

שלום ליאור!

AI לא ייקח את העבודה שלנו. בני אדם שמשתמשים ב-AI יעקפו את אלו שלא - סאם אלטמן

הפחד מה-AI, הפחד מהלא נודע של "המח" שבא להחליף את כולנו...
הניוזלטר השבוע יעסוק בכל מה שקשור לתוכן AI עבור קידום אורגני.

בכל זאת. לקסה מבינה בנושא הזה דבר או שניים... 😊

לפני כן, ההקלטה של הזום מאתמול עלתה לעמוד היוטיוב שלנו:

<https://www.youtube.com/watch?v=8rE462vEyOc>

ועוד נושא חשוב, הזום הקרוב שלנו הם ב-11.5, נדבר בעיקר על לקסה ועל הפיצ'רים שיש בה. אני
אציג לכם איך אתם יכולים לקם את האתר שלכם כמו מקצוענים בזכות התובנות שיש בה.

להרשמה:

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:



איך לקדם את האתר שלכם בגוגל בעצמכם - עם לקסה

🕒 18:30 - 20:00

הרשמה מוקדמת לזום

מאי

11

איך להכין דף נחיתה מושלם עם AI

🕒 19:90 - 21:00

הרשמה מוקדמת לזום

יוני

10

תקבלו תזכורת אוטומטית לפני כל אירוע 💡

וכעת נמשיך לגוף הניוזלטר השבועי שלנו, קריאה מהנה!

החלק הראשון: מה שקרה

למה AI שמסכם מתחרים הפסיק לעבוד

עד 2024, הפורמולה הייתה פשוטה: 10 התוצאות הראשונות בגוגל ← פרומפט ל-
ChatGPT "כתוב מאמר יותר טוב" ← פרסום.

זה עבד מצוין. **עד שגוגל עצר את זה.**

גוגל לא קורא מילים. הוא רואה משמעות.

כשלוקחים 10 מאמרים ומבקשים מ-AI לנסח מחדש, המשמעות נשארת זהה - רק המילים משתנות. גוגל רואה את זה. בדיוק ככה.

בינואר 2025, גוגל פרסם הנחיה מפורשת לבודקי האיכות שלו:

"מאמר שמסכם דף אחר בלי להוסיף ערך - דירוג הכי נמוך."

לא משנה אם כתב אותו בן אדם או AI. מה שקובע - האם הוספתם משהו שלא היה במקום אחר.

למה דווקא מתחילת 2025?

שלושה דברים קרו במקביל, ובשילוב הם שינו את הכל:

01 עדכון גדול של גוגל בדצמבר 2024, ועוד אחד במרץ 2025.

02 התפשטות AI Overviews - התשובות שגוגל מציג בראש תוצאות החיפוש.

03 הנחיות חדשות לבודקי האיכות של גוגל.

השילוב של השלושה פגע קשות בתוכן שמסתמך על סינתזה. אתרים איבדו 80-90% מהטראפיק שלהם תוך חודשים.

השאלה שגוגל שואל על כל מאמר

"האם האדם שכתב את זה חווה את הנושא, או סיכם מה שאחרים כתבו עליו?"

את התשובה הוא לא שומע ממילים. הוא רואה אותה בפרטים.

סינתזה מול ניסיון

הבדל שגוגל רואה ב-2025



ניסיון

מה שעובד ב-2025

- ✓ **המאמר נבנה מהעסק**
שלכם
- ✓ **פרטים** שאף אחד אחר
לא יודע
- ✓ **תאריכים**, מחירים, שמות
של מקום
- ✓ **אתם** סיפרתם, AI סידר

דליפה בדירה בהדר, חיפה

14.8.2024 | צינור נחושת |
320 ש"ח | בניין 1982

גוגל רואה: ערך חדש



סינתזה

כך זה עבד עד 2024

- ⚠ **המאמר נבנה מ-10**
תוצאות גוגל
- ⚠ **אותה משמעות**, מילים
מילים שונות
- ⚠ **אין אף פרט ייחודי**
- ⚠ **AI כתב**, אתם אישרתם

5 סיבות לדליפה בצינורות

מאמר גנרי, יכול להיכתב
על כל בית, בכל מקום

גוגל רואה: חזרה

“גוגל לא קורא מילים. הוא רואה משמעות.”

כלל שלושה ספציפיים

שם אחד
ספציפי

מחיר אחד
ספציפי

תאריך אחד
ספציפי

בכל מאמר. זה מה שגוגל מחפש.

לפני ואחרי: שלוש דוגמאות

שלושה עסקים ישראלים. אותו נושא - שתי דרכים לכתוב עליו. ההבדל שגוגל רואה.

דוגמה 1 · שרברב בחיפה

✗ לפני · מאמר גנרי

"5 סיבות נפוצות לדליפה בצינורות הבית"

"צינורות בבית יכולים לדלוף ממגוון סיבות. הסיבה הראשונה היא התיישנות. הסיבה השנייה היא לחץ מים גבוה..."

המכניזם של לקסה

שש שאלות שלקסה שאלה את השרברב לפני שהמאמר נכתב:

1. איזו תקלה אתם רואים הכי הרבה בבניינים ישנים באזור שלכם?
2. מה המחיר הממוצע שאתם גובים על תיקון דליפה?
3. מה היה המקרה הכי מוזר שפגשתם השנה?
4. באיזה חודשים יש הכי הרבה דליפות?
5. מה הטעות הכי נפוצה שבעלי דירות עושים בניסיון לתקן לבד?
6. איזה כלי אתם ממליצים שיהיה לכל בעל דירה בבית?

✓ אחרי · מאמר עם ניסיון

"ב-18 שנה שאני עובד עם צינורות בחיפה, הדליפה הכי שכיחה היא בצינורות נחושת מתחת לכיור, בבניינים שנבנו לפני 1985 באזור הדר והמושבה הגרמנית. הקורוזיה מתחילה מהמים הקשים של האזור.

תיקון טיפוסי עולה 280-420 ש"ח, תלוי בחומר. בדצמבר-ינואר הטלפונים לא מפסיקים לצלצל - הקור גורם לצינורות להתכווץ, והנקודות החלשות מתגלות.

הטעות הכי נפוצה שאני רואה: לקוחות מנסים לחזק ברגים בעצמם ומבריחים את החיבור. פתאום דליפה קטנה הופכת להצפה..."

מה שגוגל רואה כאן

שם מקום ספציפי · שנת בנייה · מחיר מדויק · עונה ספציפית · תובנה שרק שרברב יודע. פרטים שלא קיימים באף מאמר אחר באינטרנט.

דוגמה 2 · עורכת דין בפתח תקווה

לפני ✘

"מדריך: זכויות השוכר בישראל"

"לפי חוק השכירות, השוכר זכאי לכמה דברים. הזכות הראשונה היא לחוזה בכתב..."

אחרי ✓

"בשלוש השנים האחרונות ליויתי 47 סכסוכי שכירות במחוז מרכז. ב-30% מהתיקים הבעיה חזרה בדיוק אותה: סעיף הערבות בחוזה. פסיקת בית משפט השלום בפתח תקווה מ-3.3.2024 (ת"ק 12345-02-24) קבעה שערבות של שני חודשי שכירות ללא בסיס אינה תקפה. שוכרים ששילמו כזו - רשאים לדרוש החזר..."

מה שגוגל רואה כאן

מספר ספציפי של תיקים · אחוז מדויק · פסיקה עם תאריך ומספר תיק · מסקנה מעשית לקורא.

דוגמה 3 · חנות גינון ברחובות

לפני ✘

"איך לשתול עגבניות בגינה"

"עגבניות הן צמח קל לגידול. בחרו מקום שמקבל שמש ישירה..."

אחרי ✓

"בחנות שלנו ברחובות, זני העגבנייה שהכי מצליחים בשתילת סתיו הם דניאלה F1 וגליל. ב-2023 קיבלנו דיווחים מלקוחות על יבול של 89 ק"ג לגפן, ב-2024 - 82 ק"ג.

זמן השתילה האופטימלי באזור השרון והמרכז: 10-25 בספטמבר. בחמסינים של אוגוסט, השקיה מומלצת היא 2.3 ליטר ליום לגפן, מדודה בטנסיומטר..."

מה שגוגל רואה כאן

שמות זנים ספציפיים · השוואה בין שנים · כמויות מדויקות · תאריכים ספציפיים · כלי מדידה שמעיד על מומחיות.

הטיפ המרכזי

הכלל של שלושה ספציפיים

יש כלל אחד פשוט שמשנה את כל המשחק. אם תזכרו רק אותו מהניזולטר - זה מספיק.

בכל מאמר, שימו לפחות שלושה פרטים ספציפיים:

1 תאריך אחד ספציפי

"14 באוגוסט 2024" · לא "בקיץ האחרון"

2 מחיר אחד ספציפי

"320 ש"ח" · לא "לא יקר"

3 שם אחד ספציפי

"רחוב הנביאים בחיפה" · לא "בדרום העיר"

למה זה עובד?

כי אלה הפרטים שאף AI לא יכול להמציא לכם. הם לא קיימים באף מאמר אחר באינטרנט. הם קיימים רק בעסק שלכם.

חלק שלישי: הגישה של לקסה

איך לקסה חושבת אחרת

אתם אולי שואלים את עצמכם - אם AI שמסכם מתחרים לא עובד, איך בדיוק לקסה פותרת את זה? הנה שלושת ההבדלים.

הבדל ראשון

אנחנו מתחילים מהעסק שלכם, לא מהמתחרים

לקסה סורקת 50 עמודים באתר שלכם. כל תובנה מבוססת על מה שיש לכם להציע - על הקהל שלכם, על האזור שלכם. המתחרים חשויים כאינדיקציה, לא כמקור העתקה.

הבדל שני · הלב של השיטה

לא ממציאים את הניסיון שלכם - שואלים אתכם

כשלקסה כותבת מאמר, היא לא לוקחת 10 תוצאות גוגל ומסכמת. התהליך שונה לחלוטין:

1 אתם בונים את המסגרת

בוחרים נושא, מילות מפתח, וכותרות משנה.



2 לקסה מנתחת לאן המאמר הולך

קוראת את המבנה שבניתם ומחשבת, בעזרת AI חכם, איפה הניסיון שלכם ישנה את התוצאה.



3 לקסה עוצרת ושואלת אתכם 6 שאלות

לא שאלות סטנדרטיות - שאלות שנבחרו ספציפית למאמר הזה.



התשובות שלכם נכנסות למאמר

במילים שלכם, במקומות שבהם הן מוסיפות ערך.

זה ההבדל בין AI שמנסה להחליף אתכם,
לבין AI שמאפשר לכם להיות אתם.

הבדל שלישי

המאמר הוא בסיס, לא מוצר מוגמר

אנחנו לא מבטיחים מאמר מושלם שאפשר לפרסם כמו שהוא. לקסה מייצרת בסיס חזק, ועם המאמר מקבלים **20 הצעות שיפור** שמראות לכם בדיוק איפה לחדד, להוסיף ניסיון אישי, לעדן.

AI מציע. אתם מחליטים.

ככה בנינו את לקסה - לא כי יפה ככה, אלא כי זה ההבדל
בין תוכן שיתקדם בגוגל לבין תוכן שייעלם.

חלק רביעי: המבחן שלכם

מבחן שלוש השאלות

פתחו את המאמר האחרון שפרסמתם באתר. עכשיו שאלו את עצמכם את שלוש השאלות הבאות - 10 שניות על כל מאמר. זה המבחן הפנימי הכי אמין שיש לכם.

1 האם מישהו שגר בסידני היה יכול לכתוב את המאמר הזה?

אם "כן" - המאמר גנרי מדי. חסרים פרטים מהאזור שלכם, מהלקוחות שלכם, מהשוק הספציפי שלכם.

2 האם יש משפט אחד שרק אתם הייתם יכולים לכתוב?

משפט שמגיע מניסיון ישיר, מראייה של לקוחות, מטעות שראיתם חוזרת על עצמה. אם אין - זה סינתזה, לא ניסיון.

אם גוגל היה מוחק את המאמר מחר, היה חסר באינטרנט מידע שלא קיים במקום אחר?

אם "לא" - המאמר לא הוסיף ערך. גוגל יודע את זה. והוא ייתן עדיפות למאמרים שכן הוסיפו.

אם עניתם "כן" לפחות על אחת מהשאלות

יש משהו לתקן. לא להתייאש - בדרך כלל זה דורש הוספה של 3-4 פרטים ספציפיים לכל מאמר, לא יותר.

חלק חמישי: מה עושים השבוע

חמש פעולות, מהקל לקשה

בחרו שתיים או שלוש. תעשו אותן השבוע. אל תנסו לעשות את כולן ביחד - זה בדיוק הפיתוי שגורם לבעלי עסקים לא לעשות כלום.

הוסיפו שם ותמונה למחבר של מאמר אחד

"צוות האתר" = אי-אמינות. שם אמיתי + פרופיל = אמון.

קל

15 דקות

תמונה אמיתית מהטלפון במקום תמונת מאגר

החליפו אחת בדף הכי חשוב באתר. מקום אמיתי = איתות ייחודיות.

קל

30 דקות

כלל שלושה ספציפיים ל-5 עמודים חשובים

תאריך, מחיר, שם של מקום. בכל עמוד. זה הכי משפיע.

בינוני

שעה

כתבו פוסט "מה עשיתי השבוע"

עם תאריכים, תמונות מהטלפון, תוצאות מדודות. 600 מילים.

בינוני

שעתיים

שכתבו את עמוד "אודות"

מספר רישיון, שנות ניסיון, תמונות צוות, כתובת מדויקת.

מתקדם
4 שעות

חמש שעות שווים יותר מחמישה מאמרי AI נוספים.

גוגל לא שונא AI הוא שונא אותנו דבר

המלחמה של גוגל היא לא נגד בינה מלאכותית - היא נגד חזרה. נגד מאמרים שאומרים את אותו דבר כמו כולם, במילים קצת שונות.

היתרון שלכם הוא מה שרק אתם יודעים. הניסיון שלכם, הלקוחות שלכם, הפרטים הקטנים מהיום-יום שלכם.

ברגע שזה נכנס לתוכן שלכם - המשחק חוזר לידיים שלכם.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:



איך לקדם את האתר שלכם בגוגל בעצמכם - עם לקסה

🕒 18:30 - 20:00

הרשמה מוקדמת לזום

מאי

11

איך להכין דף נחיתה מושלם עם AI

🕒 19:90 - 21:00

הרשמה מוקדמת לזום

יוני

10

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:

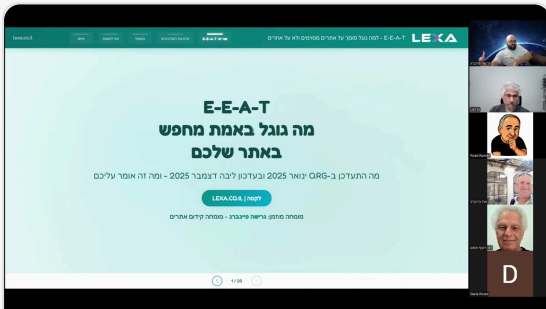


למה עושר לשוני הוא הנשק הסמנטי של ה-SEO



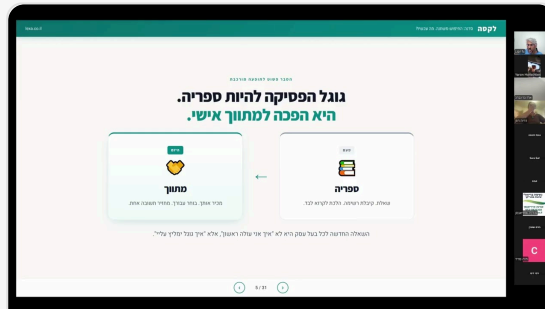
למה גולשים נוטשים את האתר שלכם תוך 5 שניות

הרצאות חדשות ביוטיוב של לקסה:



אתם צריכים להוכיח לגוגל שאתם מתאימים לתוצאות - E-E-A-T

16/04/2026



ישנה את החיפוש ב-2027: Personal Intelligence

29/04/2026

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.