

מה שלומך, ליאור?

הדבר הכי חשוב בתקשורת הוא לשמוע את מה שלא נאמר - פיטר דרוקר

נתחיל עם עובדה שאולי תפתיע אתכם: כשמישהו שואל היום שאלה ב-ChatGPT, בגוגל AI או ב-Perplexity, הוא לא מקבל תשובה על סמך מונח החיפוש שנשלח... 🤖

מאחורי הקלעים, בלי שהמשתמש רואה את זה, המערכת לוקחת את השאלה שלו, מפרקת אותה ל-5, 10, ולפעמים אפילו 50 מונחי חיפוש שונים, קוראת עשרות דפים, ורק אז מרכיבה תשובה אחת.

זה אומר שהלקוחות שלכם, אלה שמחפשים את השירות או המוצר שלכם, כבר לא מחפשים כמו פעם... טוב אולי רובם כן מחפשים כמו פעם, אבל המנוע חיפוש מחפש בצורה אחרת לגמרי.

וזו משנה את הכללים לגמרי!

למה זה נושא מאוד חשוב וקריטי?

כי עד היום, הרבה בעלי עסקים בנו את האתר סביב מילת מפתח אחת מרכזית. למשל: "עורכת דין בתל אביב", "מאמן כושר בראשון", "חנות רהיטים בחיפה". וזה היה מספיק.

אבל כשהמערכות האלה מפרקות שאלה אחת של לקוח ל-10 חיפושים שונים (כוונות חיפוש): מחירים, ביקורות, השוואות, מדריכים, חלופות - מי שמכסה רק זווית אחת יפספס את רוב ההזדמנויות. **ה-AI שומע את מה שהמשתמש לא אמר, ומחפש גם את זה...**

והאתר שיש לו תוכן שעונה על כמה שיותר מתוך 10 החיפושים האלה? הוא זה שה-AI כנראה ימליץ עליו. לא בגלל שהוא שילם יותר או שהאתר שלו יפה יותר, אלא בגלל שהוא כיסה את הנושא מהרבה יותר זוויות.

הנושא הזה נקרא **Query Fan-Out**, וזה אחד השינויים הכי משמעותיים שקורים עכשיו בעולם החיפוש. בבסיס שלו הוא לא טכני מדי, הוא לא דורש ידע מקדים, אבל הוא כן דורש שינוי בחשיבה. ואחרי שתבינו אותו, אתם תסתכלו אחרת לגמרי על האתר שלכם ועל התוכן שאתם בונים.

דרך אגב, זה אחד מהדו"חות של לקסה מקבלים. אני מזכיר לכם שב-10.03 **יש לנו זום** שבו נודיע כי נחלק ל-5 בעלי אתרים **6 חודשים חינם - מתנה בשווי 2,700 ש"ח + מע"מ!** אני אפרט בזום איך ניתן לזכות במתנה הזו - כדאי להגיע.

סרטון עם מעט הסברים על הפיצ'רים במערכת: <https://www.youtube.com/watch?v=hr4siXznjik>

אני גם רוצה לחדד נושא ששאלו אודותיו בשבועיים האחרונים - גם לקוחות משלמים של לקסה יכולים להצטרף לרשימה שממנה נבחר כאמור 5 בעלי עסקים.

בזום עצמו אני אסביר איך אני אבחר את חמשת הנבחרים.

נחזור לנושא,

במייל הזה אני הולך להסביר לכם בדיוק מה זה Query Fan-Out, איך זה עובד, ובעיקר - מה אתם יכולים לעשות עם זה כבר השבוע. בלי מונחים מסובכים, בגובה העיניים, כמו תמיד...

קריאה מועילה, ליאור.

הנושא שכל בעל אתר צריך להכיר ב-2026

:Query Fan-Out הסוד שמאחורי חיפוש ה-AI

מה באמת קורה כש-ChatGPT או גוגל מחפשים עבור המשתמשים שלכם - ולמה זה משנה את הכל עבור האתר שלכם



מה זה ואיך
זה עובד



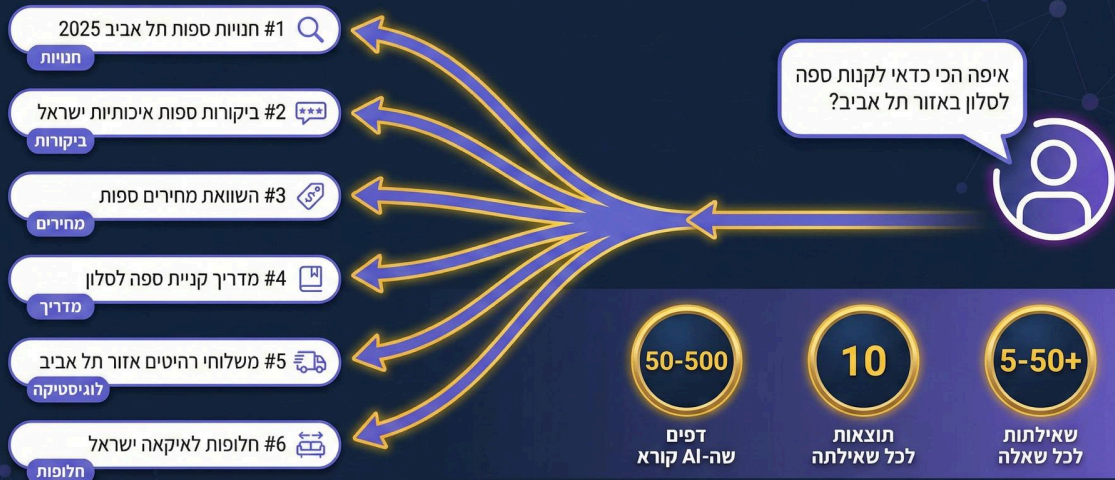
למה זה משנה
לעסק שלכם



מה לעשות
כבר עכשיו

Query Fan-Out - מה קורה מאחורי הקלעים?

כשמישהו שואל שאלה ב-AI, המערכת לא מחפשת את מה שכתבת. היא מפרקת את השאלה לכמה חיפושים נפרדים.



תשובה אחת מסודרת עם מקורות ✨

המשמעות: אם האתר שלכם מכסה רק זווית אחת של הנושא - אתם מופיעים ב-Fan-Out אחד מתוך עשרים. המתחרה שמכסה יותר זוויות מקבל עדיפות.

lexa.co.il

חלק 1: מה זה בכלל?

Query Fan-Out - בעברית פשוטה

דמיינו את זה ככה:


אתם נכנסים לסוכן נסיעות ואומרים: "אני רוצה חופשה משפחתית באירופה בקיץ". סוכן טוב לא מחפש רק "חופשה אירופה קיץ". הוא פותח 10 חיפושים במקביל: מלונות מומלצים למשפחות, טיסות זולות ביולי, אטרקציות לילדים, מזג אוויר, מסעדות כשרות, וכו'. אחר כך הוא ממזג את כל מה שמצא לתשובה אחת מסודרת.

זה בדיוק מה שעושה **Query Fan-Out**. כשמישהו שואל שאלה ב-ChatGPT, ב-Google AI, ב-Perplexity או בכל כלי AI - המערכת לא מחפשת את המשפט כמו שהוא. היא:

שלב 1 


מפרקת את השאלה - מנתחת מה בדיוק המשתמש רוצה לדעת, ומחלקת את זה לכמה שאלות משנה



שלב 2 

שולחת כל שאלה לגוגל/בינג - כל שאלת משנה נשלחת בנפרד ומחזירה כ-10 תוצאות. 5 שאילות = 50 דפים שנשלפו



שלב 3 

קוראת, ממזגת, ועונה - ה-AI קורא את כל הדפים, מצלב מידע, ומרכיב תשובה אחת מסודרת עם מקורות

כמה שאילות Fan-Out נוצרות בפועל?

שאלה מורכבת:
+10-50 שאילות

שאלה פשוטה:
1-3 שאילות

מחקר של Paper.club ש-ניתח את ChatGPT מצא שפרומפט מורכב אחד יכול לייצר עשרות שאילות חיפוש שונות. גוגל עצמה אמרה ש-AI Mode שלה מבצע "far more searches" ממה שנראה בממשק.

השם "**Fan-Out**" (פריסת מניפה) מתאר בדיוק את מה שקורה: שאלה אחת של המשתמש נפרסת כמו מניפה לעשרות שאילות חיפוש, וה-AI אוסף את התוצאות מכל הכיוונים חזרה לתשובה אחת.

בואו נראה את זה בפעולה

נניח שאתם בעלי חנות רהיטים בתל אביב, ולקוח פוטנציאלי כותב ב-ChatGPT:

מה המשתמש כתב:

"איפה הכי כדאי לקנות ספה לסלון? אני מחפש משהו איכותי ולא יקר מדי באזור תל אביב"

מה ה-AI שולח לגוגל מאחורי הקלעים:

תניות	best sofa stores Tel Aviv 2025	#1
ביקורות	quality sofa reviews Israel affordable	#2
מחירים	sofa price comparison Israel 2025	#3
מדריך	living room sofa buying guide tips	#4
לוגיסטיקה	furniture delivery Tel Aviv area stores	#5
חלופות	IKEA alternatives Israel quality furniture	#6

שימו לב מה קרה כאן:

שאלה אחת פשוטה הפכה ל-6 חיפושים שונים. כל חיפוש מחזיר 10 תוצאות. בסך הכל ה-AI בדק **60 דפים** לפני שהרכיב את התשובה. אם האתר שלכם מופיע רק כ"חנות ספות בתל אביב" - הוא אולי נכנס ל-Fan-Out אחד מתוך שישה. המתחרה שיש לו גם דף ביקורות, גם דף מחירים, וגם מדריך קנייה - הוא מופיע ב-3-4 Fan-Outs ומקבל עדיפות ענקית.

איך ה-AI בוחר את המנצחים? בשיטה שנקראת RRF (Reciprocal Rank Fusion) - ניקוד מצטבר. אתר שמופיע בתוצאות של 4 Fan-Outs שונים מקבל ניקוד גבוה יותר מאתר שמופיע פעם אחת במקום ראשון. כלומר: **רוחב כיסוי הנושא חשוב לא פחות ממיקום גבוה.**

4 דברים שהשתנו ואי אפשר להתעלם מהם

1

מילת מפתח אחת - כבר לא מספיקה

פעם בניתם עמוד סביב ביטוי אחד ("ספות בתל אביב") וזה הספיק. היום ה-AI מחפש את הנושא שלכם מ-5 עד 20 זוויות שונות. מי שמכסה רק זווית אחת מפספס את רוב ההזדמנויות.

✓ היום

חנויות + ביקורות + מחירים + מדריך
+ חלופות + משלוחים

✗ פעם

"ספות בתל אביב"

2

מיקום 7-8 בגוגל? פתאום יש לו ערך

בחיפוש רגיל, כמעט אף אחד לא לוחץ על תוצאה 8 בגוגל. אבל ב-Fan-Out המצב שונה: ה-AI שולח למשל 10 שאליות, כל אחת מחזירה 10 תוצאות - ביחד 100 דפים "על השולחן". אם האתר שלכם מופיע במיקום 8 ב-3 Fan-Outs שונים, הניקוד המצטבר שלו יכול להיות גבוה יותר מאתר שנמצא במקום 2 ב-Fan-Out אחד בלבד.

זה לא אומר שלא כדאי להיות ראשונים. זה אומר שרוחב כיסוי הנושא הוא כלי חדש ורב עוצמה.

3

סמכות (Authority) חשובה יותר מתמיד

זה דבר שלא השתנה - ואפילו התחזק. ה-AI שולף תוצאות מגוגל ומבינג. אם האתר שלכם לא נמצא בכלל בטופ-10 של גוגל, הוא לא נכנס לאף Fan-Out. נקודה. קודם צריך בסיס חזק - backlinks, תוכן מעמיק, אתר תקין טכנית. אחר כך Fan-Out נותן הזדמנויות נוספות.

4

זה עובד בכל כלי AI - לא רק בגוגל

Query Fan-Out הוא לא פיצ'ר של גוגל. כל כלי AI שמחפש ברשת משתמש בו:



Google AI

"far more searches"



ChatGPT

+10-50 שאליות



Grok

2-5 שאלות



Perplexity

+3-10 שאלות

4 דברים שהשתנו ואי אפשר להתעלם מהם ⚡

איך Query Fan-Out שינה את חוקי המשחק ב-SEO

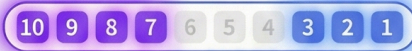
1 מילת מפתח אחת - כבר לא מספיקה



נושא שלם + כל הזוויות שלו: חנויות, ביקורות, מחירים, מדריך, חלופות, השוואה

ביטוי מפתח בודד

2 מיקום 8 בגוגל? פתאום יש לו ערך



Fan-Out: מיקומים 1-10 מכמה שאילתות = ניקוד מצטבר

חיפוש רגיל: רק 1-3 חשוב

$8 \times \text{Fan-Out} > 1 \times \text{Fan-Out}$

3 סמכות (Authority) חשובה יותר מתמיד



אם לא בטופ 10 בגוגל = לא נכנסים לאף Fan-Out. נקודה.

4 זה עובד בכל כלי AI - לא רק גוגל



2-5 שאילתות



3-10+ שאילתות



far more searches



10-50+ שאילתות

כולם משתמשים ב-Fan-Out. כולם שולפים מגוגל/בינג.

שינוי החשיבה: במקום "מה מילת המפתח שלי?"
תשאלו: "אילו 20 שאילתות שונות ה-AI היה מריץ על הנושא שלי?"

lexa.co.il

חלק 4: הצד המעשי

גיליתי Fan-Out של הנושא שלי. עכשיו מה?

זו השאלה הכי חשובה. אחרי שמזהים את שאילתות ה-Fan-Out של הנושא שלכם, צריך להחליט: מה עושים עם כל אחת? התשובה תלויה בסוג ה-Fan-Out. יש 3 תרחישים:

קל

תרחיש א': ה-Fan-Out הוא מילת תואר

דוגמה: יש לכם דף על "עורך דין מקרקעין בתל אביב" וה-Fan-Out הוא "עורך דין מקרקעין **הכי טוב** בתל אביב" או "עורך דין מקרקעין **מומלץ**".

מה לעשות:

פשוט עדכנו את כותרת העמוד (Title) ואת ה-H1 כך שיכללו את המילה. לא צריך דף חדש. שינוי קוסמטי שמספיק.

בינוני

תרחיש ב': ה-Fan-Out מוסיף פן תוכני

דוגמה: יש לכם דף על "קורס תכנות" וה-Fan-Out הוא "קורס תכנות **ביקורות**" או "קורס תכנות **מחירים**" או "קורס תכנות **השוואה**".

מה לעשות:

הוסיפו כותרת H2 ייעודית + סקשן שעונה על הזווית הזו בתוך העמוד הקיים. למשל: סקשן "מה אומרים הבוגרים?" עם ביקורות, או טבלת מחירים. אם התחרות גבוהה - שקלו דף נפרד.

דורש
מאמץ

תרחיש ג': ה-Fan-Out הוא נושא חדש לגמרי

דוגמה: יש לכם דף על "מסעדה איטלקית" וה-Fan-Out הוא "**מסעדה איטלקית ללא גלוטן**" או "**חלופות לאיטלקית בתל אביב**". זו כוונה אחרת לגמרי.

מה לעשות:

בנו עמוד נפרד ומוקדש. אי אפשר "לדחוס" כוונה שונה לתוך עמוד קיים ולצפות לדרג. בנו דף ייעודי עם תוכן ממוקד, וקשרו אותו חזרה לעמוד הראשי בקישורים פנימיים.

הכלל שצריך לזכור: 

אתרים חזקים עם סמכות גבוהה בנושא יכולים להסתפק בעדכוני כותרת ותוספת H2. אתרים קטנים יותר צריכים לבנות עמוד נפרד לכל Fan-Out משמעותי. אין קיצורי דרך -

חלק 5: תוכנית פעולה ✓

5 צעדים שתוכלו ליישם השבוע

לא צריך לעשות הכל ביום אחד. תתחילו עם צעד 1 ותתקדמו. כל צעד לוקח 15-30 דקות.

1 גלו את ה-Fan-Outs שלכם

קחו את השירות/מוצר הראשי שלכם. נסחו שאלה כאילו אתם לקוח, ושלחו אותה ב-Perplexity (הכי שקוף - מציג את השאלות שביצע ואת המקורות). רשמו את כל השאלות שהוא חיפש.

תרגיל: כתבו ב-Perplexity את השאלה שלקוח שלכם היה שואל. לדוגמה: "מי מומחה ל[תחום שלכם] ב[אזור שלכם]" - ותעקבו אחרי מה הוא חיפש.

2 בדקו: על כמה מהם אתם בתמונה?

קחו כל שאלת Fan-Out שמצאתם, חפשו אותה בגוגל, ובדקו: האם האתר שלכם בטופ-10? אם אתם מופיעים ב-2 מתוך 10 Fan-Outs - יש פה פוטנציאל עצום שלא מנוצל.

טיפ: תעשו את זה בחלון גלישה פרטית (Incognito) כדי לקבל תוצאות נקיות בלי התאמה אישית.

3 סווגו: תואר, פן תוכני, או נושא חדש?

לכל Fan-Out שזיהיתם, תחליטו באיזה תרחיש הוא נופל (ראו את הסקשן הקודם). מילת תואר כמו "הכי טוב"? עדכנו כותרת. פן חדש כמו "ביקורות"? הוסיפו H2. נושא חדש לגמרי? בנו דף.

4 חשבו Cluster - לא Keyword

במקום עמוד בודד על "הנושא שלי", תבנו עמוד מרכזי (Hub) שמקשר לעמודים משניים (Spokes) על כל פן: מחיר, ביקורות, השוואה, מדריך, שאלות נפוצות. כל Spoke מכסה Fan-Out אחר. קישורים פנימיים בין כולם.

אל תשכחו את הבסיס

5

Fan-Out לא מחליף SEO קלאסי - הוא מוסיף עליו. אם הדפים שלכם לא מאונדקסים בגוגל, לא משנה כמה Fan-Outs תכנסו. ודאו שיש לכם backlinks איכותיים, שהאתר תקין טכנית, ושגוגל מאנדקס את כל הדפים שלכם. אם דף לא מאונדקס - הבעיה היא בסמכות שלו, לא בבקשת אינדוקס.

שינוי חשיבה אחד שעושה את ההבדל 🧠

במקום לשאול "מה מילת המפתח שלי?" - תשאלו:

"אם לקוח היה שואל AI על הנושא שלי - אילו 20 שאלות שונות ה-AI

היה מריץ מאחורי הקלעים?"

ובנו תוכן שנותן תשובה טובה לכל אחת מהן.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:

איך לקדם את האתר שלכם כמו מקצוענים בגוגל עם לקסה

🕒 15:30 - 17:00

מרץ

10

הרשמה מוקדמת לזום

📌 תקבלו תזכורת אוטומטית לפני כל אירוע 💡

יש לך שאלות? הצטרף לקבוצת הווטסאפ שלנו!

הצטרפות לקבוצת הווטסאפ

שאל/י אותנו שאלות על לקסה או קידום אתרים בכלל

כתבות אחרונות מהבלוג של לקסה:

איך סמכות נושאת מגנה מעדכוני אלגוריתם

מאמר מעמיק
1500-2500 מילים

תוכן ממוקד
300-600 מילים

3.5x
יותר קישורים נכנסים

מאמר מעמיק 1500-2500 מילים	כונת חיפוש השוואה מורכבת, למידה, בחירה	תוכן ממוקד 300-600 מילים	שאלה בודדת, התלטה מהירה
כונת חיפוש השוואה מורכבת, למידה, בחירה	יתרון מרכזי כפי שנושא רוב, תפיסת בטייב זב ארן	תוכן ממוקד 300-600 מילים	לחנאזה מוצגת סיפור מיידי, סיכוי נבוה
יתרון מרכזי כפי שנושא רוב, תפיסת בטייב זב ארן	עקרונות דורש נמן ומחקר, עלות, הפקה בבוהה	עקרונות תחרות בבוהה, פחות מעמיק, קשה לדירוג בטייב קשים	תחרות בבוהה, פחות מעמיק, קשה לדירוג בטייב קשים
עקרונות דורש נמן ומחקר, עלות, הפקה בבוהה	מאמץ הפקה בוהה, דוחש תכנון, תכור ועריכה מקצועית	מאמץ הפקה בוהה, דוחש תכנון, תכור ועריכה מקצועית	נמן, תהיר ליצירה, פשוט לעריכה
מאמץ הפקה בוהה, דוחש תכנון, תכור ועריכה מקצועית	מחיר לא לכוור לעודכונים מורכבים, למידה סרוויאל	מחיר לא לכוור לעודכונים מורכבים, למידה סרוויאל	לנושאים מורכבים, כשיש צורך בתגובים רבים

שלוש שאלות שחוסכות ניוזשים

1. מה הפסדה על התקנת
2. כמה עוקן נכנסים
3. מה הפסדה על התקנת

סמכות נושאת - הסוד לדירוג אורגני מוביל

מה עובד בגוגל - תוכן ארוך או תוכן קצר

מה עובד בגוגל - תוכן ארוך או תוכן קצר

הרצאות חדשות ביוטיוב של לקסה:

קניית קישורים איכותיים - פרסום כתבות יח"צ באתרים גדולים

03/02/2026

איך להבין (מהר) כל סרטון יוטיוב בכל שפה עם AI

10/02/2026

חשוב: הודעה זו נשלחה אליך מכיוון שנרשמת לרשימת התפוצה של לקסה, או השתתפת באחד ממפגשי הזום שלנו. אם אינך מעוניין/ת לקבל הודעות דוא"ל אלה מאתנו בעתיד, ניתן ללחוץ על הקישור להסרה בתחתית ההודעה.

לקסה עוזרת לך להיות מקום ראשון בגוגל

info@lexa.co.il
058-5700-571
www.lexa.co.il

YouTube icon, Facebook icon

© 2026 לקסה. כל הזכויות שמורות.