

W dobie indeksowania Mobile-First, optymalizacja mobilna jest niezbędna. Google udostępnia szereg narzędzi analitycznych, które często bywają mylone. Chociaż [core web vitals](#) Google PageSpeed Insights zapewnia kompleksową diagnostykę wydajności (która domyślnie koncentruje się na urządzeniach mobilnych), warto zrozumieć kontekst szerszych terminów analitycznych: Analysis Web Google (Google Analytics) oraz specyfikę Google Mobile Insights.

## 1. Analysis Web Google (Google Analytics) – Kontekst Biznesowy

Analysis Web Google to kompleksowe podejście do analizy internetowej, które nie koncentruje się wyłącznie na wydajności, ale na **zachowaniu użytkowników**.

### 1.1. Co Mierzy Google Analytics?

- **Zakres:** Mierzy konwersje, ścieżki użytkowników, współczynnik odrzuceń, czas spędzony na stronie, i co najważniejsze, podział ruchu według urządzeń (desktop, mobile, tablet).
- **Różnica od PSI:** Analysis Web jest narzędziem do **analizy biznesowej i behawioralnej**, które może identyfikować, **gdzie** użytkownicy mobilni rezygnują, podczas gdy PSI mówi **dłaczego** (powody techniczne).

## 2. Google Mobile Insights – Specyfika Szybkości Mobilnej

Termin "Google Mobile Insights" jest często używany w odniesieniu do zbioru danych i zaleceń Google dotyczących **szybkości ładowania na urządzeniach mobilnych**.

### 2.1. Jakie Daje Wglądy?

- **Koncentracja:** Google Mobile Insights dostarcza danych o szybkości ładowania na urządzeniach mobilnych, wskazując na potencjalne problemy i sugerując ich rozwiązania.
- **Główny Nośnik:** W praktyce, najważniejszym nośnikiem tych wglądów jest Google PageSpeed Insights, które domyślnie symuluje środowisko mobilne (dane Lab) i używa danych rzeczywistych CrUX.
- **Kluczowe Działania:** Koncentracja na poprawie CWV mobilnych, eliminacja blokujących skryptów i optymalizacja obrazów pod kątem mniejszych ekranów.

## 3. Dlaczego Potrzebujesz Obydwu?

Skuteczna optymalizacja wymaga połączenia tych perspektyw. Analysis Web Google to podejście do analizy internetowej, które skupia się na różnych aspektach, takich jak struktura, szybkość ładowania, użyteczność i treść.

- **Diagnoza:** Użyj PageSpeed Insights (Mobile Insights) do technicznej diagnostyki i identyfikacji problemów z LCP/CLS/FID.
- **Weryfikacja Wpływu:** Użyj Analysis Web Google (Google Analytics), aby zobaczyć, czy poprawki techniczne przełożyły się na lepsze wskaźniki behawioralne na urządzeniach mobilnych (np. niższy Bounce Rate).

## Podsumowanie: Całościowe Podejście

Google Mobile Insights i Analysis Web Google pełnią różne funkcje: pierwszy koncentruje się na szybkości i wydajności mobilnej, drugi na zachowaniu użytkownika. Optymalizacja mobilna jest teraz jednym z kluczowych czynników rankingowych. Regularna analiza i optymalizacja mobilna to klucz do sukcesu w dzisiejszym SEO.

Autor: Proboost

### Code & SEO Lab

`</>` Audyty i wdrożenia techniczne.

 Kraków, Software Park

 kontakt@brandforce.pl

 Stack: HTML5, JS, JSON-LD

