SEO I AUDYT | TECHNICZNE WSKAŹNIKI

Core Web Vitals decydują o widoczności, zanim jeszcze zobaczysz to w statystykach

Zespół Boostwave · Ostatnia aktualizacja: wrzesień 2026 · Czas czytania: ok. 5 min

Google od 2021 roku uwzględnia Core Web Vitals jako sygnał rankingowy. Problem polega na tym, że Google Analytics 4 nie raportuje tych metryk bezpośrednio — widać jedynie skutki, nie przyczyny. Ten artykuł pokazuje, które wskaźniki mają znaczenie i jak je zmierzyć bez żadnych płatnych narzędzi.

Trzy metryki, które Google traktuje jako sygnał jakości strony

Core Web Vitals to zestaw trzech mierzalnych parametrów doświadczenia użytkownika: LCP (Largest Contentful Paint), INP (Interaction to Next Paint) oraz CLS (Cumulative Layout Shift). LCP mierzy, ile czasu upływa do wyrenderowania największego widocznego elementu — zwykle obrazu albo bloku tekstu. INP zastąpił FID w marcu 2024 roku i śledzi opóźnienie reakcji strony na każdą interakcję użytkownika, nie tylko pierwszą. CLS natomiast rejestruje nieoczekiwane przesunięcia układu podczas ładowania.

Każda z tych metryk ma progi zdefiniowane przez Google: LCP poniżej 2,5 sekundy oznacza wynik dobry, między 2,5 a 4 sekundy — wymaga poprawy, powyżej 4 sekund — zły. INP powinien być poniżej 200 ms, CLS poniżej 0,1. Strona przechodzi ocenę CWV dopiero wtedy, gdy wszystkie trzy metryki mieszczą się w progu *dobry*. Poprawienie tylko jednej z nich nie zmienia statusu całej strony w oczach algorytmu.

Czego GA4 nie powie o technicznym stanie witryny

Google Analytics 4 rejestruje zachowanie użytkowników po wejściu na stronę: sesje, zdarzenia, konwersje. Nie mierzy natomiast tego, co dzieje się w przeglądarce podczas ładowania zasobów. Wysoki współczynnik odrzuceń może sygnalizować problemy z wydajnością, ale nie wskaże, czy przyczyną jest wolny LCP, skaczący layout czy lagująca interakcja. To osobne zagadnienie związane z diagnozą konwersji — czas ładowania a decyzje zakupowe użytkownika opisuje inny tekst z tej serii.

Dane CWV zbiera Google Search Console w zakładce *Podstawowe wskaźniki internetowe*. Raport oparty jest na rzeczywistych danych użytkowników Chrome (tzw. dane terenowe, field data), a nie na symulacji. To istotna różnica: wynik w PageSpeed Insights może się różnić od raportu w GSC, bo GSC agreguje dane z dłuższego okresu i z realnych urządzeń odwiedzających daną witrynę.

✓Sprawdź raport *Podstawowe wskaźniki internetowe* w Google Search Console — osobno dla wersji mobilnej i desktopowej.

✓Zidentyfikuj, które adresy URL Google zakwalifikował jako *słabe* lub *wymagające poprawy* — lista jest dostępna po kliknięciu w dany status.

✓Odnotuj, czy problematyczne URL-e to strony o dużym ruchu (porównaj z raportem wydajności w GSC) — priorytetyzacja ma sens.

✓Uruchom PageSpeed Insights dla każdej wskazanej strony i odczytaj wyniki osobno dla mobile i desktop.

✓Porównaj dane laboratoryjne (symulacja) z danymi terenowymi (field data) — rozbieżność powyżej 1 sekundy w LCP sugeruje problemy specyficzne dla urządzeń mobilnych lub wolniejszych połączeń.

✓Zweryfikuj, czy strona zbiera wystarczającą liczbę danych terenowych — GSC wymaga minimum ruchu, żeby wyświetlić raport CWV; nowe lub niskoruchu domeny mogą go nie mieć.

✓Zapisz wyniki przed wdrożeniem jakichkolwiek zmian — bez punktu odniesienia nie da się ocenić efektu optymalizacji.

✓Powtórz pomiar po 28 dniach od wdrożenia zmian — tyle czasu Google potrzebuje na aktualizację danych terenowych w GSC.

Pułapka: wynik 100 w PageSpeed nie równa się dobrym CWV w terenie PageSpeed Insights w trybie laboratoryjnym symuluje ładowanie na wirtualnym urządzeniu w kontrolowanych warunkach. Wynik 90–100 w tej symulacji nie gwarantuje, że rzeczywiści użytkownicy — korzystający ze starszych telefonów lub słabszych połączeń — doświadczają strony jako szybkiej. Decyzja rankingowa Google opiera się na danych terenowych, nie na wyniku laboratoryjnym. Obydwa źródła są potrzebne, ale to dane z GSC mówią o tym, co faktycznie wpływa na widoczność.

Procedura pomiaru CWV w PageSpeed Insights — krok po kroku

Krok Działanie Na co zwrócić uwagę 1 Otwórz pagespeed.web.dev i wklej adres URL strony do zbadania Testuj konkretne podstrony, nie tylko stronę główną — CWV różni się między typami stron 2 Odczytaj sekcję *Discover what your real users are experiencing* (dane terenowe) Jeśli brak danych terenowych — za mały ruch; oceniaj tylko dane laboratoryjne i GSC 3 Sprawdź sekcję *Diagnose performance issues* — szczególnie LCP element i jego czas ładowania Narzędzie wskazuje konkretny element DOM odpowiedzialny za LCP; to punkt wyjścia do optymalizacji 4 Odczytaj CLS i sprawdź, które elementy powodują przesunięcia układu Najczęstsze przyczyny: brak wymiarów obrazów, dynamicznie ładowane banery, fonty bez *font-display: swap*

Z praktyki (dane uproszczone)

Strona usługowa z branży budowlanej — kilkanaście podstron ofertowych, ruch głównie mobilny. Raport GSC wskazywał 34 URL-e z oceną *słaby* w kategorii LCP. Po uruchomieniu PageSpeed Insights dla trzech najbardziej odwiedzanych stron okazało się, że LCP wynosił orientacyjnie 5,8–6,2 sekundy na urządzeniach mobilnych. Przyczyną był obraz nagłówkowy ładowany bez atrybutu *loading=eager* i bez preloadu. Po wdrożeniu preloadu i kompresji obrazu do formatu WebP dane terenowe w GSC po 28 dniach pokazały LCP poniżej 2,5 sekundy dla tych URL-i. Szczegółowy przegląd elementów technicznych sprawdzanych podczas audytu SEO obejmuje też inne obszary wpływające na widoczność, których sama optymalizacja CWV nie zastąpi — m.in. architekturę treści i strukturę nagłówków.

Najczęstsze pytania

1. Czy poprawa Core Web Vitals zawsze podnosi pozycje w Google?

Nie ma gwarancji bezpośredniego przełożenia. CWV to jeden z kilkuset sygnałów rankingowych. Strony z bardzo słabymi wynikami CWV mogą tracić widoczność względem konkurentów z podobną treścią i profilem, ale jeśli inne czynniki — trafność treści, autorytet domeny — wyraźnie przeważają, efekt poprawy CWV może być trudny do wyizolowania w danych.

2. Jak często Google aktualizuje dane CWV w Search Console?

Raport w GSC oparty jest na danych zbieranych przez 28 dni. Zmiany wprowadzone dziś pojawią się w raporcie po upływie tego okresu. Nie ma trybu natychmiastowego podglądu danych terenowych — do bieżącego testowania służą dane laboratoryjne z PageSpeed Insights lub Chrome DevTools.

3. Czy audyt SEO musi obejmować CWV, żeby był kompletny?

Audyt techniczny bez analizy Core Web Vitals pomija obszar, który Google jawnie traktuje jako sygnał jakości. Weryfikacja CWV powinna obejmować zarówno raport GSC, jak i dane laboratoryjne dla reprezentatywnych podstron — strony głównej, stron kategorii i najważniejszych podstron ofertowych. Ocena wyłącznie strony głównej daje niepełny obraz, bo poszczególne szablony mogą mieć bardzo różne wyniki.

Nie wiesz, które strony w witrynie obniżają widoczność przez słabe CWV?

▶ Boostwave przeprowadzi audyt techniczny obejmujący analizę Core Web Vitals w oparciu o dane z GSC i PageSpeed Insights — z listą priorytetów do wdrożenia.: **Zamów audyt SEO**

Transparentność treści (AI): Artykuł został wygenerowany z wykorzystaniem sztucznej inteligencji, a następnie zweryfikowany merytorycznie i zredagowany przez zespół Boostwave. Informację publikujemy zgodnie z zasadą przejrzystości https://webmaster.cavandoragh.org/audyt-seo-co-sprawdzamy-zanim-cokolwiek-naprawimy wynikającą z art. 50 rozporządzenia UE 2024/1689 (AI Act). · https://boostwave.pl