

אחרי החגים שקט ורגוע, ליאור!

אם אנשים מחבבים אתכם, הם יקשיבו לכם. אם הם סומכים עליכם, הם יעשו איתכם עסקים - זיג זיגלר

לפני כמה שבועות דיברתי עם בעלת קליניקה לטיפול פנים. היא עובדת קשה על התוכן באתר כבר מעל חצי שנה, כותבת מאמרים, מתאמצת עם מילות מפתח.

"אני לא מצליחה להתקדם על 'טיפול פנים רמת גן'", היא אמרה לי, "יש שם תחרות מטורפת".

אז ישבנו ובדקנו יחד עם Google Search Console שלה. ואז גילינו משהו מפתיע.

רוב הלקוחות שהגיעו מגוגל לא חיפשו "טיפול פנים". הם חיפשו אותה בשם. הם קיבלו המלצה מחברה, ראו פוסט באינסטגרם, או נזכרו בשם מביקור קודם - ופשוט כתבו את השם שלה + "רמת גן" בגוגל.

התנועה הזו - שנקראת חיפוש מותגי (Brand Search) - הייתה התנועה הכי רווחית שלה. והיא בכלל לא ידעה שהיא קיימת.

בניוזלטר הזה אני רוצה להסביר מה זה, למה זה חשוב, ובעיקר - מה אתם יכולים לעשות עם זה כבר השבוע.

הרשמה לזום החשוב: אם תוכיחו לגוגל שאתם מומחים

הוא ישים אתכם ראשונים בתוצאות!

לפני שנמשיך בניוזלטר, אני ממליץ לכם להירשם למפגש זום הקרוב שלנו בנושא EEAT. הזום יתקיים בחמישי הבא בשעה 16:00. הקישור נמצא ממש מעל השורות האלו.

קריאה מהנה!
ליאור.

מקום ראשון בגוגל מול בניית מותג

חיפוש מותגי

נכס יציב שאף מתחרה לא ייקח מכם



מיקום כללי

יכול להעלים מחר בעדכון אלגוריתם



השקיעו במותג, לא רק במיקום

שני חיפושים, שני סיפורים שונים לגמרי:

חיפוש כללי

"אינסטלטור בחיפה"

הגולש לא מכיר אף אחד. הוא רואה 10 תוצאות, 3 מודעות, ואולי תשובה של AI. הוא לוחץ על 2-3 אתרים, משווה מחירים, ובסוף אולי מתקשר לאחד מהם.

שיעור הקלקה: 2-6% | שיעור המרה: 1-4%

חיפוש מותגי

"יוסי שרברב חיפה"

הגולש כבר יודע למי הוא רוצה להגיע. הוא קיבל המלצה, נזכר בשם, או חוזר אחרי שירות קודם. הוא לוחץ ישר על התוצאה הראשונה - שזה כמעט תמיד האתר שלכם - ומתקשר.

שיעור הקלקה: 15-30% | שיעור המרה: 5-15%

בשורה התחתונה: מי שמחפש אתכם בשם ממיר פי 3 עד פי 5 יותר ממי שמחפש ביטוי כללי. אותו אדם, אותו שירות - פשוט כוונה שונה לגמרי.

אז מה זה בעצם "חיפוש מותגי" ולמה דווקא עכשיו?

חיפוש מותגי זה כל פעם שמישהו כותב את **שם העסק שלכם** בגוגל. לפעמים רק את השם, לפעמים שם + עיר, לפעמים שם + שירות. הנה כמה דוגמאות:

"סטודיו דנה פילאטיס" | "דנה כהן פילאטיס הרצליה" | "סטודיו דנה מחירים" | "דנה כהן ביקורות"

כל אחד מהחיפושים האלה מעיד על דבר אחד: **מישהו כבר יודע שאתם קיימים ורוצה דווקא אתכם.** הוא לא משווה 10 אפשרויות. הוא מחפש אתכם.

ולמה זה חשוב דווקא עכשיו? כי שלושה דברים השתנו ב-2025-2026:

1 גוגל עונה בעצמו. ב-60% מהחיפושים הכלליים, גוגל מציג תשובה בלי שהגולש לוחץ על שום אתר. על חיפושים כלליים אתם מפסידים תנועה. על חיפוש מותג - הגולש רוצה להגיע אליכם, לא לקרוא סיכום של AI.

2 התחרות על מילים כלליות רק גדלה. יותר עסקים כותבים תוכן, יותר מודעות ממומנות, יותר אתרי דירוג ומשויים. להגיע לעמוד ראשון על "עורך דין" הפך כמעט בלתי אפשרי לעסק קטן.

3 גוגל מזהה מותגים - ונותן להם עדיפות. מחקרים מראים שאתרים שמחפשים אותם בשם מדורגים טוב יותר גם בביטויים כלליים. גוגל רואה חיפוש מותג כהצבעת אמון.

בקיצור: חיפוש מותגי הוא סוג התנועה שהכי קשה לגנוב מכם, הכי קל להמיר ללקוחות, והכי חשוב לגוגל כסימן שאתם עסק אמיתי שאנשים סומכים עליו.

הצינור: מחיפוש כללי לחיפוש מותגי



כל מאמר שאתם
כותבים = עוד אנשים
שיחפשו אתכם בשם

שיעור המרה כללי: 1-4% ← שיעור המרה מותגי: 5-15%

הצינור: איך לקוח עובר מ"חיפוש כללי" ל"חיפוש בשם שלך"

רוב בעלי העסקים חושבים שיש שני סוגי תנועה נפרדים - כללית ומותגית. אבל בפועל, הם שני שלבים באותו תהליך. ככה זה עובד:

שלב 1

חיפוש כללי. מישהי מחיפה מחפשת "מאמנת כושר לנשים אחרי לידה". היא נוחתת על מאמר באתר שלך. קוראת, מתרשמת, אבל עדיין לא מוכנה להתחייב. היא סוגרת את הדף.



שלב 2

חשיפה נוספת. יומיים אחרי היא רואה פוסט שלך באינסטגרם. או שחברה ממליצה עליך בקבוצת וואטסאפ. השם שלך נשמר בראש.



שלב 3 - הרגע שמשנה הכל

חיפוש מותגי. שבוע אחרי, היא מוכנה. היא לא חוזרת לחפש "מאמנת כושר" - היא כותבת בגוגל את השם שלך. לוחצת על התוצאה הראשונה, מתקשרת, נרשמת.

מחקרים על מסלולי רכישה מאשרים את זה: הלקוחות עם שיעור ההמרה הכי גבוה (9.3%) הם כאלה שגם הקליק הראשון וגם האחרון שלהם היו על שם המותג. במקום השני - אלה שהתחילו בחיפוש כללי וסגרו עם חיפוש מותגי.

המסקנה: התוכן הכללי שאתם כותבים - המאמרים, המדריכים, הפוסטים - לא נמדד רק בכמה אנשים הוא מביא ישירות. הוא נמדד גם בכמה אנשים הוא גורם לחפש אתכם בשם אחר כך. זה "הצינור" - והוא עובד.

חיפוש כללי מול חיפוש מותגי - המספרים



🛡️ **המרה פי 3-5 יותר. חסין מפני AI. ובלי תחרות** ➤

למה AI דווקא מחזק את מי שמחפשים אותו בשם

יש הרבה דיבורים על "AI הורג את ה-SEO". אז בואו נדייק: AI הורג חלק מה-SEO. ספציפית, את החלק של חיפושים כלליים ומידעיים.

כשמישהו שואל "מה זה החזר מס" או "איך מנקים ריצוף", גוגל כבר מציג תשובה מלאה בלי שצריך ללחוץ לשום מקום. אבל כשמישהו מחפש את **שם העסק שלכם** - הוא רוצה להגיע אליכם, לא לקרוא סיכום של מכונה.

והנה הנתון המפתיע: מחקר שבדק 700,000 מילות מפתח מצא שתשובות AI מופיעות רק ב-5% מחיפוש מותגי, לעומת 30% ויותר בחיפוש כלליים. כלומר, חיפוש מותגי הוא כמעט חסין מפני AI.

אבל יש עוד זווית שחשוב להכיר.

מחקר של Ahrefs בדק מה גורם למותג להופיע בתשובות AI (כמו AI Overviews של גוגל, או בתשובות של ChatGPT). הממצא: הגורם הכי חזק היה כמה פעמים שם המותג מוזכר ברשת - לא כמות קישורים, לא גודל האתר. פשוט כמה אנשים ואתרים מדברים עליכם.

אז AI לא הורג SEO - הוא **משנה את הכללים**. במקום "מי כתב את המאמר הכי ארוך", השאלה היא "למי אנשים מאמינים". ואנשים מאמינים למותגים שהם מכירים, שמחפשים אותם בשם, ושמדברים עליהם.

בשביל בעל עסק קטן, זו דווקא בשורה טובה: אתם לא צריכים תקציב ענק כדי לבנות מותג. אתם צריכים **עקביות** - להופיע שוב ושוב עם אותו שם, אותו מסר, ואותה רמת שירות. וזה בדיוק מה שעסק קטן עם בעלים מעורב יכול לעשות טוב יותר מכל סוכנות גדולה.

4 צעדים שתוכלו לעשות השבוע

מדורג מהקל לקשה. אפשר להתחיל מצעד 1 ולהתקדם בהדרגה.

צעד 1 | 5 דקות

גלו כמה אנשים כבר מחפשים אתכם בשם

נכנסים ל-Google Search Console (אם עדיין לא מחוברים - זה חינמי ולוקח 10 דקות להגדיר). לוחצים על "ביצועים", ובשורת הסינון כותבים את שם העסק. בודקים כמה הופעות וכמה קליקים קיבלתם בחודש האחרון.

טיפ: חפשו גם וריאציות - שם בעברית, שם באנגלית, שם + עיר, שגיאות כתיב נפוצות. בישראל כל שם לוועזי מיוצג ב-2-3 איותים שונים בעברית.

צעד 2 | 10 דקות

חפשו את עצמכם בגוגל וראו מה עולה

פתחו חלון גלישה פרטית (כדי לא לקבל תוצאות מותאמות אישית) וכתבו את שם העסק. מה מופיע? האתר שלכם ראשון? יש פרופיל גוגל עסקי עם ביקורות? יש תוצאות ישנות או שליליות? כתבו לעצמכם מה אתם רואים - זה המצב הנוכחי שלכם.

טיפ: אם האתר שלכם לא מופיע ראשון כשמחפשים את השם שלכם - יש בעיה שצריך לטפל בה לפני הכל.

צעד 3 | 30 דקות

שדרגו את דף האודות שלכם

דף האודות הוא הדף שמגיעים אליו אנשים שכבר מתעניינים בכם - ובעסקים קטנים הוא בדרך כלל הדף הכי מוזנח. כתבו שם 3 דברים: מי אתם (בכנות, עם תמונה אמיתית), למי אתם עוזרים, ואיך. הזכירו את שם העסק 2-3 פעמים בצורה טבעית בתוך הטקסט.

למה זה חשוב: גוגל משתמש בדפי אודות כדי להבין מי עומד מאחורי האתר. זה חלק ממה שנקרא E-E-A-T - בעצם גוגל שואל "האם יש פה בן אדם אמיתי שאפשר לסמוך עליו?" דף אודות חזק עונה על השאלה הזו.

צעד 4 | 5 דקות בכל שירות

הפכו כל לקוח מרוצה למנוע חיפוש מותגי

אחרי כל שירות מוצלח, שלחו ללקוח הודעה קצרה: "שמח/ה שנהנית! אם תרצי להשאיר ביקורת, פשוט חפשי בגוגל '[שם העסק]' [עיר]" ותלחצי על הכוכבים. " שימו לב - לא שולחים לינק ישיר, אלא מבקשים לחפש בגוגל. ככה אתם גם מייצרים חיפוש מותגי וגם מקבלים ביקורת.

למה לא לינק ישיר? כי כשהלקוח מחפש אתכם בגוגל, זה נספר כחיפוש מותגי - וזה מחזק את הנוכחות שלכם. שתי ציפורים במכה אחת.

איך מגדילים את חיפושי המותג?

4 צעדים פשוטים לעסק קטן

1. בדיקת המצב הקיים

בדקו ב-Search Console כמה מחפשים אתכם היום.



2. חיפוש אנונימי

חפשו את עצמכם בגלישה בסתר ובדקו מה עולה.



3. שדרוג דף אודות

כתבו מי אתם ומה הסיפור של העסק שלכם.



4. בקשת ביקורת חכמה

בקשו מלקוחות מרוצים לחפש את השם שלכם בגוגל.



מותג שאנשים זוכרים, נשאר איתכם לתמיד.

הנכס שבונים בלי לשים לב - ולמה הוא יותר ממיקום 1

כשבעל עסק שומע "קידום אתרים", הוא חושב על מיקום בגוגל. מקום 1, מקום 3, עמוד ראשון. אבל יש מדד שחשוב לא פחות ושרוב האנשים לא עוקבים אחריו: כמה אנשים מחפשים אותי בשם כל חודש, והאם המספר הזה עולה?

כי מיקום 1 על "עורכת דין גירושין" יכול להשתנות מחר בגלל עדכון אלגוריתם. אבל אם 200 אנשים בחודש מחפשים את השם שלך בגוגל - את שם העסק שלך, את השם שלך עם העיר - זה נכס שאף עדכון לא יכול לקחת ממך.

ומה שיפה? **כל דבר שאתם עושים כבעלי עסק טובים - בונה את הנכס הזה.**

לקוח מרוצה מספר לחבר? **חיפוש מותגי עתידי.**

פרסמתם פוסט עם שם העסק? **חיפוש מותגי עתידי.**

ביקורת חיובית בגוגל? **חיפוש מותגי עתידי.**

מאמר טוב שמישהו שמר? **חיפוש מותגי עתידי.**

הופעה בפודקאסט, סדנה או קבוצת פייסבוק? **חיפוש מותגי עתידי.**

ועוד משהו שכדאי לדעת: לעסקים מקומיים בישראל, פרופיל גוגל עסקי (Google Business Profile) הוא אחד הכלים הכי חזקים - והכי מוזנחים. מחקרים מראים שעסקים עם פרופיל מלא ומעודכן מקבלים פי 7 יותר קליקים מעסקים עם פרופיל חלקי. ואצל עסקי שירות מקומיים בישראל, הפרופיל הזה מייצר 40-60% מכלל הלידים.

שאלה למחשבה: אם הייתם יודעים שכל ביקורת, כל פוסט וכל מאמר לא רק מביאים לקוח ישיר, אלא גם מגדילים את מספר האנשים שיחפשו אתכם בשם בעתיד, הייתם מתייחסים אחרת לפעולות האלה?

איך מותג חזק עוקף את ה-AI



חיפוש מותגי

הלקוח מחפש אותך, ה-AI פותח לו ת'דלת



חיפוש כללי

ה-AI עונה, הלקוח מסתובב ועוזב

השאלה שלך ב-SEO היא לא רק "באיזה מקום אני מדורג" - אלא "כמה אנשים מחפשים אותי בשם".

כי דירוג אפשר להפסיד מחר.
מותג שאנשים זוכרים - זה לתמיד.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:



המומחיות שלך שווה עמוד ראשון בגוגל! (EEAT)

🕒 16:00 - 17:30

הרשמה מוקדמת לזום

אפריל

16

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

🕒 17:00 - 18:30

הרשמה מוקדמת לזום

אפריל

29

איך לקדם את האתר שלכם בגוגל בעצמכם - עם לקסה

מאי

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:

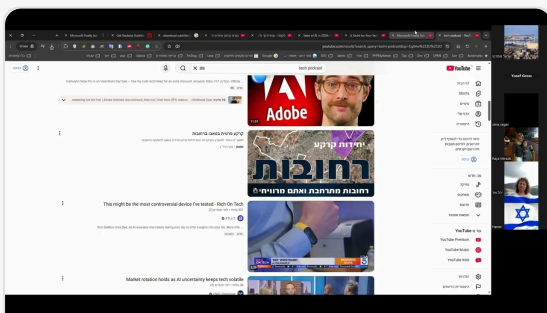


מתי הזמן הנכון לשנות עמוד שלא מתקדם



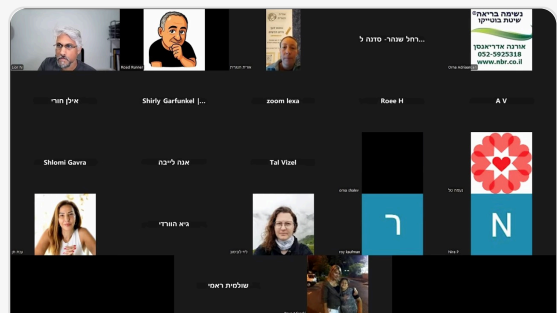
תקשורת חודשית עם חברת קידום - למה זה חובה

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.