

חג חירות שמח, ליאור!

אין מעלית להצלחה. תצטרכו לעלות במדרגות - זיג זיגלר

קודם כל אני אני רוצה לאחל לכם ולמשפחתכם - חג פסח שמח!
הקדמתי את השליחה של הניוזלטר, במקום חמישי להיות - בשל החג.

בערב החג אנחנו נקרא במגילה: "ואילו לא הוציא הקב"ה את אבותינו ממצרים, הרי אנו ובנינו ובני בנינו משועבדים היינו לפרעה במצרים".

ונשאלת כמובן השאלה - נו באמת?!
הרי אנחנו בעידן אחר לגמרי, של לאומים, של דמוקרטיה, של חופש, של זכויות...

אחד התירושים לכך, הוא לא מדובר בעבודת ממש, אלא עבודת במיינדסט.
אם לא היינו יוצאים ממצרים בצורה שבה יצאנו - היינו עד היום נשארים עם חשיבה של עבדים...

אבל לא - אנחנו, עם ישראל / הישראליים, עם חשיבה עד הסוף של בני חורין!

ב-11.05 אני אקיים זום שבו אציג לכם איך תוכלו להיות בני חורין בקידום האתר שלכם - איך תוכלו לקדם אותו בגוגל ובמנועי ה-AI במקצועיות עם לקסה.

אבל לפני כן, אני מאוד ממליץ לכם קודם להגיע לזום הקרוב שלנו (16.04):

הרשמה לזום החשוב: אם תוכיחו לגוגל שאתם מומחים

הוא ישים אתכם ראשונים בתוצאות!

אז על מה נדבר השבוע?

הפוקוס השבוע הוא **וידאו SEO חכם**: איך להפוך סרטונים רגילים למכונת תנועה עם תמלולים מדויקים (ASR), Schema VideoObject ו-Shorts שמגדילים retention ב-30-60%.
נדון גם באתגרים כמו keyword stuffing בגיאו-לוקל וטעויות נפוצות ב-player embeds.

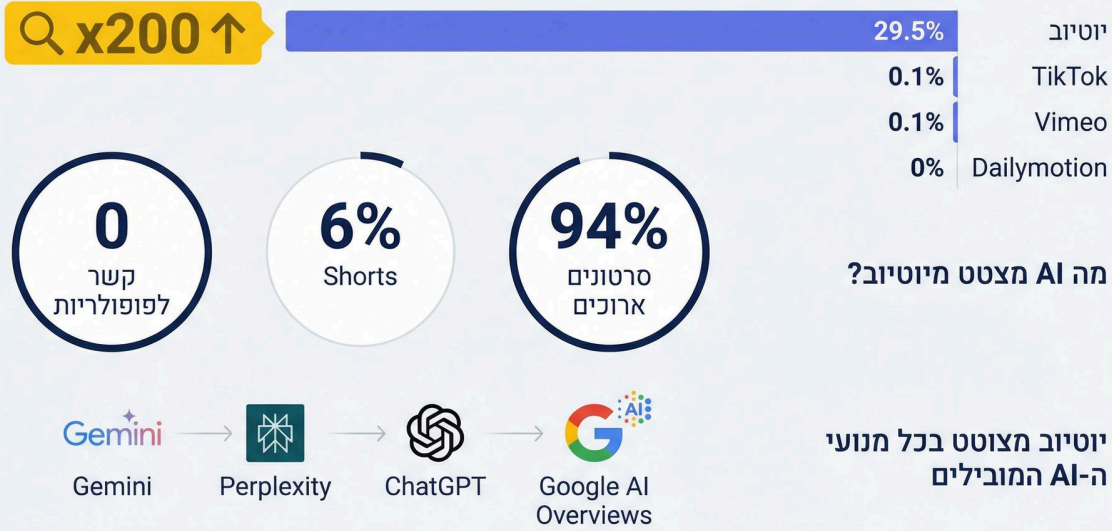
נפרט גם 5 טיפים ליישום מיידית - מתמלולים אוטומטיים ועד GEO Stacking, לצד 6 טעויות להימנע מהן.

המשיכו לקרוא הלאה ותראו איך להוביל את העסק שלכם קדימה, בעזרת וידאו!

קריאה מהנה!
ליאור.

למה מנועי AI אוהבים את יוטיוב?

נתח ציטוטים ב-AI Overviews



מקורות: BrightEdge 2025, OtterlyAI

יוטיוב כבר לא רק "רשת חברתית" - הוא הספרייה של AI

רוב בעלי העסקים עדיין חושבים על יוטיוב כמו על אינסטגרם או טיקטוק - ערוץ ששיאל שצריך לייצר בו תוכן, לצבור עוקבים, לקבל לייקים.

אבל בשנה-שנתיים האחרונות קרה שינוי שהרוב פספסו: מנועי AI בחרו ביוטיוב כמאגר הידע המרכזי שלהם. לא כערוץ בידור. לא כרשת חברתית. כספרייה.

למה דווקא יוטיוב? כי הוא הפלטפורמה היחידה שנותנת ל-AI בדיוק את מה שהוא צריך: מטא-דאטה מובנה (כותרת, תיאור, תגיות, פרקים), תמלול טקסטואלי מלא של כל מה שנאמר בסרטון, ואותות איכות מצד הצופים (זמן צפייה, תגובות, שיתופים).

בטיקטוק? תוכן חולף, בלי תמלול אמין, בלי מבנה. ב-Vimeo? קהל קטן, כמעט אפס נתוני מעורבות. ביוטיוב? הכל פתוח, מובנה, וקל לקריאה אוטומטית. זו לא "פרוטקציה של גוגל" - זה פשוט הפורמט הכי נוח ל-AI.

הנתון שמסכם את הכל: מחקר BrightEdge שניתח מיליוני ציטוטים ב-AI מצא שיוטיוב מצוטט פי 200 יותר מכל פלטפורמת וידאו אחרת. טיקטוק - 0.1%. Vimeo - 0.1%. Twitch ו-Dailymotion - 0%. יוטיוב - 29.5% מכלל הציטוטים ב-Google AI-Overviews. הדומיין מספר 1. לפני ויקיפדיה.

מחקר OtterlyAI מ-2026, שניתח מעל 100 מיליון ציטוטים במנועי AI שונים, מצא שיוטיוב הוא הפלטפורמה החברתית השנייה בציטוטים (אחרי Reddit) - ושניהם ביחד מהווים 78%

5 דברים שאולי לא ידעתם על איך AI משתמש ביוטיוב

01

AI לא "צופה" בסרטון. הוא קורא את התמלול כמו מאמר

ChatGPT, Perplexity ורוב מנועי ה-AI לא מפעילים Play. הם שולפים את התמלול (הכתוביות), את התיאור ואת שמות הפרקים - וקוראים אותם כמו שהם קוראים מאמר באתר. הסרטון עצמו? הם לא רואים אותו. החריג היחיד הוא Gemini של גוגל, שכן סורק פריים אחד בשנייה וקורא טקסט על המסך. אבל גם הוא נשען בעיקר על התמלול הכתוב. המשמעות: אם הכתוביות האוטומטיות שלכם משבשות מונחים מקצועיים, שמות או מספרים - ה-AI מקבל מידע שגוי. וסרטון עם תמלול שבור שווה כמו מאמר עם טעויות הקלדה בכל שורה.

02

כל פרק בסרטון הוא "עמוד נפרד" בעיני AI

כשאתם מוסיפים Chapters (פרקים עם Timestamps) לסרטון, אתם בעצם יוצרים מספר "נקודות כניסה" עצמאיות. ה-AI יכול לצטט קטע ספציפי מתוך הסרטון - עם Timestamp ישיר - בלי להפנות לכל הסרטון. מחקר OtterlyAI מצא שסרטון אחד מובנה היטב יכול לקבל 2-5 ציטוטים נפרדים מפרקים שונים. זה כאילו כתבתם 5 מאמרים נפרדים, אבל השקעתם בסרטון אחד.

03

התיאור של הסרטון הוא לא "תיאור". הוא מיני מאמר

רוב בעלי העסקים כותבים בתיאור 2 שורות ולינק לאתר. אבל מומחי GEO מתייחסים לתיאור כ-"מסמך ג'י-אי-או": 200-300 מילים שכוללות את מונחי החיפוש, הסבר מה הסרטון מכסה, רשימת הנושאים/פרקים, ואפילו מקטע קצר של שאלות ותשובות. למה? כי ה-AI קורא את התיאור לפני שהוא ניגש לתמלול. תיאור עשיר = סיכוי גבוה יותר שהסרטון ייבחר כמקור.

04

מה שאתם אומרים בקול בסרטון משפיע על SEO

יוטיוב ו-AI משתמשים בזיהוי דיבור אוטומטי (ASR) כדי להבין על מה הסרטון. אז אם אתם מסבירים על "קידום אתרים" אבל אף פעם לא אומרים את המילים "קידום אתרים" בקול - האלגוריתם לא יודע לשייך אתכם לנושא. מדריכי YouTube SEO מ-2025-2026 קוראים

לזה "Spoken SEO": להגיד את המונחים המרכזיים בקול, לשאול שאלות שלמות במהלך הסרטון ("אז איך בוחרים מילות מפתח?"), ולהקרין מילים על המסך. כל אלה נקראים ע"י AI.

05

AI אימן את עצמו על מיליוני שעות של תמלולי יוטיוב

גם גוגל וגם OpenAI אימנו חלק מהמודלים שלהם על תמלולי יוטיוב. זה אומר שיוטיוב לא רק "מקור שה-AI מחפש בו" בזמן שאילתא - הוא חלק מהידע הבסיסי של המודל עצמו. אם המותג שלכם מופיע שוב ושוב בסרטוני יוטיוב איכותיים - בסרטונים שלכם ובסרטונים של אחרים - המודל מתחיל "לזהות" אתכם כישות שקשורה לתחום. זה לא עניין של קישורים. זה עניין של אזכורים בתוך תמלולים.

הממצא שהופך את הכל: פופולריות לא קובעת, מבנה כן

זה אולי הדבר הכי חשוב בכל הניוזלטר הזה, אז קראו את זה לאט:

אין כמעט קשר בין כמות הצפיות לבין הסיכוי להיות מצוטט ב-AI.

מחקר OtterlyAI שניתח מעל 100 מיליון ציטוטים גילה שסרטון עם 200 צפיות יכול לקבל ציטוט ב-AI באותה סבירות כמו סרטון עם מיליון צפיות. לייקים? לא רלוונטי. מנויים? לא רלוונטי.

מה כן רלוונטי? מבנה. תמלול נקי. פרקים עם שמות שמתאימים לשאלות חפוש. תיאור עשיר. תוכן שעונה על שאלה ברורה בצורה מפורטת.

AI מתנהג כמו ספרן מחקרי, לא כמו פיד סושיאל. הוא לא מחפש את הסרטון הכי פופולרי - הוא מחפש את המקור הכי מקיף, מובנה ואמין. ומומחי GEO קוראים לסרטונים כאלה "Reference Assets" - נכסי ידע שהמודלים חוזרים אליהם שוב ושוב.

למה זה חדשות טובות עבורכם: אתם לא צריכים להיות יוטיוברים. לא צריכים מיליון צפיות. אתם צריכים סרטון אחד, מובנה נכון, שעונה על שאלה שאנשים באמת שואלים - ואתם באמת מומחים בה. זהו. ערוץ עם 50 מנויים יכול להיות מצוטט ב-ChatGPT.

עוד ממצא: 94% מציטוטי יוטיוב ב-AI מגיעים מסרטונים ארוכים ומובנים - לא מ-Shorts. הסרטון שצריך להיות "Reference Asset" הוא סרטון עומק של 8-20 דקות, לא קליפ של 30 שניות.

מודל שלוש השכבות: נושא אחד, שליטה מלאה



דוגמה: מאמן כושר מרחובות

- נושא: 'איך להתחיל להתאמן אחרי גיל 40'
- שכבה 1 (יוטיוב): סרטון 12 דק' אימון ראשון אחרי 40 - המדריך המלא' עם פרקים ותמלול.
 - שכבה 2 (אתר): מאמר מפורט 'התחלת כושר אחרי גיל 40' עם הטמעת הסרטון ו-VideoObject.
 - שכבה 3 (Shorts): 3 סרטונים קצרים של 50 שניות: 'תרגיל לחיזוק רגליים', 'מיתוסים על גיל 40', 'טיפים להתחלה'.

מודל "שלוש השכבות": נושא אחד, שלוש שכבות חיפוש

הגישה שמומחי GEO ממליצים עליה היום היא לא "לעשות עוד סרטונים". היא לבנות שלוש נכסים סביב כל נושא חשוב, כדי לכסות שלוש שכבות חיפוש בו-זמנית:

שכבה 1: סרטון עומק ביוטיוב (8-20 דקות)

"סרטון הרפרנס". מובנה עם פרקים, תמלול נקי, תיאור עשיר. זה הנכס שה-AI מצטט. זה גם מה שיופיע בחיפוש יוטיוב ובקארוסלת הווידאו של גוגל.

שכבה 2: מאמר/עמוד באתר + הטמעת הסרטון

עמוד תוכן שמעמיק באותו נושא בטקסט, עם הסרטון מוטמע בפנים ו-Schema של VideoObject. הכותרות בעמוד מתכתבות עם הפרקים בסרטון. ככה גוגל ו-AI רואים שני נכסים שמחזקים אחד את השני.

שכבה 3: Shorts 2-4 מתוך הסרטון הארוך

קליפים של 30-60 שניות שנגזרים מהסרטון הארוך. התפקיד שלהם: חשיפה, מודעות, משיכת קהל חדש לערוץ ולאתר. הם לא בנויים ל-AI (רק 6% ציטוטים) - הם בנויים לאנשים.

דוגמה - מאמן כושר עצמאי מרחובות:

הנושא: "איך להתחיל להתאמן אחרי גיל 40"
סרטון עומק: 12 דקות ביוטיוב, 5 פרקים (טעויות נפוצות, תוכנית שבועית, תזונה, ציוד, למי לפנות)
מאמר באתר: מדריך כתוב באותו נושא + הסרטון מוטמע + Schema
Shorts: "הטעות מספר 1 של מתאמנים מעל 40" (30 שניות), "3 תרגילים שאפשר לעשות בבית" (45 שניות)
התוצאה: שלושה ערוצי כניסה לאותו נושא - יוטיוב, גוגל, ו-AI.

מומחי GEO קוראים לזה "**GEO Stacking**": שכבות של נוכחות שמחזקות אחת את השנייה. האתר, הערוץ, והאזכורים ברשת - כולם נצברים יחד ויוצרים "תמונת מומחיות" שלמה שהמודלים של AI סומכים עליה.

האותות הנסתרים שאף אחד לא מדבר עליהם

עד עכשיו דיברנו על הדברים ה"גלויים" - כותרת, תיאור, תמלול, פרקים. אבל יש שכבה נוספת שרוב המומחים לא מדברים עליה, ושמתיחלה לצבור חשיבות:

תגובות = שכבת FAQ שה-AI קורא

רוב היוצרים מתייחסים לתגובות כ"אינטראקציה" - משהו שצריך לנהל. אבל מנועי AI קוראים גם את התגובות. כשלקוח שואל בתגובה "האם זה מתאים גם לדירה שכורה?" ואתם עונים תשובה מפורטת - יצרתם זוג שאלה-תשובה בשפה טבעית שה-AI יכול לחלץ. התגובות מכילות שפה אמיתית של לקוחות: שמות שכונות, בעיות ספציפיות, ניסוחים שלעולם לא תכתבו בתיאור. כל זה הופך לחומר גלם עבור AI.

טיפ מעשי: הצמידו (Pin) תגובה מובנית בראש כל סרטון - TL;DR בנקודות + קישורים לפרקים חשובים.

אזכורים בסרטונים של אחרים = "באקלינקים סמנטיים"

הנה תובנה שמתחילה לחלחל בקהילת ה-GEO: כשיוצר יוטיוב אחר מזכיר את שם העסק שלכם בתוך סרטון (לא רק בלינק בתיאור - אלא בדיבור, בתוך התמלול), ה-AI קורא את האזכור הזה כ"המלצה אורגנית". מחקר של Brainlabs מצא שמודלי AI לא מבחינים בין אזכור אורגני לפרסום ממומן - הם פשוט קוראים את התמלול. ככל שהמותג שלכם מוזכר ביותר תמלולים איכותיים, ה-AI מתחיל לשייך אותו לנושא. חשבו על זה כמו באקלינקים - רק שבמקום קישור מאתר לאתר, זה אזכור מתמלול לתמלול.

עקביות בין הערוץ, האתר והפרופיל העסקי = ישות אחת חזקה

מנועי AI בונים "ישויות" (Entities) - הם מנסים להבין מי אתם, איפה אתם פועלים ובמה אתם מתמחים. כשהשם, הכתובת, מספר הטלפון ותחום ההתמחות זהים ביוטיוב, באתר וב-Google Business Profile - ה-AI מחבר את הנקודות ורואה ישות אחת חזקה. כשיש פערים (שם שונה ביוטיוב, כתובת לא מעודכנת, תחומים לא תואמים) - הישות "מטושטשת" ופחות אמינה.

השורה התחתונה: ה-AI לא רק קורא את מה שאתם כותבים - הוא קורא גם מה אחרים אומרים עליכם, מה לקוחות שואלים אתכם, ואיך כל הנכסים הדיגיטליים שלכם מתחברים ביחד. זה לא "טריק SEO" - זה בניית סמכות אמיתית.

6 דברים שיהרסו לכם את הסיכוי להיות מצוטטים

אחרי שהבנו מה עובד, חשוב לא פחות להבין מה פוגע. הטעויות האלה נפוצות להפתיע:

❌ תיאור ריק או של שתי שורות

זו הטעות הכי נפוצה וגם הכי קלה לתיקון. AI קורא את התיאור לפני הכל. תיאור קצר ועמום = אתם בלתי נראים.

❌ דחיסת מילות מפתח בכל מקום (Keyword Stuffing)

GEO הוא לא "SEO ישן עם קובע חדש". מנועי AI מחפשים עומק ומבנה, לא צפיפות מילים. תוכן שנראה ספאמי מדורג נמוך גם ביוטיוב וגם ב-AI.

❌ הסתמכות על תמלול אוטומטי בלי בדיקה

הכתוביות האוטומטיות של יוטיוב טועות - במיוחד בעברית, בשמות מותגים ובמונחים מקצועיים. ה-AI קורא את הטקסט הזה כעובדה. טעות בתמלול = מידע שגוי שה-AI מפיץ.

❌ הצפה של סרטונים בינוניים במקום השקעה בסרטוני רפרנס

AI מתנהג כמו ספרן, לא כמו פיד. 10 סרטונים כלליים ושיטחיים שווים פחות מסרטון רפרנס אחד עמוק ומובנה. כמות לעולם לא תנצח איכות בעולם הציטוטים.

❌ הטמעת סרטון באתר בלי טקסט סביבו

עמוד שהוא רק Player בלי תוכן כתוב = עמוד ריק בעיני גוגל ו-AI. הם צריכים הקשר טקסטואלי. וגם אל תדחפו 5 סרטונים לעמוד אחד - גוגל מתייחס בדרך כלל רק לראשון.

✗ חוסר עקביות בין הערוץ, האתר והפרופיל העסקי

שם שונה ביוטיוב ובאתר? תיאורי שירות שונים? כתובת לא מעודכנת? ה-AI לא מצליח לחבר את הנקודות, והישות שלכם נשארת מטושטשת ולא מצוטטת.

מה AI באמת רואה בסרטון שלך

✓ מה הוא באמת רואה

תמלול (Transcript)
המקור העיקרי

כותרת + תיאור
נקרא ראשון

שמות פרקים (Chapters)
נקודות כניסה נפרדות

תגובות מוצמדות
שאלות בשפה אמיתית

תגיות + קטגוריה
סיגנל משני

tags
category

✗ מה אתה חושב

YouTube

HD quality 10K views

Cool thumbnail

AI לא צופה בסרטון. בכלל.

חריג: Gemini של גוגל כן 'רואה' פריים אחד בשנייה

מה שכתוב סביב הסרטון חשוב כמו הסרטון עצמו 💡

אז מה עושים? תוכנית פעולה לפי זמן

מהקל לקשה. תתחילו מלמעלה.

כבר יש לכם סרטונים ביוטיוב?

תתחילו מכאן:

🕒 **5 דקות/סרטון** - שכתבו את התיאורים. +200 מילים, מונחי חיפוש, קישור לעמוד ספציפי באתר (לא לדף הבית), מקטע Q&A קצר.

🕒 **10 דקות/סרטון** - הוסיפו פרקים. שמות פרקים = שאלות שאנשים מחפשים. "כמה זה עולה?" ולא "חלק ב".

🕒 **15 דקות/סרטון** - הורידו את התמלול האוטומטי, תקנו שגיאות (שמות, מונחים, מספרים), העלו חזרה כ-SRT.

15 דקות/סרטון - הצמידו תגובה מובנית: TL;DR + קישורים לפרקים + קישור לאתר.

עדיין אין לכם סרטונים? או שאתם רוצים ליצור סרטון חדש "AI-READY"?

ככה בונים סרטון רפרנס שה-AI יצטט:

20 דקות - בחרו שאלה שלקוחות שואלים הרבה. כתבו תסריט עם מבנה: פתיחה (מה הולכים לכסות) ← 3-5 פרקים (כל פרק עונה על תת-שאלה) ← סיכום. הגידו את המונחים המרכזיים בקול. שאלו שאלות שלמות: "אז כמה זה עולה באמת?"

30 דקות - צלמו. סמארטפון + אור טבעי + רקע נקי מספיקים. דברו לנקודה. 8-15 דקות מספיקות. אל תפתחו באינטרו ארוך עם לוגו - תעברו ישר לנושא.

30 דקות - העלו ליוטיוב עם כותרת ממוקדת, תיאור של 200+ מילים, פרקים, תמלול מתוקן ותגובה מוצמדת. הטמיעו בעמוד רלוונטי באתר עם Schema של VideoObject.

מדידה: אל תסתכלו רק על צפיות. תעקבו אחרי Retention (כמה אחוז מהסרטון נצפה), כניסות לאתר מיוטיוב (ב-GA4 עם UTM), ופעם בחודש - תבדקו ידנית אם הסרטון מופיע כשמחפשים את הנושא שלכם ב-ChatGPT, Perplexity או Google AI Overviews.

כל מה שקראתם בניוזלטר הזה מסתכם בדבר אחד:

**AI לא מחפש את הסרטון הכי פופולרי.
הוא מחפש את המקור הכי מובנה.
זזה יתרון שלכם - לא של היוטיוברים.**

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:



המומחיות שלך שווה עמוד ראשון בגוגל! (EEAT)

🕒 16:00 - 17:30

אפריל

16

הרשמה מוקדמת לזום

החיפוש בגוגל הולך להשתנות - האם האתר שלך מוכן לזה (Personal Intelligence)

🕒 17:00 - 18:30

אפריל

29

הרשמה מוקדמת לזום

איך לקדם את האתר שלכם בגוגל בעצמכם - עם לקסה

🕒 18:30 - 20:00

מאי

11

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:

שבע פעולות ראשונות לשיפור CTR ומכירות
הסדר הנכב כונת חיוס, סוררות טענה, ואז דף נחיתה

1. פתח את סרף כותרת תואר קונסול
2. כתבו כותרת תואר Meta
3. האמינו לטונ הדרך מעל לקפלי ל-2 עד 5 שדות
4. קריאה לפעולה
5. צמצמו מספים אותן
6. הוסיפו מידד תוצאות
7. מדדו 14 יום

CTR עולה ב-12% עד 17% עם שינוי כותרת בלבד

כל שנייה נוספת מעלה נטישה ב-20%

מכירה → המרות → קליקים → הופעות

יש הופעות בגוגל אבל אין מכירות - מה לבדוק

קידום אתרים מקצועי
ב-450 שקלים בלבד

מודל סוכנות: 5,000 ₪

קיזום עצמאי מונחה: 450 ₪

זמן אספקה 15 דקות

שקיפות גבוהה

יעק עסקי גבוה

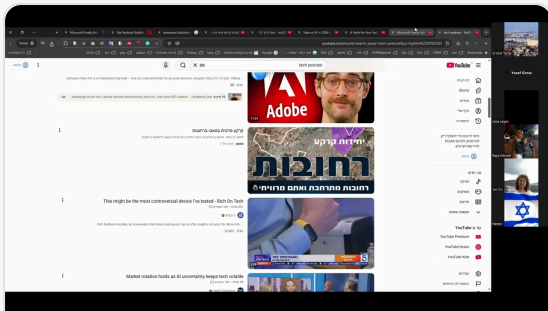
50 עמודים טריקים מתחרים

1,000 ביטויי מחרים

ב-15 דקות טיטה אוטומטית

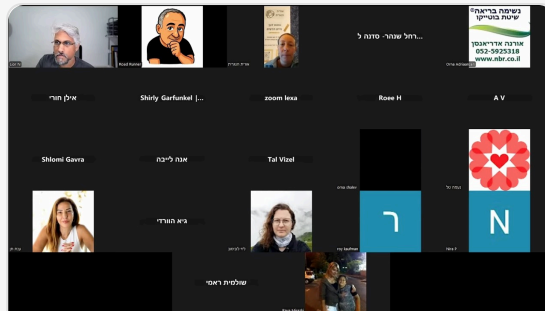
קידום אתרים מקצועי בזול בלי להתפשר - לקסה

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.