen geen struikelblok binnen de Core Web Vitals.

RETAILERS LIJKEN EEN FLINKE UITDAGING TE HEBBEN

Binnen de retail lijken vooral e-commerce websites een flinke uitdaging te hebben. De Core Web Vitals zijn bij veel partijen nog niet binnen de waardes die door Google worden gezien als goed.

TRAVELWEBSITES DOEN HET OPVALLEND GOED

Websites gericht op travel doen het opvallend goed op het gebied van de Core Web Vitals. De geanalyseerde websites scoorden op alle elementen goed.

SINGLE BRAND WEBSITES

Single brand websites lijken weinig focus op de Core Web Vitals te hebben. Dit zou kunnen voorkomen uit het concrete doel van de websites. Goed gevonden worden op de eigen merknaam lijkt niet afhankelijk te zijn van goede scores binnen de Core Web Vitals.

HOE VERTAAL JE HET BELANG VAN DE CORE WEB VITALS NAAR HET MANAGEMENT?

Het creëren van draagvlak voor SEO werkt goed met het uitwerken van een business case. Dit geldt ook voor de Core Web Vitals. Op managementniveau wordt er vaak gekeken naar impact en effort. Met impact wordt het resultaat bedoeld. Met hoeveel procent of met welk absoluut getal stijgt het verkeer naar de website met deze ingreep? Maar nog belangrijker, hoeveel extra omzet gaat hier mee gepaard? Dit kun je vaak gemakkelijk schatten met de volgende formule:

Extra verkeer * conversieratio * gemiddelde orderwaarde = Stijging in omzet

*Bijvoorbeeld: 100.000 * 1% * 50 euro = €50.000*

Met effort wordt de inspanning van het development team bedoeld. Welke inspanning dient dit team te leveren om de gewenste aanpassingen door te voeren? Hoeveel punten of sprints kost het ze? Want ook hier is tijd = geld.

Hoe kun je dit het beste aanpakken? Google heeft een [tool](#) ontwikkelt waarmee je kunt berekenen hoeveel extra omzet je kunt realiseren voor elke milliseconde dat de website sneller wordt. Volgens onderzoek van Google in samenwerking met Deloitte, kan een verbetering van 0.1 seconden een conversie boost van 8% opleveren.



Improving your load time by 0.1s can boost conversion rates by 8%.

Google/Deloitte
Milliseconds Make Millions

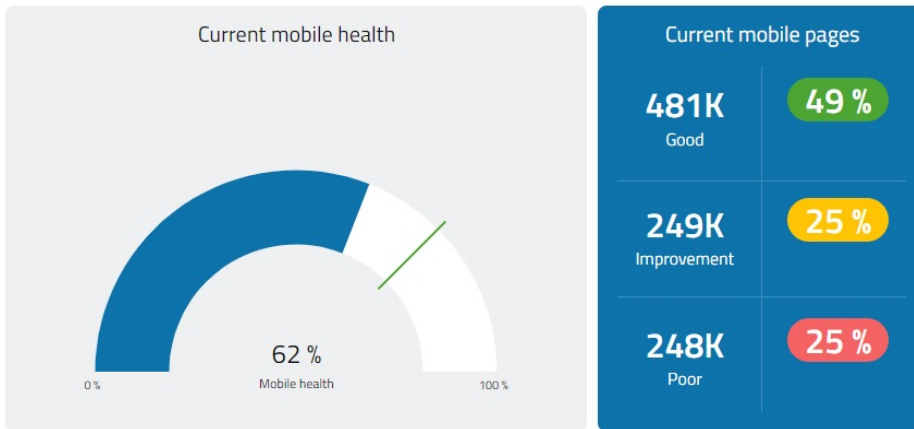
Wanneer je doorklikt op de tool en gaat naar 'Evaluate the ROI of a faster site', kun je dit ook voor je eigen website uitrekenen

The screenshot shows a calculator interface with three input fields: 'Average Monthly Visitors' (1,000,000), 'Conversion Rate' (1%), and 'Average Order Value' (\$50). Below these is a large green result: '\$302,378 USD'. Underneath, it states 'Potential increase in annual revenue when you improve your site speed from 2.4 to 1.4 seconds.' There are up and down arrows next to the '1.4' value and a 'Reset' button.

In bovenstaande voorbeeld zien we dat voor een website met 1 miljoen maandelijkse bezoekers, 1% conversieratio en €50 gemiddelde orderwaarde, een verbetering van 1 seconde zorgt voor een stijging van 3 ton aan omzet.

Een andere manier om het belang van de Core Web Vitals aan te tonen is via benchmarken. Het management houdt er immers niet van om te zien dat zij slechter presteren dan de directe concurrentie. Zoek naar vergelijkbare websites of concurrenten en check welke score zij behalen in bijvoorbeeld Pagespeed Insights. Met een tool zoals <https://treo.sh/sitespeed> is dit super makkelijk inzichtelijk te maken. Zet deze data vervolgens in een tabel en presenteer dit aan het management:

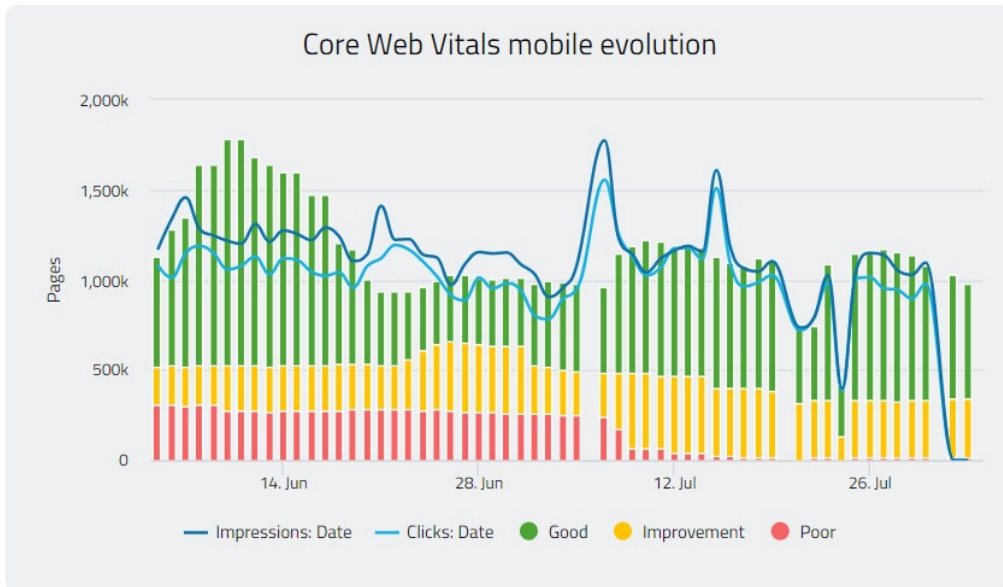
Domein	CLS	LCP	FID
eigensite.com	0.4	2 s	150 ms
nike.com	0.2	4.3 s	83 ms
adidas.com	0.10	2.1 s	100 ms
underarmour.com	0.15	1 s	70 ms



INZICHTELIJKE KPI'S VOOR HET MANAGEMENT

Lab data is vooral bruikbaar voor developers. Field data is gebaseerd op echte gebruikers en wordt verzameld over een periode van 28 dagen. Deze gebruikersdata is beter geschikt voor het opstellen van management KPI's. Zo is het mogelijk om een gezondheidsscore te maken op basis van data uit search console. De gezondheidsscore zoals hierboven wordt getoond, kan eenvoudig worden berekend door goede urls een score van 1 te geven en urls die verbetering nodig hebben, een 0,5. Wanneer de som van deze score wordt gedeeld door het aantal urls krijg je een indicatie van de gezondheid van jouw domein. Dit levert een begrijpelijke KPI op die eenvoudig met alle stakeholders kan worden gedeeld. Bijkomend voordeel is dat door de urls van verschillende domeinen bij elkaar op te tellen makkelijk een indicatie kan worden gegeven van de gezondheid van de domeinen waar jij verantwoordelijk voor bent.

Door deze data dagelijks op te slaan wordt een beeld gecreëerd die meer inzicht geeft dan de 28 dagen die in search console wordt weergegeven. Zo kan de samenhang van technische ontwikkelingen en het verkeer achteraf beter worden beoordeeld. Het ironische is dat deze data niet beschikbaar is in de API van search console. Handmatig opslaan of automatisch scrapen van deze data is voorlopig de enige optie.



INTEGRATIE GOOGLE DATASTUDIO VOOR CORE WEB VITALS

Een handig template dat we jullie niet willen onthouden is het Google Datastudio template gericht op de Core Web Vitals. Bij veel marketingbureaus is aanmaken van deze datastudio voor nieuwe klanten een standaard routine geworden.

Door de [handleiding](#) te volgen is het vrij eenvoudig om jouw eigen Core Web Vitals Datastudio te genereren en waardevolle inzichten te verkrijgen.