

היי ליאור!

אל תבלבל בין תנועה להישגים. קל מאוד להשלות את עצמך כשאתה עסוק. השאלה היא: עסוק במה? - ג'ים רהן

האם אתם מכירים את **Curtis Priem**. העיקרון של סיפור שלו הוא, מה שעשוי לקרות לחלק מכם בעוד כמה חודשים.

אבל רגע, לפני שאני ממשיך לספר אודות אדון פרים, אני מצרף לכאן את הלינק של ההקלטה האחרונה שעשינו: [התנועה האורגנית באתר צונחת? הפתרון - לקדם את האתר בעצמכם עם לקסה](#).

ב-1993, פרים היה מהנדס שבבים ב-Sun Microsystems. יחד עם Jensen Huang (היום ה-CEO של אנבידיה) ו-Chris Malachowsky, הוא יסד במסעדת Denny's חברה קטנה ששמה אנבידיה. פרים היה ה-CTO וה-Chief Architect.

ב-1999 החברה הונפקה. פרים החזיק כ-12.8% מהמניות - חלק עצום, יותר מ-Huang עצמו.

ואז קרה משהו לא צפוי. חודשים אחרי ההנפקה, פרים החליט שהגיע לשיא. הוא הקים את The Priem Family Foundation, והעביר אליה שלושה רבעים מהמניות שלו. ב-2003 הוא פרש כ-CTO. ב-2006 השלים את מכירת השאר.

הסיבות שלו היו לגיטימיות לחלוטין: משפחה, פילנתרופיה, חיים שלווים. הוא תרם 275 מיליון דולר לאוניברסיטת Rensselaer Polytechnic. הוא צדק בכל אחת מהבחירות שלו.

אבל החברה המשיכה לעבוד. ופרים, שיצא בדיוק לפני שהמהפכה התחילה, הפך לאחת ממקבלי ההחלטות הכי יקרות בהיסטוריה האנושית.

הניוזלטר היום, ידבר על **שינוי המיינדסט** שחלק מכם צריך לעבור, כדי להצליח בקידום האתר בצורה אורגנית.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:

איך להכין דף נחיתה מושלם עם AI

🕒 19:30 - 21:00

הרשמה מוקדמת לזום

יוני

10

איך לקדם את האתר שלכם בגוגל בעצמכם - עם לקסה

🕒 20:00 - 21:30

הרשמה מוקדמת לזום

יוני

24

קניית קישורים ל-SEO בשנת 2026

🕒 19:00 - 20:00

הרשמה מוקדמת לזום

יולי

07

החלק של פריים באנבידיה היום, אם היה שומר אותו,
היה שווה

\$640

מיליארד דולר

(\$70 מיליארד לפי הערכת Forbes ב-2023)

↓ פריים בראיון ל-Forbes

**"עשיתי דבר קצת מטורף.
הלוואי שהייתי שומר עוד קצת."**

שימו לב: "קצת מטורף". לא "טיפשי". לא "מיותר". כי מההיגיון של אז - הוא צדק. ההיגיון השתנה אחר כך.

והקשר אליכם

הסיפור הזה לא חריג. הוא הדפוס.

בעולם הסטארטאפים יש לזה אפילו שם: **"Founder's Remorse"**.
Ronald Wayne מכר את 10% שלו ב-Apple ב-1976 תמורת \$800 (היום זה \$300+ מיליארד). **Eduardo Saverin** כמעט איבד את החלק שלו בפייסבוק. הסיפור של פריים הוא קיצוני, אבל הוא לא חריג.

עכשיו דמיינו את אותה דינמיקה **בקנה מידה אישי, יום-יומי**, בלי IPO ובלי כותרות.

בעלי עסקים שמקדמים את האתרים שלהם בעצמם עושים בדיוק את אותו דבר. הם משקיעים 5 שעות בשבוע במשך שלושה חודשים - 60 שעות. בחודש 4 הם פותחים את ה-Search Console, רואים גרף שטוח, שואלים "מתי כבר נראה תוצאות?" - ובדיוק כשהמכונה שהם בנו מתחילה לעבוד, הם עוצרים.

לא בגלל שהם טיפשים, עצלנים, או חסרי משמעת. בגלל שמערכת שלמה של מנגנונים ביולוגיים, מוחיים ומתמטיים דוחפת אותם בדיוק לכיוון הזה. ההחלטה לעצור היא לא בחירה. היא תוצאה. שלוש סיבות נפרדות יוצרות אותה.

השאלה השכיחה

הבעיה לא מתחילה בעבודה. היא מתחילה בשאלה.

כשאתם פותחים את ה-Search Console ושואלים "מתי כבר נראה תוצאות?", אתם בלי לשים לב מתייחסים ל-SEO כמו לקמפיין. וזה משפיע על כל החלטה שאתם מקבלים מאותו רגע.

קמפיין מול SEO 🤖

קידום אורגני (SEO)

- תגובה: חודשים
- סיום: ממשיך לעבוד
- סוג: השקעה

קמפיין פרסום

- תגובה: ימים
- סיום: ניתן לכבות
- סוג: הוצאה

ההבדל הבסיסי: קמפיין הוא הוצאה. SEO הוא בניית נכס. השאלה "מתי כבר נראה תוצאות?" היא שאלה של הוצאה. היא לא יודעת לעבוד עם השקעה ארוכת טווח.

וזו, בקנה מידה אישי, הסיבה שבעלי עסקים יוצרים את דפוס פריים שלהם בעצמם.

← השאלה הנכונה

היא לא "כמה זמן".
היא "איזה נכס".

ההבדל בין שתי השאלות הוא ההבדל בין מי שמרוויח מ-SEO ומי שעוזב אותו לפני שהבין מה היה לו.

הראשונה מודדת **עלות של המתנה**. אתם משלמים בזמן, ושואלים כמה עוד תצטרכו לשלם עד שתקבלו פיצוי.

השנייה מודדת **ערך שמצטבר**. אתם בונים נכס, ושואלים איזו צורה הוא לוקח, איך הוא יראה כשיהיה בוגר, ומה הוא יעשה עבורכם בשנים הבאות.

**זה לא משחק סמנטי.
זה שינוי תפיסה שמשנה כל החלטה
שאתם מקבלים מאותו רגע ואילך.**

בעל עסק ששואל "כמה זמן" - בודק כל בוקר את ה-Search Console. בעל עסק ששואל "איזה נכס" - בודק פעם בשבוע, ומסתכל על המגמה לאורך 6 חודשים, לא על המספר של היום.

השואל "כמה זמן" מצפה לרגע ש"זה ידלק". השואל "איזה נכס" יודע שלא יהיה רגע כזה - תהיה הצטברות איטית שבדיעבד תיראה כמו שינוי דרמטי.

השואל "כמה זמן" משווה את ה-SEO לפרסום ממומן. השואל "איזה נכס" משווה את ה-SEO לעסק עצמו - שגם הוא לקח שנים להגיע למקום שבו הוא נמצא היום.

ולמה רוב בעלי העסקים שואלים את הראשונה ולא את השנייה? יש לזה שלוש סיבות.

לפני שניגש לפעולות, חשוב להבין משהו:

המוח שלכם פשוט מתוכנת לשאול את השאלה הזאת

הוא בנוי בדרך שמייצרת בדיוק את השאלה הראשונה ("כמה זמן"), ובדיוק את ההחלטה שעוקבת ממנה. כשמבינים את זה - מפסיקים להאשים את עצמכם, ומתחילים לעבוד עם המנגנון במקום נגדו.

יש לזה **שלוש סיבות נפרדות**, שפועלות במקביל, משלושה תחומים שונים:



סיבה #3
מתמטית



סיבה #2
אקולוגית



סיבה #1
ביולוגית

רק כשרואים את שלושתן יחד - מבינים שזה בלתי נמנע, ושיש דרך לנצח אותן רק על ידי תכנון מראש.

שלוש הסיבות שתעצרו ב-SEO



מתמטית

התפלגות לא סימטרית

פחות מ-2%

מהדפים מגיעים ל-10 Top

Ahrefs Study



אקולוגית

צמיחה לא נראית בשנה הראשונה

שנה 4

תפוקה מקסימלית

UF/IFAS Research



ביולוגית

המוח שלכם נגדכם

3X

ירידות דופמין ב-3 חודשים

Schultz, 1997

lexa.co.il

סיבה #1 מתוך 3

הביולוגיה של המוח שלכם



ההחלטה לעצור ב-SEO בחודש הרביעי היא לא ביטוי של חולשה. היא תוצאה של מנגנון נוירוכימי שפועל בכל מוח אנושי תקין - בלי קשר לאופי, מוטיבציה, או אינטליגנציה.

ב-1997, נירולוג בשם **Wolfram Schultz** מאוניברסיטת קיימברידג' פרסם ב-Science את אחד המחקרים החשובים בנוירוסיינס: "A Neural Substrate of Prediction and Reward".

מה שהוא גילה: הדופמין במוח לא משדר "הנאה". הוא משדר שינוי לעומת הצפי.

המנגנון - 3 תרחישים

● משהו טוב מצופה ומגיע - הדופמין כבר נורה כשהציפייה נוצרה.

● משהו טוב לא מצופה ומגיע - הדופמין נורה בעוצמה.

● משהו טוב מצופה ולא מגיע - הדופמין יורד מתחת לבסיס. עונש נוירוכימי על אכזבה.

עכשיו תחשבו על השנה הראשונה של ה-SEO שלכם:

4 חודשים בעיני המוח שלכם

חודש 1. כתבתם מאמר ארוך, הקדשתם 5-7 שעות. בפועל: 14 חיפושים, 0 קליקים. **דופמין יורד.**

חודש 2. שיפרתם דפי שירות. גרף שטוח. **דופמין יורד שוב.** המוח רושם: "זה דפוס."

חודש 3. עוד מאמרים. כלום ויזואלי. **דופמין יורד שלישית.** המסקנה הביולוגית: "ההתנהגות הזו לא מייצרת ערך."

חודש 4. ההחלטה לעצור כבר התקבלה ביולוגית - מה שנשאר לכם זה רק להצדיק אותה אותה.

המוח שלכם לא טועה. הוא לומד מתבנית. הוא רואה 4 חודשים של "השקעה בלי תגמול" ומסיק מסקנה הגיונית - שנכונה לטווח קצר ושגויה לטווח ארוך.

אבל יש מנגנון שני, ויותר חשוב.

ב-2013, חוקרים מסטנפורד בראשות **Josef Parvizi** פרסמו ב-Neuron מחקר על שני מטופלים עם אפילפסיה שגירו אצלם חשמלית את ה-**Anterior Mid-Cingulate Cortex (aMCC)**. התגובה הסובייקטיבית הייתה זהה:

"תחושה של אתגר ממשמש ובא, יחד עם נחישות נחושה להתגבר עליו."

המתח של "להמשיך למרות הכל" הוא לא תכונת אופי. הוא פעילות פיזיולוגית באזור מוחי ספציפי. ומה מחליש את ה-aMCC? **לחץ ממושך וחוסר ודאות חוזר ונשנה.** בדיוק התנאים של בעל עסק קטן בחודש 4.

עכשיו תחשבו על המצב המשולב. הדופמין יורד שלוש פעמים. ה-aMCC נחלש בגלל הלחץ. המנגנון שאמור לתת לכם תחושה של "אני אתגבר" כבה בדיוק כשאתם הכי צריכים אותו.

וזו בדיוק מה שקרה ל-Curtis Priem בין 2003 ל-2006. אנבידיה הייתה במשבר. הדופמין שלו ירד שנים. ה-aMCC שלו נחלש. כשהוא היה צריך את התחושה של "אחזיק מעמד" - היא לא הייתה זמינה. הוא פרש בדיוק שנים לפני שהמהפכה התחילה.

התובנה

אם אתם בחודש 4 וחושבים לעצור - זה לא אתם. זה תהליך נורוכימי שעובר כל מי שנכנס למשימה ארוכת טווח. האנשים שמצליחים לא חזקים יותר. הם מבינים את המנגנון, ובונים מערכות שעוקפות אותו.

↓ הסיבה הבאה: למה הטבע עצמו עובד באותו אופן ↓

סיבה #2 מתוך 3

איך באמת נראית צמיחה



נתחיל ממה שיישמע מוזר:

מגדל אפרסקים בג'ורג'יה לא משקה את העצים בשנים הראשונות.

זה לא טעות. זה פרוטוקול שמתועד במחקרים של University of Florida IFAS. הסיבה: הוא רוצה שהשורשים יחפשו מים בעצמם, ויפתחו מערכת שורש עמוקה. עץ שמקבל מים מפותחים יום-יום מפתח שורשים שטחיים, שברירים. עץ שצריך לחפש מים מפתח שורשים עמוקים, חזקים, שיחזיקו אותו עשרות שנים.

השנים הראשונות הן שנות השורשים, מתחת לאדמה.

למעלה, נראה כאילו לא קורה כלום.
למטה - קורה הכל.

🍌 לוח זמנים של פרדס אפרסקים מסחרי

- שנה 1:** ללא פרי. שדה ריק עם עצים קטנים.
- שנה 2:** יבול ראשון מתחיל. כמויות קטנות.
- שנה 3:** הגדלת תפוקה.
- שנים 4-15:** תפוקה מקסימלית יציבה 🌟

איך נראה פרדס בחודש 4 של שנה ראשונה?

בדיוק כמו פרדס שכשל. שדה דליל עם עצים קטנים. עשבים בין השורות. כלום שאפשר לקטוף. אבל מגדל מקצועי לא בודק את הפרדס שלו ב-1 ביוני של שנה ראשונה. הוא יודע שאין מה לבדוק. הוא מתאים את הציפיות ללוח הזמנים של עץ, לא של בן אדם.

Bill Mollison, אבי הפרמקלצ'ר 🗨️

**"תצפית ממושכת ומהורהרת,
ולא פעולה ממושכת ולא מהורהרת."**

האתר שלכם בחודש 4 הוא פרדס בשנה ראשונה. מה שקורה תת-קרקעית הוא בדיוק מה שאמור לקרות:

- impressions שזחלות = שורשים שמתפתחים
- קישורים פנימיים שמתבססים = ענפים שמתחזקים
- topical authority שמתחיל להיווצר = רקמת הצמח שמתבססת
- EEAT signals שמצטברים = יציבות קרקעית

אף אחד מהדברים האלה לא מופיע ב-Google Analytics. אבל כל אחד מהם בונה את הבסיס לתפוקה של חודש 12, חודש 24, חודש 60. הפרדס היה ממשיך לצמוח גם אם המגדל מוותר - רק שלא היה שם לקטוף.

💡 התובנה

הבעיה היא שאתם לא רואים שאתם בפרדס. אתם חושבים שאתם בקמפיין. כשתשנו את המסגרת - תתחילו לבדוק את מה שמגדלים מקצועיים בודקים:

סימנים תת-קרקעיים, לא פירות מעל הקרקע.

↓ הסיבה הבאה: המתמטיקה ↓

סיבה #3 מתוך 3

המתמטיקה של תוכן SEO



הנה המספר שאף אחד לא אומר לכם:

מחקר Ahrefs על מיליוני דפים

פחות מ-2%

מהדפים החדשים מגיעים ל-10 Top של גוגל
בתוך השנה הראשונה

פחות מ-2 אחוז. זה נשמע כמו חדשות רעות. זה לא. כי יש מספר שני:

מחקר HubSpot על 20,000 פוסטים

38%

מכל התנועה

10%

מהפוסטים בלבד

"compounding posts" - לא דועכים, מתחזקים. ממשיכים להביא תנועה 3, 4, 5 שנים.

חברו את שני המספרים. רוב הדפים לא יגיעו לטופ במהירות. אבל הדפים שכן יגיעו - יישאו אתכם 5 שנים. תוכן SEO הוא משחק של התפלגות לא

סימטרית:

- הסתברות הצלחה לכל פיסה: **נמוכה**
- הערך לפיסה שמצליחה: **עצום**
- זמן עד שיודעים מה מצליח: **12-18 חודשים**

זה אותו דפוס של **השקעות סטארטאפ**. רוב הסטארטאפים נכשלים, אבל **אנבידיה אחת מצדיקה את כל הקרן**. רוב המאמרים שלכם לא ידרגו ראשון, אבל compounding post אחד מצדיק שנתיים של עבודה.

הבעיה: המוח האנושי שונא התפלגויות לא סימטריות. הוא רוצה לראות התקדמות לינארית. אבל SEO לא מתנהג ככה:

חודש 1-3: אינדוקס. הצטברות תת-קרקעית.

חודש 4-6: "כלום לא קורה". **נקודת הנטישה**.

חודש 7-12: דף או שניים מטפסים. תנועה זעירה.

חודש +13: התפוצצות לא לינארית ✨

חודשים 4-6 הם הנקודה שבה רוב האנשים פורשים - בדיוק לפני ההצטברות המואצת.

💡 **ופה נכנסת אנבידיה**

פרים מכר ב-2006 כי ראה רק את הציר הראשי - "כמה זה שווה היום". הוא לא ראה את **הזנב הימני של ההתפלגות**. אותה טעות שבעלי עסקים עושים בחודש הרביעי.

↓ ועכשיו - איך זה נראה אצל לקוח אמיתי ↓

ועכשיו ✨

אם קראתם עד פה - אתם יודעים משהו שהייתם רוצים לדעת לפני 4 חודשים:

זה לא אתם. זה איך שהמערכת בנויה.

ביולוגית: הדופמין יורד. ה-aMCC נחלש. זה לא בחירה.

אקולוגית: הטבע לא נראה ויזואלית בשנה הראשונה. זה איך שצמיחה אמיתית עובדת.

מתמטית: ROI לא לינארי. התפלגות לא סימטרית. הכלל, לא היוצא דופן.

העובדה שאתם מתוסכלים, מתלבטים, אולי על סף ויתור - היא לא חולשה אישית. היא תוצאה של שלוש מערכות שפועלות יחד.

כשמבינים את שלוש המערכות, אפשר לעקוף אותן. שלוש פעולות קונקרטיות, כל אחת עוצרת אחד מהמנגנונים.

יש לך שאלות? הצטרף לקבוצת הווטסאפ שלנו!

הצטרפות לקבוצת הווטסאפ

שאל/י אותנו שאלות על לקסה או קידום אתרים בכלל

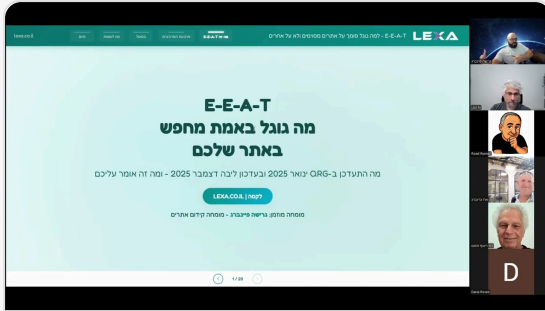
כתבות אחרונות מהבלוג של לקסה:



איך להשתמש בשאלות לקוחות לקידום אתרים

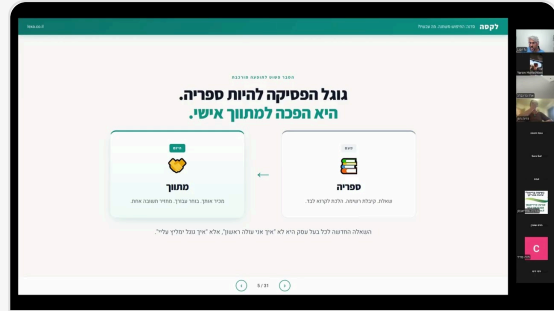
למה גולשים שואלים שאלות ארוכות ואיך לנצל זאת

הרצאות חדשות ביוטיוב של לקסה:



אתם צריכים להוכיח לגוגל שאתם מתאימים לתוצאות - EEAT

16/04/2026 🕒



Personal Intelligence: כך גוגל ישנה את החיפוש ב-2027

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.

LEXA

לקסה עוזרת לכם להיות מקום ראשון בגוגל

info@lexa.co.il · 058-5700-571

www.lexa.co.il

בלוג · ארכיון ניוזלטר · YouTube

© 2026 לקסה. כל הזכויות שמורות.