

רביעי שלום לך, ליאור!

"מהות האסטרטגיה היא לבחור מה לא לעשות" - מייקל פורטר

רציתי לשלוח לכם את המייל הזה כרגיל בחמישי, אבל אתמול גוגל התחילה את העדכון הספאם החדש שלה, אז הנה אנו נפגשים יום קודם.

היום נבחן את המאקרו.

בניוזלטרם האחרונים שמתי דגש על נושאים ספציפיים. היום ננסה לראות את האירועים שקרו **בזמן האחרון** בעולם הקידום האורגני, וננסה להבין (כל אחד בעצמו, ביחס לתחום שלו) האם אנחנו יכולים למצוא מגמה כללית של מנועי החיפוש והתשובות AI.

אני מזכיר שמחר אנו נפגשים בזום בשעה 19:00.

תוכלו להרוויח כתבה או אזכור או קישור מאתר אמיתי אחר. נחפש ביחד מי האתר שהכי מתאים לכם, אתר של בעל עסק אחר שגם יבוא למפגש הזה כדי למצוא את אותו דבר בדיוק...

דרך אגב, בקשר לניוזלטר הקודם שלנו, שעסק באותו **Watermarking** שה-AI יתחיל להוסיף לפלט שלו - קיבלתי מספר מועט הפעם של שאלות בנושא, יחסית לפעם הקודמת 🙄, אז כן אתייחס לזה מעט גם במייל הזה.

מצד אחד, אני מקווה שזה אומר שכל מי שפתח את המייל וקרא - הבינו, ולכן לא שאלו. מצד שני, השאלות המעטות שכן נשאלתי, **העלו בי חששות** שאנשים שקראו חושבים שהבינו, אבל בעצם הם לא....

אני אתן כמה נקודות שיעשו סדר, אם יהיה צורך ארחיב על זה במייל מיוחד:

1. הצ'אטים של ה-AI אכן יוסיפו "סימן מים" **שבן אדם לא יוכל לראות** אותו.
2. **גם מכונות לא יוכלו לראות אותו** - אלא אם יהיה להם המפתח של אותה הצפנה שמחבאת בתוכן.
3. **כל הכלים שיש בנושא של מחיקת Watermarking פשוט לא עובדים**. נקודה סוף פסוק. או שהן מוחקות סימנים אחרים לגמרי, או שהן מנחשות, ולא בצורה הכי מושכלת...
4. סימן המים, זה לא תווים או תוספות מוסתרים, כמו שהכלים שמתיימרים למחוק באמת מוחקים - **"סימן המים" זה הטקסט עצמו**. הסברתי את זה במייל הקודם, אז מי שחושב עדיין שמדובר על תווים מוסתרים שאפשר למחוק אותם - שיקרא את המייל הקודם בבקשה. קשה לכתוב על זה בקצרה, אנסה ממש ב-2 משפטים: סימן המים הוא בעצם בדיקה של המילים שה-AI בחר לשים בתוך התוכן - לכל מילה (טוקן) הייתה הסתברות להופיע. ברגע שה-AI רואה את כל התוכן שנוצר הוא יכול לעשות בדיקה מה היה הסיכוי של כל מילה כזאת להופיע, וזה בעצם הבסיס של סימן המים - רצף הסבירויות של המילים שנבחרו במודל שפה עצמו, בהתאם למילים שקדמו לו.

וכעת לדעתי בנושא הזה:

הרגולציה ל-AI נובעת מהצורך לשמור על הלקוח קצה (דיברנו על זה בזום על [תוכן UGC](#)), לא כדי לשגע את אנשי ה-SEO בכוונה.

אם אני אייצר תמונת AI של זוהראן ממדאני, ראש עיריית ניו יורק, עוטה בדגל ישראל, שם כיפה, מניח תפילין וקורא קריאת שמע ושם כתובית שהוא התגייר ועובר לירושלים - אני בעצם מטעה

את מי שיצפה בתמונה הזו. לצופה קשה להבין מיד שמדובר בפייק, אם התמונה איכותית.

בדיוק אותו הדבר ואף חמור מכך לגבי וידאו או אודיו.

לגבי טקסט? ועוד טקסט באתר שלי? אני חושב שיש הבדל עצום בין תוכן טקסטואלי לבין תוכן ב-וידאו או אודיו. עצום.

עוד לפני עידן ה-AI יכולנו כולנו לרשום שטויות ודברים לא אמיתיים בעליל. הלקוח קצה כבר מכיר את זה, ולכן יש לו את היכולת לאמת את מידע הזה.

איך? הזכרתם בכתבה שיש לכם 20 שנות ניסיון? הגולש ייכנס לעמוד אודות שלכם כדי לחפש פריט מידע כלשהו, כמו תעודה, צילום, ביקורת וכדומה, שיכול לאמת את זה שיש לכם בסביבות 20 שנות ניסיון בתחום.

כתבתם שאתם בין היחידים בארץ שיש ברשותם תעודה מסוג מסוים? גבו אותה בתמונה או בקישור לעמוד המוסד האקדמי שנתן לכם את ההסמכה ששמכם מוזכר שם בהקשר הנ"ל.

ה-AI בא לעזור לנו בחסמים שונים, לא כדי לשקר ללקוח קצה. הוא בא לעזור לנו בקושי של כתיבת התוכן, של כתיבה שיווקית, לפתח רעיון קטן לתתי נושאים וכו'...

הוא ממש עוזר אישי שלנו. אנחנו קובעים, אנחנו מאשרים. זה ממש כאילו יש לנו עובד נוסף בעסק - וזה בעולם האמיתי כן יכול להיות כמובן. אם היה לנו בן אדם שהיה בודק, מחליט וכדו' בדיוק כמו ה-AI, זה לא היה בסדר?

אנחנו הולכים לעולם שהרובוט ובן האדם שווים בעבודות מסוג שזה. דרך אגב, כדי לפנות את הזמן ובמיוחד את המח של האדם לנושאים שהם הרבה יותר חשובים לאנושות...

אז איפה הבעיה? אני חושב שזה רק חשש ופחד שמא יתפסו אתכם שנעזרתם ב-AI. אבל בדיוק הפוך, **תהיו גאים** שאתם התקדמתם לעולם החדש ושאתם נעזרים ב-AI!

האם רופא מומחה מתבייש שתוכנה מאבחנת לו בדיקות בדיוק רב ובמהירות? האם הוא מרגיש לא בנח שאת הניתוח המסובך מבצע רובוט פי 100 יותר מדויק ממנו?

ממש לא - הוא גאה בכך שבמקום שהוא עובד הולכים תמיד קדימה ולומדים איך הטכנולוגיות החדשות עוזרות ומשפרות את התוצרים.

לגוגל אכפת מהערך של התוכן שלכם. אם אתם כותבים בעצמכם והערך לא טוב - אתם בחוץ! אם אתה לא משתמשים נכון ב-AI והערך של התוכן לא טוב - אתם גם בחוץ!

יש עוד הרבה מה להגיב על זה, אבל הבנתם כבר שהניוזלטר היום לא יהיה על הנושא הזה, אלא על דבר אחר לגמרי - **החדשות האחרונות בעולם שלנו - עולם ה-SEO/GEO**.

המשך קריאה מועילה!
ליאור, לקסה.

הרשמה למפגשים הקרובים שלנו:



🔗 תקבלו תזכורת אוטומטית לפני כל אירוע

קיבלת את המייל הזה וזה מציק לך?

קודם כל סליחה - ניתן להסיר את המייל שלך מרשימת התפוצה שלנו בתחתית המייל.

אבל רגע! כדאי לך לראות מה מקבלים כל שבוע קוראי הניוזלטר שלנו: [ארכיון הניוזלטר](#).
הם מקבלים את זה ראשונים לפני כולם, כחודש לפני שזה מתפרסם בפומבי.



שבועיים כולם כתבו
שקרה משהו.
אתמול זה קרה.

שבועיים צעקו על עדכון שלא היה. אתמול הגיע אחד אמיתי.

בין הראשון לשישי באוגוסט כשלושה עשר כלי מעקב הראו תזוזה חריגה בדירוגים. הפורומים הכריזו על עדכון אלגוריתם וסוכנויות שלחו מיילים דחופים. לוח המצב הרשמי של גוגל, שבו מדווחת כל תקלה בדירוג, היה ריק לגמרי.

ואז, אתמול ב-18 באוגוסט, גוגל שחררה את עדכון הספאם של אוגוסט 2026. הפעם זה נרשם בלוח המצב, עם שעה מדויקת. עדכון גלובלי, בכל השפות, שההשקה שלו עשויה לקחת כמה ימים.

מה ידוע על העדכון

השלישי השנה, אחרי מרץ ויוני
בלי מדיניות חדשה ובלי פוסט מלווה
לפי דיווח, אינו מכוון לקישורים ולא למדיניות ניצול מוניטין
עדיין בהשקה בזמן שאתם קוראים

עדכון הספאם מכוון לאתרים שמפרים את כללי גוגל, בעיקר תוכן שיוצר בכמות כדי לתפוס דירוג, עמודים דקים שנראים כמו תשובה ולא עונים, ומילות מפתח שנדחסות בכוח. אתר עסקי שכותב באמת על מה שהוא עושה אינו היעד.

אבל תזוזה בימים האלה עדיין לא אומרת שנפגעתם. בתחילת החודש היו שלוש תקלות נפרדות שנראו בדיוק כמו ירידת דירוג: מספרים שגויים במערכת האנליטיקס של גוגל, שיבוש של כעשר שעות במערכת הפרסומות, וירידה מתמשכת בתנועה מ-Discover.

ארבע סיבות שנראות זהות על המסך

הדירוג ירד באמת, ועכשיו יש לזה גם הסבר אפשרי
הדירוג במקום, אבל עמוד התוצאות השתנה ופחות לוחצים
התנועה במקום, והדו"ח שמודד אותה תקול
הירידה בערוץ אחד בלבד, והשאר בסדר

פשוט: סמנו את ה-18 באוגוסט בלוח שלכם, וחכו שההשקה תסתיים לפני שאתם מסיקים משהו. ב-Search Console השוו חשיפות מול קליקים. אם החשיפות במקום והקליקים ירדו, המיקום שלכם לא זז. ובכל מקרה, אל תשנו כלום באמצע השקה, כי אז לא תדעו מה גרם למה.

נוגע בכם: עכשיו

מה קרה בגוגל, חוץ מהעדכון

הפרסומות עוברת אל תוך התשובה

גוגל הציגה שני פורמטים חדשים שבהם המודל כותב בעצמו את ההסבר על המוצר, לצד החומר של המפרסם. המודעה כבר לא לצד התשובה, היא חלק ממנה. בבדיקה בארה"ב, מסומן "ממומן".

בשבילכם: גם בפרסום בתשלום, מה שנכתב עליכם ייגזר מהתוכן שלכם באתר. דף נחיתה חלש כבר לא נשאר עניין פנימי.

נוגע בכם: חודשים

מודל חדש נכנס למצב הבינה המלאכותית

גוגל הוסיפה מודל מתקדם יותר לחיפוש (פלאש 3.7). זמין רק למנויים בתשלום, רק באנגלית, ורק אם בוחרים אותו ידנית מתפריט. רוב המשתמשים עדיין מקבלים את הקודם.

בשבילכם: כלום עדיין. בכל דור קודם לקח חודשים עד שזה הפך לברירת מחדל.

נוגע בכם: חודשים

תמונות שנוצרות ב-AI כבר לא מסומנות בעין

גוגל אפשרה לכבות את סימן הניצוץ שהופיע בפינת תמונות שנוצרו במערכות שלה. אבל סימון מוצפן ונתוני מקור נשארים מוטמעים בכל קובץ, ואי אפשר להסיר אותם מהגדרות.

בשבילכם: תמונה שנוצרה במכונה מצהירה על עצמה בפני מערכות גם כשהיא נראית נקייה לעין. התקן הזה נבנה בדיוק כדי שפלטפורמות יוכלו לזהות מקור, ולכן שווה להניח שהשימוש בו יתרחב.

נוגע בכם: כבר עכשיו, אם אתם מייצרים תמונות

דף הבית של גוגל בלי כפתור חיפוש

חלק מהמשתמשים שאינם מחוברים לחשבון קיבלו דף בית שבו הכפתור הוחלף בקיצורי דרך ל-AI MODE. מנהל בכיר בגוגל אישר שזה ניסוי קטן בדסקטופ ושתיבת החיפוש עדיין לא השתנתה.

בשבילכם: כמעט אף אחד לא מתחיל חיפוש מדף הבית ממילא. זו כותרת גדולה בלי השפעה.

נוגע בכם: כנראה לעולם

כלים ומדידה

אפשר סוף סוף לראות אם מצטטים אתכם בתוצאות AI של גוגל.

גוגל השיקה ב-Search Console דוח שמראה כמה פעמים הדפים שלכם הופיעו בתשובות בינה מלאכותית. הוא מציג חשיפות בלבד, בלי קליקים ובלי שאלות, והפריסה התחילה בבריטניה ועוד לא הגיעה לכאן.

מיקרוסופט הקדימה אותה בחצי שנה. הדו"ח המקביל בכלי למנהלי אתרים של בינג עובד בישראל, חינם, ומראה יותר: אילו דפים צוטטו, באילו שאלות, וכמה פעמים.

בשבילכם: בינג נראה שולי, אבל האינדקס שלו מזין חלק ניכר מהתשובות של ChatGPT. אתר שהוא לא מכיר מתקשה להופיע שם.

נוגע בכם: השבוע, אם רוצים לדעת איפה אתם עומדים

אפשר לבקש מגוגל לא להופיע בתשובות

יחד עם הדוח החדש הוסיפה גוגל מתג שחוסם את התוכן שלכם מהופעה בתשובות המחוללות (המג'נרטות). החברה אישרה שהמתג אינו משפיע על הדירוג בחיפוש הרגיל.

בשבילכם: כמעט בטוח שלא כדאי. זה רלוונטי בעיקר לאתרי מנוי שמוכרים את התוכן עצמו, ולא לעסק שרוצה שימצאו אותו.

נוגע בכם: כנראה שלא

שינוי הגדרות ב-Cloudflare באמצע ספטמבר

שירות התשתית שמגן על חלק גדול מאתרי העולם יתחיל לחסום כברירת מחדל סורקים מסוימים של בינה מלאכותית, אבל רק בעמודים שמציגים פרסומות. ההגדרה החדשה חלה גם על לקוחות בחשבון החינמי.

בשבילכם: אתר עסקי בלי רשת מודעות אינו היעד של השינוי. אם יש לכם פרסומות באתר, שווה להיכנס להגדרות לפני אמצע ספטמבר.

נוגע בכם: חודש, ורק אם יש פרסומות באתר



העולם הגדול

חברה צמחה ב-61 אחוז ואיבדה חמישית מערכה ביום

Reddit פרסמה דוח שעקף כל תחזית, ולמחרת המניה צנחה. הסיבה הייתה משפט אחד של המנכ"ל, שההפניות מגוגל היו מקוטעות ברבעון. היום היא נכנסת רשמית למדד S&P 500.

בשבילכם: לרדיט יש מאה ושלושים מיליון משתמשים ביום והיא עדיין לא שולטת בכמה אנשים גוגל שולחת אליה. השאלה ששווה לשאול על העסק שלכם היא כמה מהלקוחות יודעים למצוא אתכם בלי לחפש.

נוגע בכם: השבוע

מחשב פתר בשש עשרה שעות בעיה בת עשרים ושתיים שנה

רופא מבייג'ין שלמד מתמטיקה לבד הפעיל מודל בינה מלאכותית על בעיה פתוחה, והלך לישון. המתמטיקאי שהעלה אותה במקור אישר את ההוכחה. שמונה ימים אחר כך שני חוקרים אחרים הגיעו לאותה תוצאה בדרך אחרת, גם הם בעזרת מכונה. המאמר עדיין לא עבר ביקורת עמיתים מלאה.

בשבילכם: במתמטיקה אפשר לבדוק תשובה בשנייה, ולכן מותר למכונה לטעות אלף פעם. בקידום אתרים התשובה מגיעה אחרי חצי שנה ומעורבבת בעשרה גורמים. לכן שם אין קיצורי דרך, וכשמישהו יבטיח לכם אחד, כדאי לשמור יד על הארנק.

נוגע בכם: לא, אבל שווה לדעת

אנבידיה ערבה למאה מיליארד דולר עבור מרכז נתונים

הכותרת הפיננסית הגדולה בתקופה, ורוב הכיסוי פספס את הניסוח: זו ערבות לתשלומי חכירה, לא השקעה. השרתים הראשונים אמורים לעלות לאוויר ב-2028.

בשבילכם: זה אומר שיש מי שמהמר בגדול על כך שאנשים ישאלו הרבה יותר שאלות למכונות. מחזק כיוון, לא מבקש כלום.

נוגע בכם: 2028



1 מתוך 100 לוחצים על קישור בתוך תשובה

שורה תחתונה

הדבר האחד לשבוע הזה

פתחו את הפרופיל העסקי בגוגל והסתכלו עליו כמו לקוח שלא מכיר אתכם. שעות נכונות, רשימת שירותים מלאה ולא שורה אחת, תמונה מהחודשים האחרונים. ואז בקשו ביקורת מלקוח שחזר.

זה לא הנכס המרשים ביותר שיש לכם

אבל הוא היחיד שלא זז בכל הסערה, והוא שמביא את הטלפונים

יש לך שאלות? הצטרף לקבוצת הווטסאפ שלנו!

הצטרפות לקבוצת הווטסאפ

שאל/י אותנו שאלות על לקסה או קידום אתרים בכלל

הרצאות חדשות ביוטיוב של לקסה:



איך לקנות קישורים ואזכורים ולקדם את האתר

07/07/2026 🕒



קידום אתרים אורגני ב-450 ש"ח בחודש? הדגמה של מערכת לקסה

02/08/2026 🕒

כתבות אחרונות מהבלוג של לקסה:



האם כדאי להפסיק לבנות קישורים ולהתמקד באזכורים



עדכון ספאם אוגוסט 2026 - כל הפרטים

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.