

מה שלומך, ליאור?

המוח הוא כמו מנצח, הוא עובד טוב רק כשהוא פתוח - ג'יימס דיאור

היה לנו לפני יומיים זום מעולה, שבו סקרתי [למה בעלי עסקים כנראה מקדמים לבדם טוב יותר ממקדם חיצוני ב-2026](#).

ביום ראשון, אני אודיע לאחד/אחת ממי שהיו בזום האחרון וכבר שלחו לי פניות בנוגע לזכייה הראשונה (מתוך 5) של החבילה האישית בלקסה למשל 6 חודשים - בשווי 2,700 ש"ח + מע"מ. וגם 1-2 זומים חודשיים למשך 3 חודשים, כדי שאדריך אותם איך להשתמש בצורה הכי אופטימלית בכלי שלנו - ללקסה.

ועכשיו מגיע תורכם, כעת אתם תוכלו להציע את מועמדותכם ל-4 המקומות שנשארו.

מה שאתם צריכים לעשות הוא להשיב לי במייל את הפרטים הבאים:

1. השם שלכם ופרטי יצירת קשר
2. כתובת האתר
3. תיאור כללי של האתר
4. למה אתם מעוניינים להשתמש בלקסה

יש מקום אחד שמור, במידה ותגיע פנייה מתאימה, עבור אתר שהבעלים שלו או בן/בת זוג/זוגתו נקראו לדגל (שירות מילואים וכדומה - **מכל הסוגים [ביטחוני, רפואי, נפשי וכו']**) - וזה משפיע להם על העסק.

מכירים עסק כזה שלא מכיר אותנו? שתפו אותו במייל הזה!

בעוד כשבועיים אני אכריז על חמשת הזוכים, והם יקבלו מיידית גישה ללקסה למשך 6 חודשים בחינם!

איך אני אבחר? אני אבחן ואשכלל את כל הנתונים הרלוונטיים של האתר ואבין למי יש יותר סיכוי שלקסה עשויה לעזור לאתר הזה.

שימו לב: גם מנויים משלמים קיימים של לקסה יכולים להציע את מועמדותם!

טוב, עד כאן המתנה המטורפת שלקסה מחלקת לכם.
היום נדבר בניוזלטר שלנו על קישורים פנימיים.

יש לכם כבר לפחות 20 עמודים באתר, אולי יותר. כתבתם מאמרים לבלוג, בניתם דפי שירות, השקעתם שעות בתוכן.

עכשיו שאלה פשוטה: **כמה מהעמודים האלה מקשרים אחד לשני?**

אצל לא מעט מבעלי העסקים שאני מכיר - התשובה היא "כמעט אף אחד". כל מאמר הוא אי בודד. כל דף שירות עומד לבדו. אין שום חוט שמחבר ביניהם.

וזו בדיוק הבעיה.

כי מבחינת גוגל, אתר בלי קישורים פנימיים הוא כמו חנות בלי שלטים - הלקוח נכנס, לא מבין לאן

רגע, מה זה בכלל "קישור פנימי"?

קישור פנימי הוא פשוט קישור מעמוד אחד באתר שלך לעמוד אחר באתר שלך. זה הכל. לא קישור לאתר חיצוני, לא קישור שמישהו אחר שם אליך - אלא קישור בתוך הבית שלך.

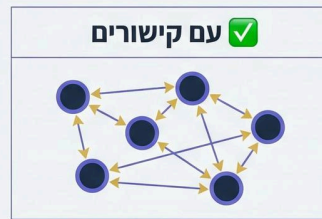
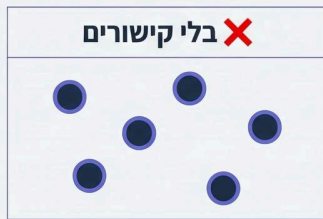
דוגמה: נגיד שיש לך דף שירות "תיקון נזילות" ומאמר בבלוג בשם "5 סימנים שיש לך נזילה נסתרת". אם בתוך המאמר יש משפט כמו "אם זיהיתם את אחד הסימנים האלה, כדאי לקרוא על שירות תיקון הנזילות שלנו" - והמילים "שירות תיקון הנזילות שלנו" מקשרות לדף השירות - זה קישור פנימי.

למה זה חשוב? שלוש סיבות פשוטות:

1. גוגל מגלה עמודים חדשים דרך קישורים. בלי קישורים - גוגל פשוט לא יודע שהעמוד קיים.
2. קישורים פנימיים מעבירים "כוח" בין עמודים. עמוד חזק שמקשר לעמוד חלש - מחזק אותו. כמו המלצה מחבר מוערך.
3. גוגל מבין ממבנה הקישורים מה חשוב באתר ומה קשור למה. בלי קישורים - גוגל רואה ערימה של דפים בלי סדר.

ג'ון מולר, הדובר הבכיר של גוגל בנושאי SEO, אמר את זה בצורה ברורה: קישורים פנימיים הם "קריטיים לחלוטין" ואחד הדברים הכי גדולים שבעל אתר יכול לעשות כדי להראות לגוגל אילו עמודים חשובים.

מבנה אשכולות - כך גוגל מבינה את האתר שלך



איך זה נראה בפועל - לפני ואחרי

ניקח דוגמה: רונית, עורכת דין לדיני משפחה מפתח תקווה. יש לה אתר עם 25 עמודים - דף בית, 5 דפי שירות (גירושין, משמורת, הסכמי ממון, ירושה, גישור), ו-19 מאמרים בבלוג.

❌ לפני - המצב של רוב האתרים

דף הבית מקשר לדפי השירות בתפריט. וזהו. אף מאמר בבלוג לא מקשר לדף שירות. אף דף שירות לא מקשר למאמר רלוונטי. המאמרים לא מקשרים אחד לשני.

התוצאה: גוגל רואה 25 עמודים מנותקים. המאמר "מה קורה עם הילדים כשמתגרשים?" לא מחובר לדף השירות "משמורת ילדים". גוגל לא מבינה שרונית היא מומחית למשמורת - כי שום דבר באתר לא אומר את זה.

דף המשמורת - עמוד 4 בגוגל. כמעט אף אחד לא מגיע אליו.

✅ אחרי - עם קישורים פנימיים חכמים

רונית הוסיפה קישורים פנימיים בצורה מחושבת. המאמר "מה קורה עם הילדים כשמתגרשים?" מקשר לדף השירות "משמורת ילדים". דף המשמורת מקשר חזרה למאמר ולשני מאמרים נוספים על הנושא. מאמר על הסכמי גירושין מקשר גם לדף המשמורת וגם לדף הגישור.

התוצאה: גוגל עכשיו "מבינה" שרונית מומחית למשמורת - כי 4 מאמרים מקשרים לדף הזה, דף הבית מקשר אליו, ודף המשמורת עצמו מקשר למאמרים מעמיקים. נוצרת רשת של תוכן שאומרת "הנה מומחית, הנה העומק שלה".

דף המשמורת עלה מעמוד 4 לעמוד 1 תוך 3 חודשים. בלי לקנות קישור חיצוני אחד. בלי לכתוב מאמר חדש.

מחקרים מראים שקישורים פנימיים מחושבים מעלים תנועה אורגנית בין 5% ל-30% בממוצע - ובמקרים מסוימים הרבה יותר. והכל בחינם, בלי תקציב פרסום, בלי תלות באף אחד חיצוני.

למה דווקא עכשיו? מה השתנה?

קישורים פנימיים תמיד היו חשובים. אבל ב-2025 ו-2026 קרו שלושה דברים שהפכו אותם מ"כדאי לעשות" ל"חייבים לעשות":

1 גוגל עכשיו עונה במקומך

שמעתם על "AI Overviews"? כשמחפשים משהו בגוגל, בהרבה מקרים גוגל עכשיו מציגה תשובה מסוכמת בראש העמוד - עוד לפני התוצאות הרגילות. היא שולפת מידע מאתרים שונים ומרכיבה תשובה. **65% מהחיפושים היום מסתיימים בלי שהמחפש לוחץ על אף אתר.** כדי שגוגל תבחר לצטט דווקא אותך בתשובות האלה, היא צריכה להבין שאתה מומחה בנושא. ואיך היא מבינה את זה? ממבנה הקישורים הפנימיים שלך.

2 גוגל עדכנה את האלגוריתם - ושמה דגש על "סמכות נושאת"

בעדכונים של 2025 (יוני ודצמבר), גוגל העלתה את הרף. היא כבר לא מסתפקת במאמר בודד טוב - היא רוצה לראות שיש לך עומק בנושא. מה זה אומר? שאם יש לך מאמר אחד על "שיפוץ מטבח" אבל שום דבר סביבו - גוגל לא תתייחס אליך כמומחה. אבל אם יש לך מאמר על שיפוץ מטבח, מאמר על בחירת חומרים, מאמר על עלויות, דף שירות - **וכולם מקושרים אחד לשני** - פתאום גוגל רואה מומחה אמיתי.

3 גם ChatGPT ו-AI אחרים מסתכלים על המבנה שלך

זה לא רק גוגל. כלים כמו ChatGPT, Gemini ו-Perplexity - שיותר ויותר אנשים משתמשים בהם כדי למצוא שירותים ומידע - גם הם בודקים את מבנה האתר שלך. הם מעדיפים לצטט אתרים עם תוכן מחובר ומקושר היטב. אתר "שטוח" בלי מבנה פנימי פשוט נעלם מהרדאר שלהם.

12 מספרים שכדאי לזכור: 34

מחקר של Semrush מ-2025 הראה שאתר עם מבנה קישורים פנימיים מסודר השיג פי 4 יותר תנועה אורגנית מאתר מתחרה - למרות שלשניהם היה אותו "כוח" חיצוני. מחקרים נוספים מראים עלייה ממוצעת של 5%-30% בתנועה אורגנית אחרי שיפור שיטתו של קישורים פנימיים - בלי להוסיף תוכן חדש ובלי קישורים חיצוניים.

השיטה: איך לחבר את האתר בצורה שגוגל אוהבת

לא צריך להיות מומחה כדי לעשות את זה. השיטה נקראת "אשכולות נושאים" (Topic Clusters), ובעברית פשוטה זה אומר: לקבץ את התוכן שלך לפי נושאים ולחבר הכל עם קישורים.

הרעיון פשוט - יש 3 שכבות:

שכבה 1 - הראש

דף הבית + דפי שירות ראשיים

אלה הדפים הכי חשובים שלך. דף הבית מקשר לדפי השירות. דפי השירות הם ה"מרכזים" של כל נושא.

שכבה 2 - התוכן התומך

מאמרי בלוג שתומכים בכל שירות

לכל דף שירות צריכים להיות 3-5 מאמרים שקשורים אליו. כל מאמר מקשר לדף השירות, ודף השירות מקשר חזרה למאמרים.

שכבה 3 - החיבורים הצידיים

קישורים בין מאמרים קשורים

מאמר על "עלות שיפוץ מטבח" מקשר למאמר על "בחירת קבלן שיפוצים". הם לא באותו שירות, אבל הקורא שמתעניין באחד - סביר שיתעניין גם בשני.

💡 דוגמה קונקרטית - מאמן כושר עצמאי:

דף שירות: "אימון אישי"

מאמרים תומכים שמקשרים אליו:

- ← "5 טעויות שמתחילים עושים באימון" (מקשר לדף האימון האישי)
- ← "כמה פעמים בשבוע צריך להתאמן?" (מקשר לדף האימון האישי)
- ← "ההבדל בין אימון בבית לאימון בחדר כושר" (מקשר לדף האימון האישי)

ודף האימון האישי מקשר חזרה לכל שלושת המאמרים. זה יוצר "אשכול" שגוגל מזהה כמומחיות בנושא אימון אישי.

כלל אצבע חשוב: כל עמוד חשוב באתר צריך להיות נגיש תוך 3 לחיצות מדף הבית. לא 5, לא 7 - שלוש. אם מאמר "קבור" עמוק באתר בלי שום קישור מגיע אליו, גוגל תתייחס אליו כאילו הוא לא חשוב.

צ'קליסט קישורים פנימיים לבעלי עסקים

- 5 דקות בדקו קישורים שבורים באתר
- 15 דקות כל מאמר בבלוג מקשר לדף שירות רלוונטי?
- 15 דקות כל דף שירות מקשר למאמרים רלוונטיים?
- 10 דקות יש מאמרים שלא מקושרים מאף מקום?
- 20 דקות טקסט העוגן תיאורי ולא 'לחצו כאן'?
- 10 דקות כל עמוד חשוב נגיש תוך 3 קליקים מדף הבית?

סה"כ: כשעה וחצי לכל האתר

מה עושים עכשיו? 4 צעדים, מהקל לקשה

לא צריך לעשות הכל ביום אחד. תתחילו מצעד 1, ותתקדמו כשיש זמן.

5 דקות

צעד 1: בדקו קישורים שבורים

היכנסו ל-Google Search Console (חינם). בתפריט הצדדי לחצו על "דפים". חפשו דפים עם שגיאות - אלה בדרך כלל קישורים שבורים או דפים שגוגל לא מצליחה להגיע אליהם. אם יש דפים עם שגיאה 404 - תקנו או מחקו את הקישורים שמפנים אליהם. קישור שבור הוא כמו שלט שמפנה לקיר - מבלבל את גוגל ומבלבל את הגולשים.

20 דקות

צעד 2: חברו כל מאמר בבלוג לדף שירות

פתחו רשימה של כל המאמרים בבלוג ושל כל דפי השירות. עברו מאמר-מאמר ושאלו: "לאיזה שירות שלי המאמר הזה הכי קשור?" ואז הוסיפו בתוך המאמר משפט טבעי עם קישור לדף השירות הזה. לא "לחצו כאן" - אלא משהו כמו "קראו עוד על שירות ליטוש רצפות שלנו". חזרו לדף השירות והוסיפו קישור חזרה למאמר. זהו - חיברתם בין שני עמודים.

30 דקות

צעד 3: מצאו את העמודים ה"יתומים"

עמוד יתום הוא עמוד שאף עמוד אחר באתר לא מקשר אליו. הוא קיים, אבל אי אפשר להגיע אליו בגלישה רגילה - רק דרך חיפוש ישיר. זה הכי נפוץ במאמרי בלוג ישנים. ב-Google Search Console, לכו ל"קישורים" (בתפריט הצדדי למטה) ותבדקו אילו דפים מקבלים הכי מעט קישורים פנימיים. מצאתם עמוד עם 0 או 1 קישורים? חברו אותו לעמוד רלוונטי עם קישור הדדי.

שעה לכל האתר

צעד 4: בנו את מפת האשכולות

זה הצעד שדורש הכי הרבה חשיבה, אבל נותן הכי הרבה תוצאות לאורך זמן. קחו דף ותרשמו את כל דפי השירות שלכם. מתחת לכל דף שירות, רשמו אילו מאמרים קשורים אליו ואילו מאמרים חסרים (שכדאי לכתוב בעתיד). ואז ודאו שכל האשכולות מחוברים - כל מאמר מקשר לדף השירות שלו, דף השירות מקשר חזרה, ומאמרים קשורים מקשרים אחד לשני. זו "מפת הקישורים הפנימיים" שלכם - המסמך הכי חשוב לקידום שלכם.

תוכן בלי קישורים פנימיים הוא כמו חנות מלאה סחורה בלי שלטים.

הלקוח לא ימצא מה שהוא צריך - ויצא.

שעה וחצי של עבודה. בלי תקציב. בלי לשלם לאף אחד. ויכול לשנות את הדירוג שלכם לגמרי.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:

המומחיות שלך שווה עמוד ראשון בגוגל! (E.E.A.T)

🕒 16:00 - 17:30

אפריל

16

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:

גוגל שופטת את אני הכלי תוצאות - לא שכתב

גרה ראשונית + עריכה
דיוג רבלי

פרסום המוני +100
עמודים ב-48 שעות
סיכון גבוה 87500

תוכן עם פרטים מקומיים

תוכן גנרי

דחית מילות מפתח
מאלצת ספאם

תהליך אדם בלולאה
עם זרות מחברי שקופה
תוכן באותות אמת

90-180 שניות
זמן שהייה - תוכן מקומי ורלוונטי

20-40 שניות
זמן שהייה - תוכן גנרי

האם גוגל מזהה ומעניש תוכן שנכתב על ידי AI

כיצד robots.txt מנהל את תנועת הסריקה באתר שלך

גוגל מבקר כמו אורח מנומס - ההנה אתו נכון

מה זה robots.txt ואיך משתמשים בו נכון

הרצאות חדשות ביוטיוב של לקסה:

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

10/02/2026 🕒

למה בעלי עסקים כנראה מקדמים לבדם טוב יותר ממקדם ב-2026

10/03/2026 🕒

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

© 2026 לקסה. כל הזכויות שמורות.