

הפלייבוק החדש לקידום אתרים בעידן הבינה המלאכותית

חמישה גורמים קריטיים לדירוג במנועי חיפוש מבוססי AI,
מבוססים על ניתוח של 75,000 מותגים ו-25 מיליון תשובות AI.

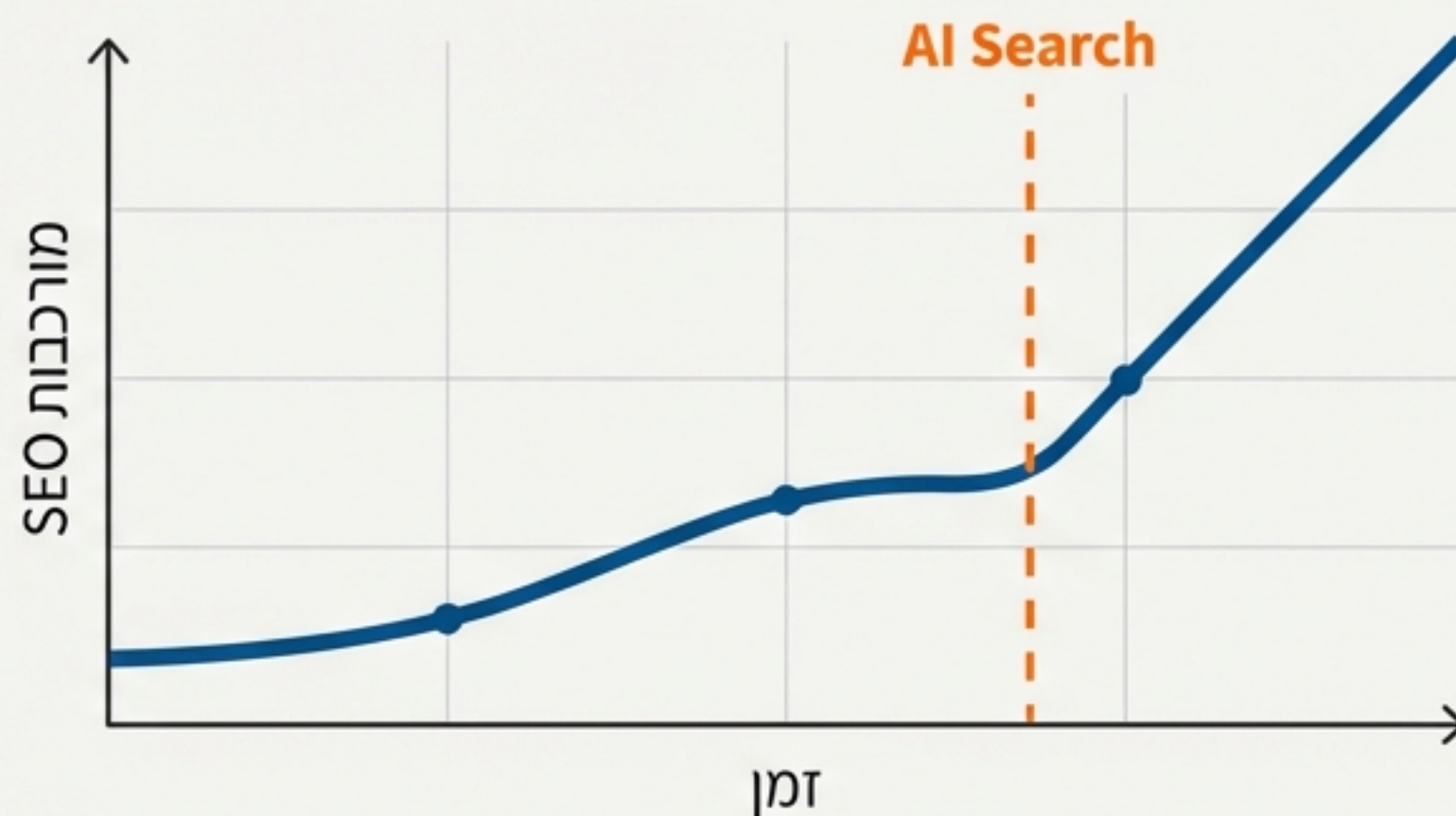
מחקר מקורי מאת Ahrefs

עולם החיפוש התפתח. איך מנצחים בו עכשיו?

הופעת מנועי חיפוש מבוססי AI משנה את כללי המשחק. הדירוג כבר לא תלוי רק בשיטות ה-SEO המסורתיות.

כדי להבין מה באמת עובד, צוות המחקר של Ahrefs ניתח 75,000 מותגים ו-25 מיליון "AI Overviews".

זיהינו חמישה גורמים מרכזיים המראים את המתאם החזק ביותר להופעה להופעה בתשובות AI.



Google SGE



ChatGPT



Perplexity

חמשת מהלכי המפתח בפלייבוק החדש



1

1 אזכורים ממותגים: בניית סמכות ואסוציאציה.

2



2 שאלות זנב ארוך: הדרך "להיכנס" לתשובות מורכבות.

3



3 תוכן מובנה: אופטימיזציה לאלגוריתמים של AI.

4



4 עדכניות: אות אחזור, לא רק אות דירוג.

5



5 אסטרטגיה מגוונת: שליטה בכל פלטפורמות ה-AI.

מהלך #1: אזכורים ממותגים הם המלך החדש

הסבר:

מודלי שפה גדולים (LLMs) לומדים על ידי קריאת הרשת. ככל שהמותג שלכם מוזכר יותר בהקשר לנושא מסוים באתרים אמינים, כך ה-AI יקשר אתכם לנושא הזה בביטחון רב יותר.

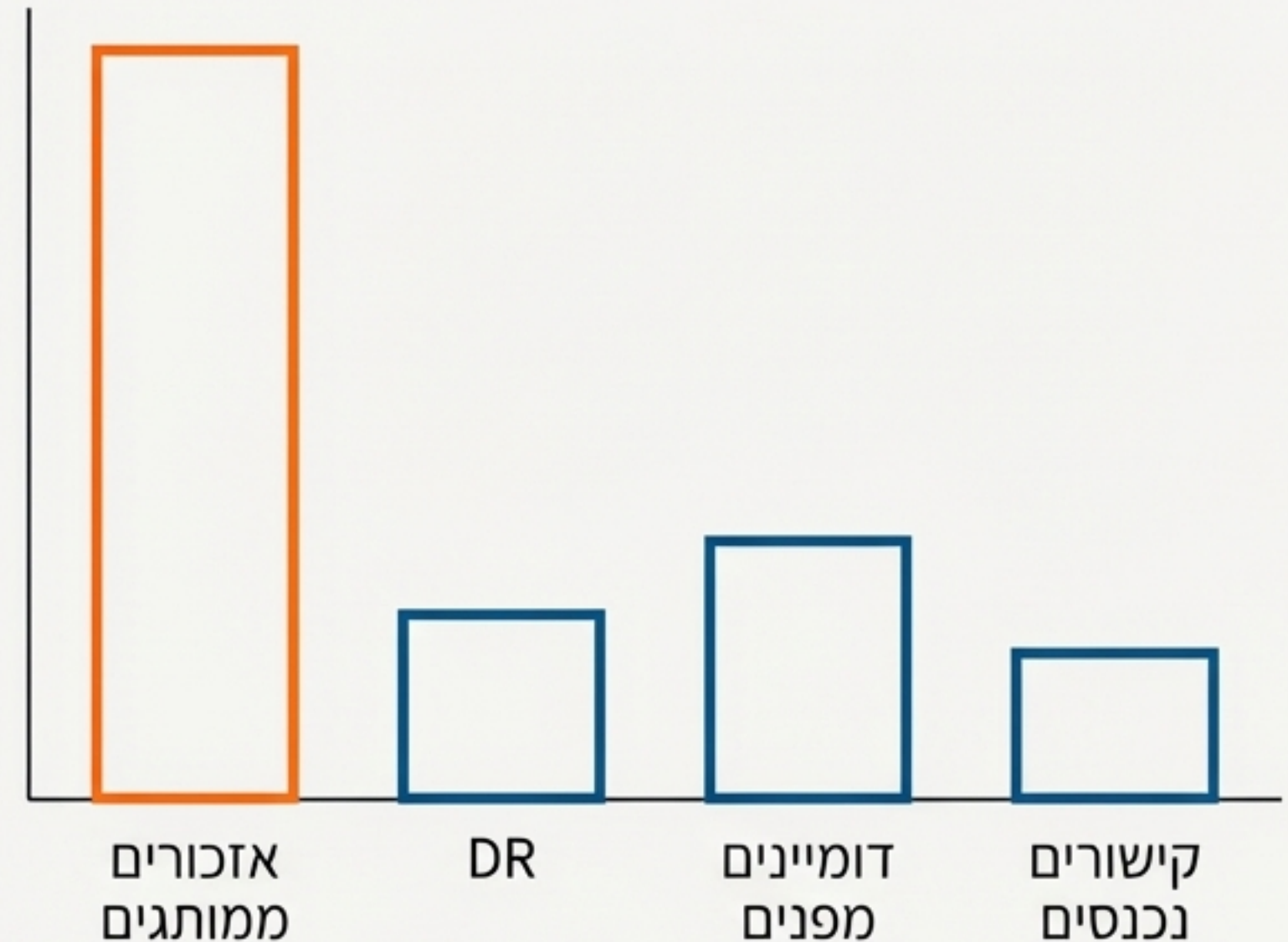
דוגמאות:

- Red Bull ← ספורט אקסטרים.
- Tesla ← מכוניות חשמליות.

נתון מפתח:

לאזכורים ממותגים יש את המתאם **החזק ביותר** לנראות ב-AI Overviews של גוגל - גבוה יותר מקישורים נכנסים, דומיינים מפנים ו-Domain Rating.

עוצמת המתאם לנראות ב-AI Overviews



איך להשיג את האזכורים הנכונים?

אסטרטגיה: המטרה היא להופיע בכל מקום רלוונטי שהקהל שלכם נמצא בו.

🔍 • **לדירוג ב-Google AI:** התמקדו בהשגת אזכורים
אזכורים בדפים עם הרבה קישורים נכנסים.

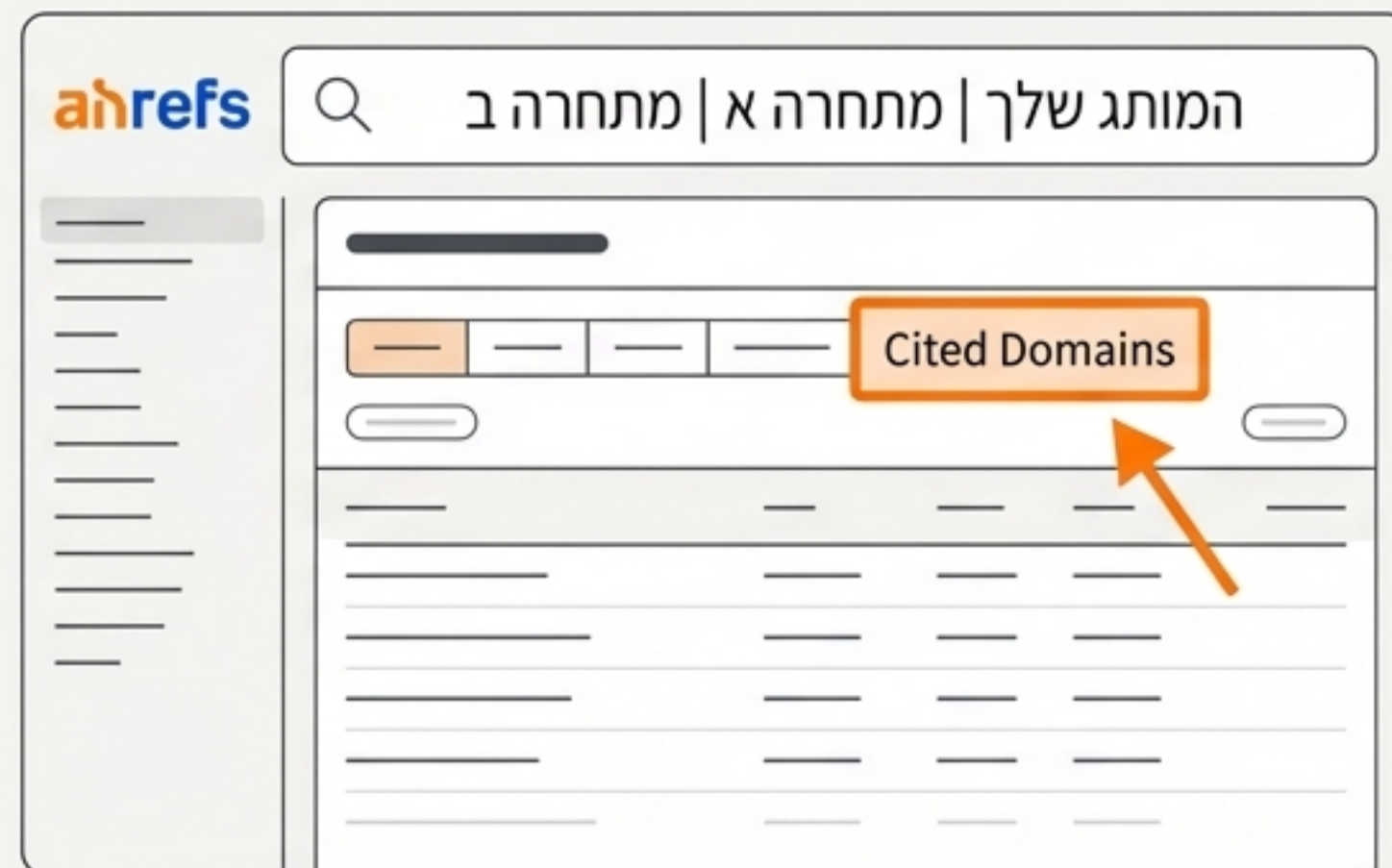
🧠 • **לדירוג ב-ChatGPT/Perplexity:** התמקדו
בדפים עם תנועה אורגנית גבוהה.

כלי מעשי:

🔧 • השתמשו ב-Ahrefs' Brand Radar.

🗄️ • הכניסו את המותג שלכם, מתחרים ונישה.

📊 • עברו לדוח ה-"Cited Domains" כדי לראות אילו
אתרים מזכירים את המתחרים ומהיכן ה-AI שואב
מידע.



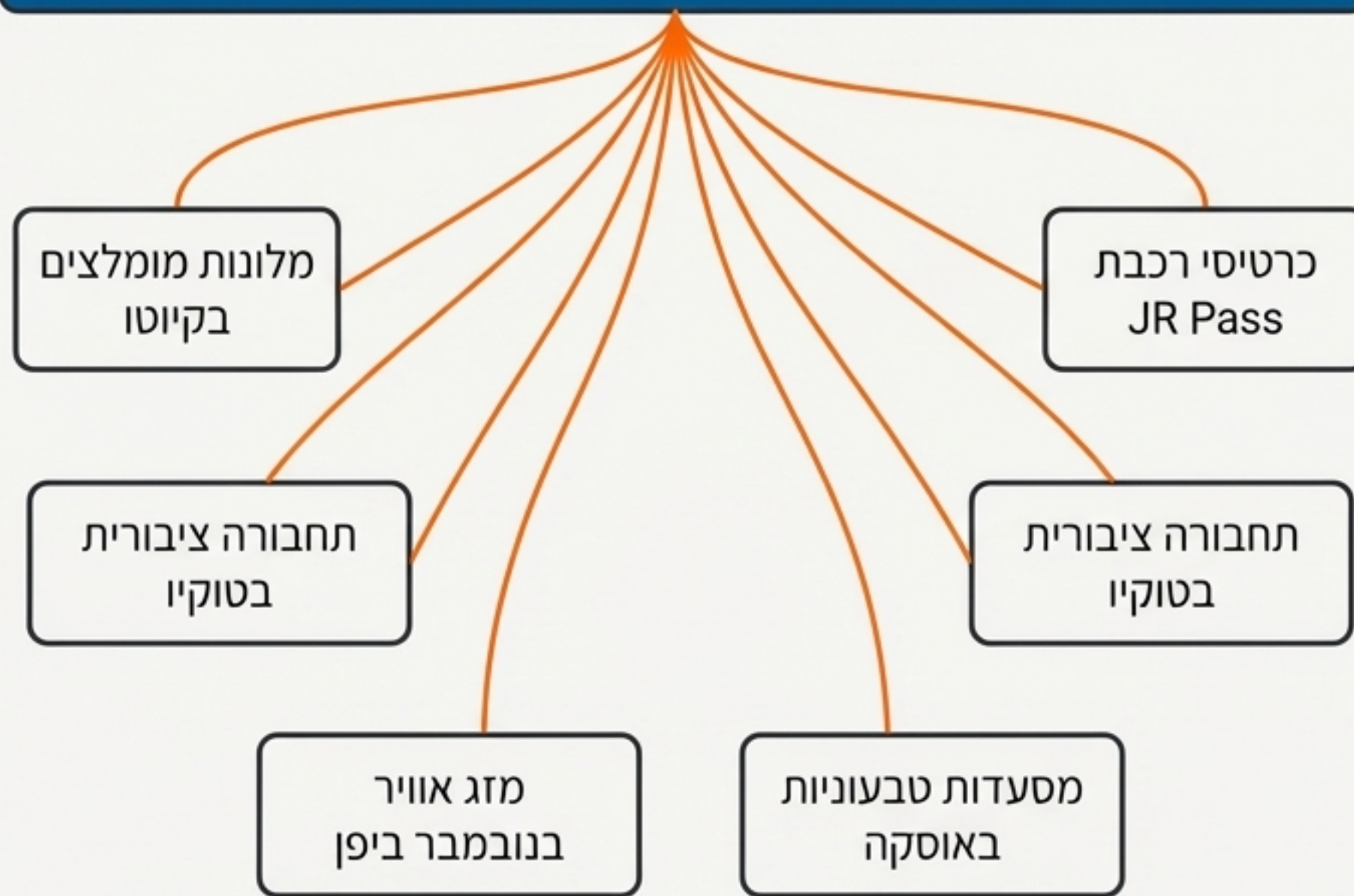
מהלך #2: שאילתות זנב ארוך הן שער הכניסה לתשובות AI

השינוי התפיסתי: ב-SEO מסורתי, זנב ארוך נועד לכיסוי. בחיפוש AI, הוא משמש את ה-AI כדי להחליט **במי לבחור** לתשובה הסופית.

הסבר: כשמשתמש מזין שאילתה רחבה, ה-AI "מפרק" אותה לעשרות תת-שאילתות זנב ארוך ספציפיות. הוא אוסף מידע ממקורות שונים שעונים על השאלות הקטנות הללו ומרכיב תשובה אחת מקיפה.

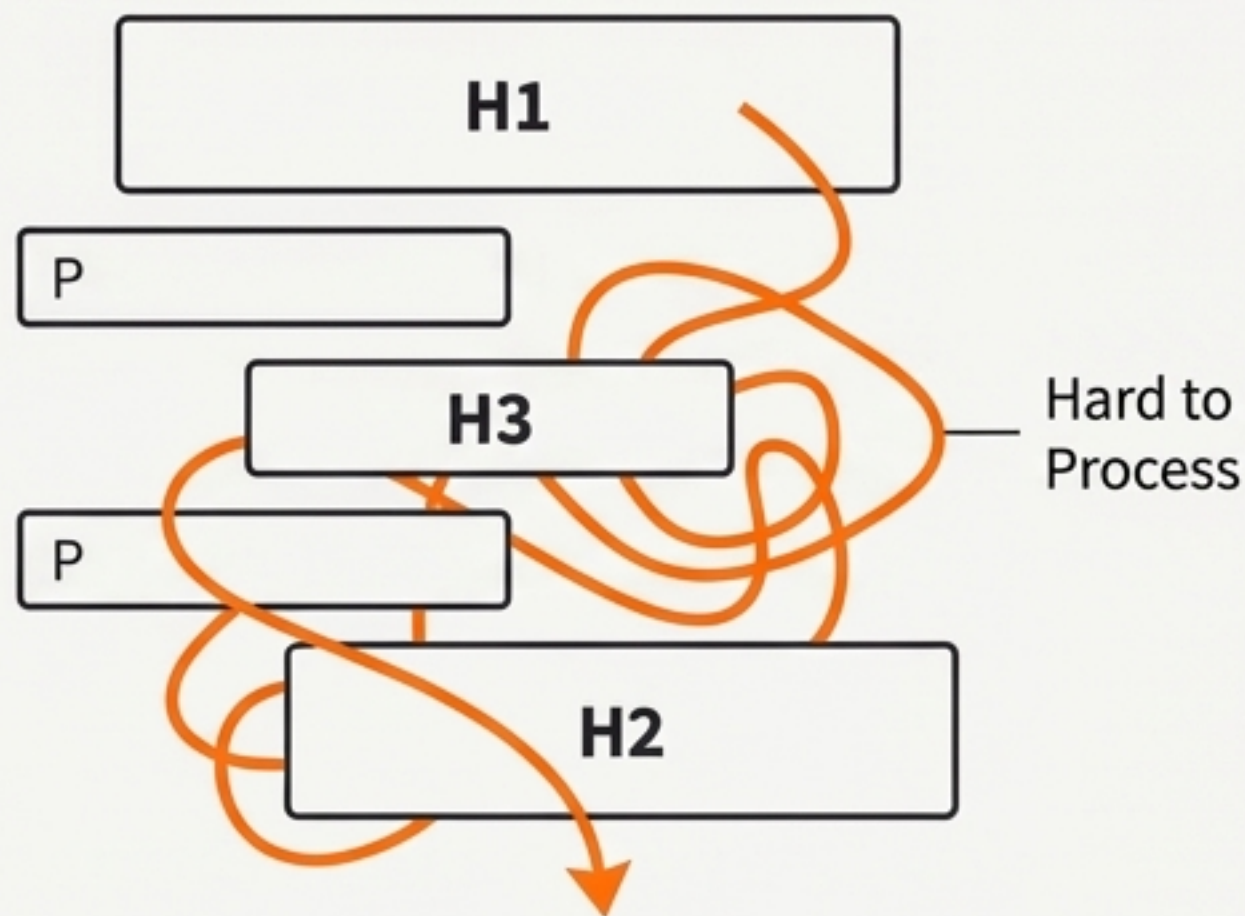
הוכחה מהנתונים: הנתונים שלנו מראים ש-AI Overviews של גוגל נוטים להופיע בסבירות גבוהה הרבה יותר בשאילתות ארוכות ונישתיות.

תכנן לי טיול של 5 ימים ליפן בנובמבר



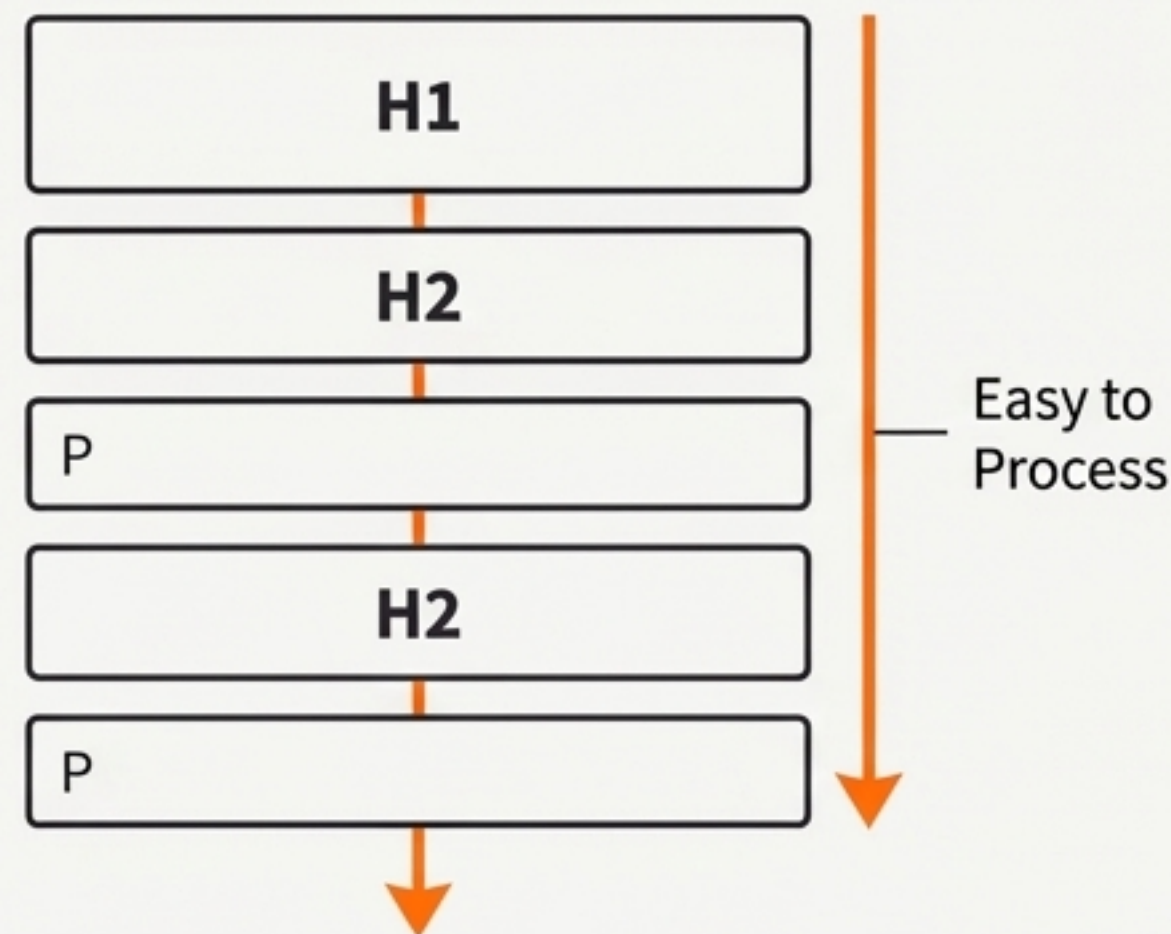
מהלך 33: תוכן מובנה שמדבר בשפה של מכונה

Disorganized Structure



הסבר: אחת הדרכים שבהן AI של גוגל קורא תוכן היא באמצעות "tree walking algorithm". האלגוריתם עוקב אחר המבנה הסמנטי של ה-HTML בדף, מלמעלה למטה. תוכן עם מבנה ברור והיררכי פשוט יותר עבורו לעיבוד.

Well-Structured Page



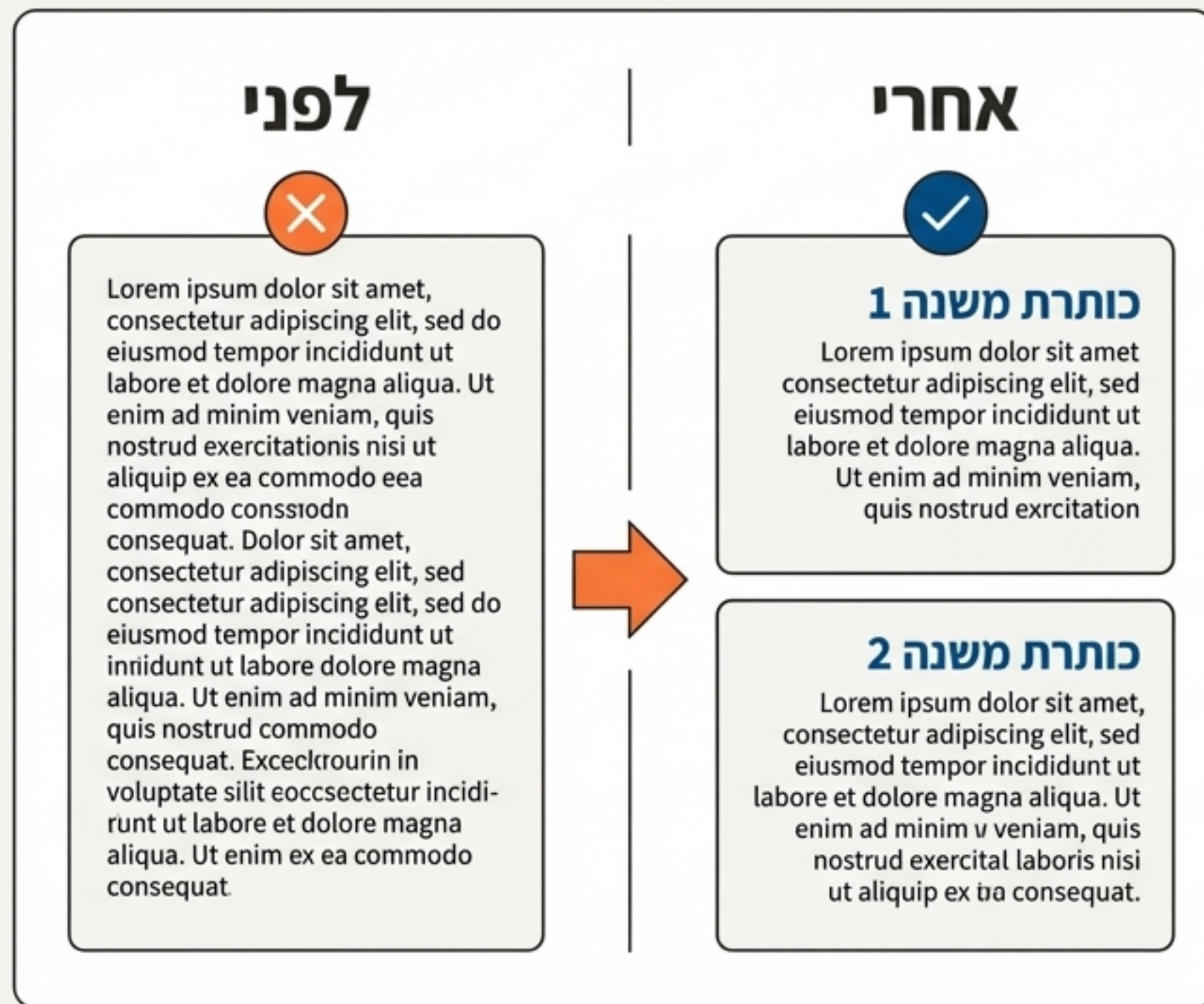
מעבר לכתובות ורשימות: זה לא רק עניין של שימוש בתגיות H ו-`<ul>`. מדובר בזרימת המידע. ה-AI "חותך" את התוכן לחלקים קטנים (chunks) ומעריך כל חלק בנפרד. אם הנקודות החשובות קבורות עמוק בתוך פסקאות ארוכות ולא ממוקדות, יעילות העיבוד יורדת.

איך לבנות תוכן שה-AI יבין ויעדיף?

העיקרון המנחה: חשבו על התוכן שלכם כראשי פרקים ברורים עבור ה-AI. כל חלק צריך להיות להיות הגיוני בפני עצמו, אך גם להתחבר באופן טבעי לחלק הבא.

פעולות ליישום:

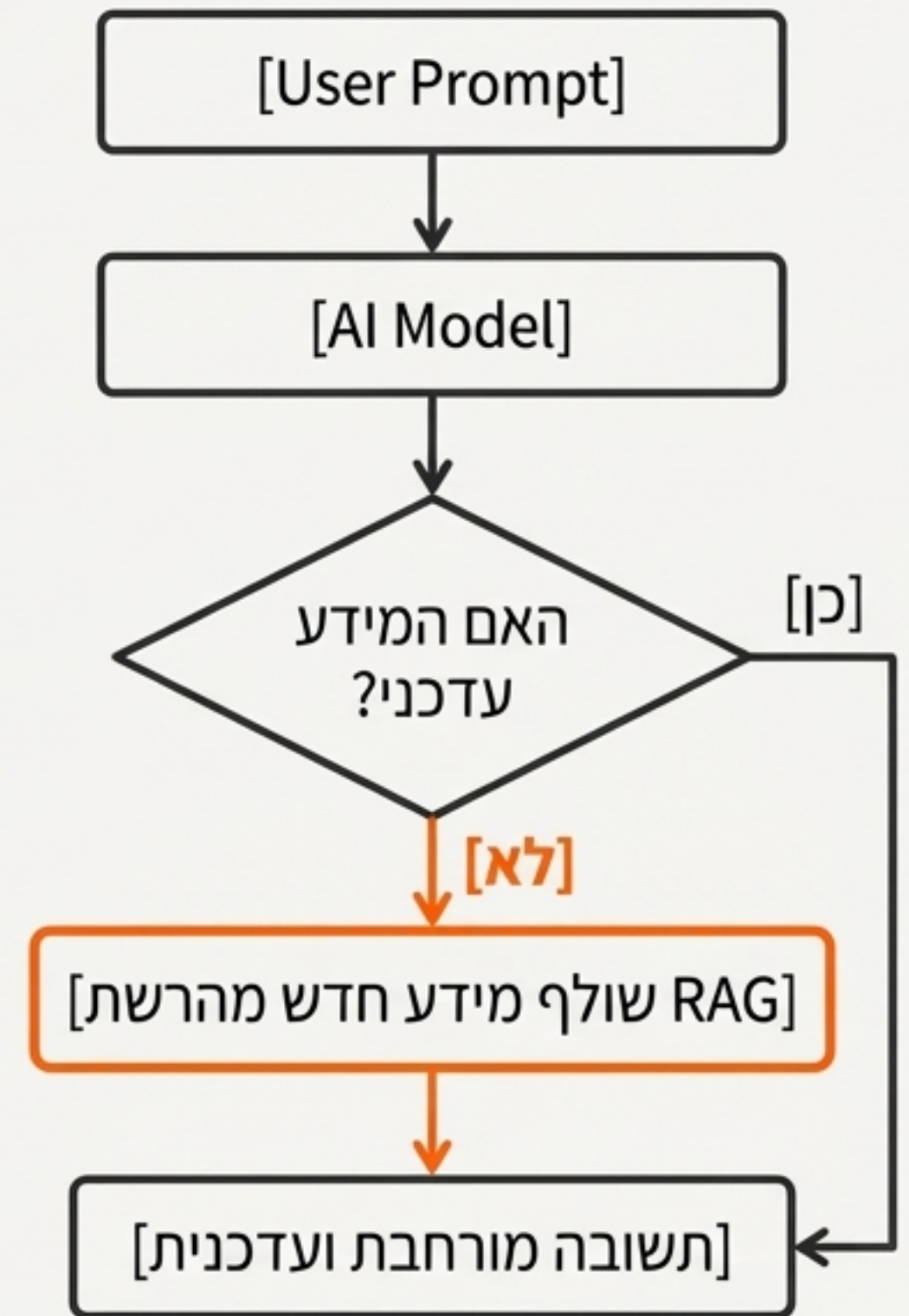
1. **קבצו רעיונות קשורים יחד:** אל תפזרו נקודה חשובה על פני מספר פסקאות.
2. **שמרו על מיקוד:** כל מקטע (section) צריך לעסוק ברעיון מרכזי אחד.
3. **הימנעו מכתובה קצרה ומקוטעת כמו FAQ:** המטרה היא זרימה לוגית, לא רשימת תשובות.



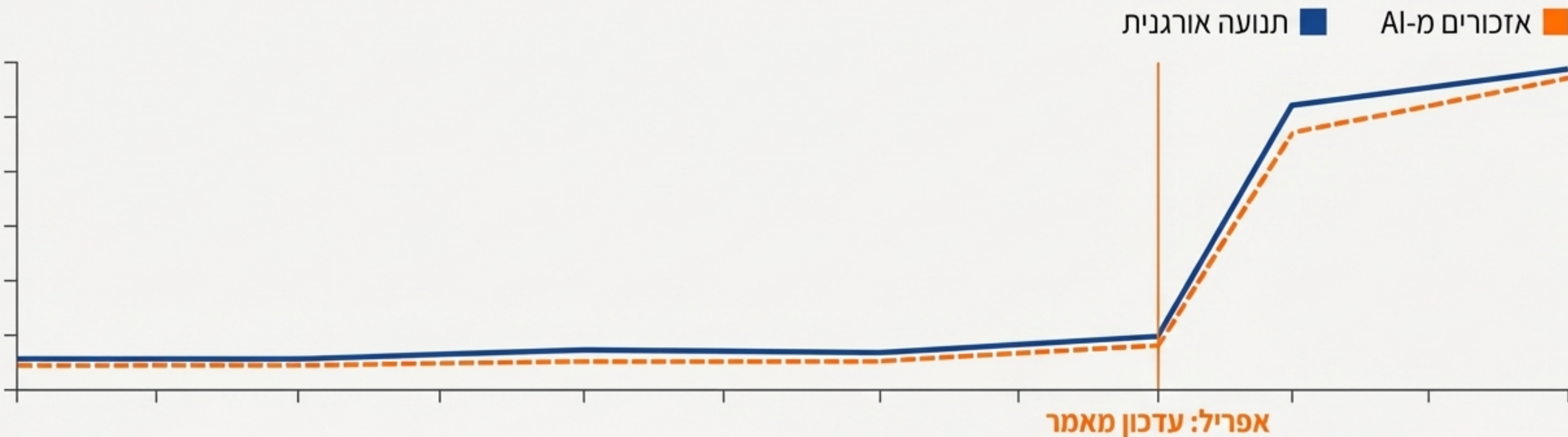
מהלך 44: עדכניות היא אחזור, לא רק אות דירוג

הנתון המרכזי: תוכן המצוטט על ידי AI הוא בממוצע **25.7% עדכני יותר** מתוכן המופיע בתוצאות הרגילות של גוגל. ChatGPT ו-Perplexity אף נותנים עדיפות גבוהה יותר לתוכן חדש ומציגים ציטוטים מהחדש לישן.

הסבר טכני: זה קורה בגלל תהליך שנקרא **RAG** (Retrieval-Augmented Generation).
אם ל-AI אין תשובה בנתוני האימון שלו, או אם הנושא חדש ומתפתח, RAG נכנס לפעולה ו"שולף" את המידע העדכני ביותר מהרשת כדי למלא את הפערים.



הוכחה בשטח: כך עדכון תוכן אחד הזניק את HubSpot



מקרה מבחן:

- באפריל, HubSpot עדכנו את המאמר שלהם על "רעיונות לעסקים קטנים".
- התוצאה: **זינוק מסיבי** בתנועה האורגנית, ובמקביל, **זינוק זהה באזכורים מ-AI לאותו עמוד**, שיצר מעל 1,000 אזכורים חדשים (לפי Ahrefs Brand Radar).

פעולות ליישום:

1. זהו דפים שיכולים להרוויח מעדכונים שוטפים.
2. הכניסו אותם לסבב עדכונים קבוע.
3. עדכנו עובדות, הוסיפו ציטוטים או נתונים חדשים, הסירו מידע לא רלוונטי, ושנו את תאריך הפרסום כאשר העדכון מהותי.

רגע, עצרו הכל. בדיקה קריטית של 2 שניות.

הבעיה: לפני שאתם עושים כל דבר אחר, ודאו שבוטים של AI בכלל יכולים לסרוק תתות את האתר שלכם. זה נשמע מובן מאליו, אבל זה זה לא.

נתון מדאיג: במחקר שלנו על 140 מיליון אתרים, גילינו שכ-**5.9% חוסמים את הבוט של OpenAI (GPTBot) לבדו.**

הפעולה: לכו ל-`yourdomain.com/robots.txt` וודאו שאתם לא חוסמים בטעות את המערכות בטעות את המערכות שאתם מנסים להופיע בהן.

robots.txt	
לא תקין	תקין
User-agent: GPTBot Disallow: / ❌	User-agent: GPTBot Allow: / ✅

מהלך #5: גונו או הישאר מאחור

ההפתעה בנתונים: השוונו את 50 הדומיינים המוזכרים ביותר ב-Google AI, ChatGPT, ו-Perplexity.



ורק 7 דומיינים הופיעו בכל שלוש הרשימות.

המסקנה: זה אומר ש-**86% מהמקורות הם ייחודיים לכל פלטפורמה**. שליטה באקוסיסטם אחד לא מבטיחה לכם שום דבר באחרים.

איך להתאים את האסטרטגיה לכל פלטפורמה?



Google AI Overviews

נשען בכבודות על **YouTube**,
Reddit, **Quora**



ChatGPT

מעדיף **אתרי חדשות ופרסום** כמו
Associated Press ו-Reuters



Perplexity

נוטה לצטט **אתרי נישה** או **אתרים**
אזוריים (בריאות, פיננסים, בלוגים
מקומיים).

מדריך מעשי (עם Ahrefs Brand Radar):

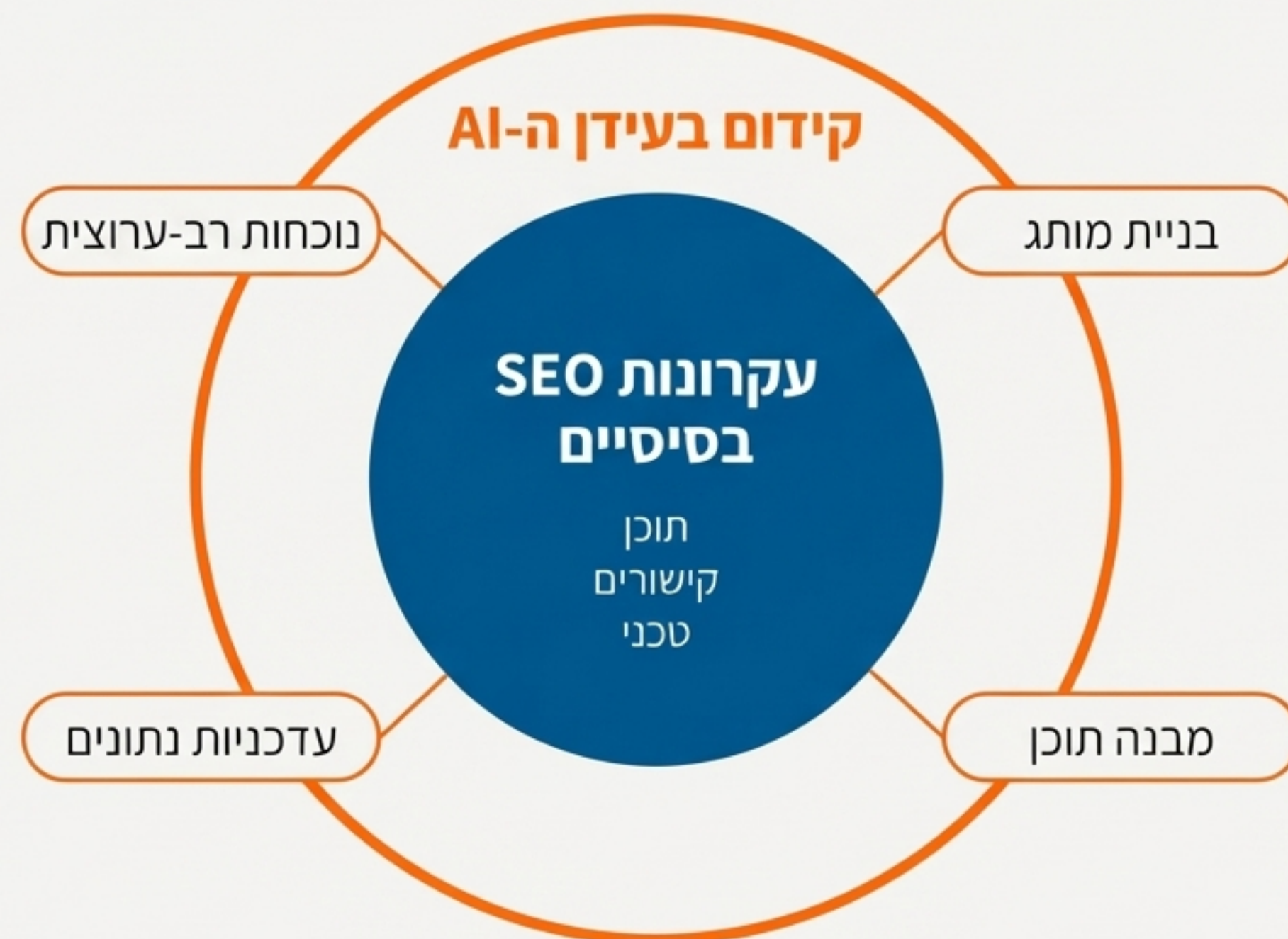
1. הכניסו את המותג, המתחרים והנישה.
2. סננו לפי פלטפורמת ה-AI שמעניינת אתכם.
3. השתמשו בפילטר "**Others Only**" כדי לראות היכן המתחרים מוזכרים ואתם לא.
4. עברו לדוח "**Cited Pages**" כדי לקבל רשימה מדויקת של דפים לפנות אליהם.
5. שטפו, יבשו, וחזרו על הפעולה עבור הפלטפורמה הבאה.

אז מה השתנה? הכל וכלום.

התמונה הגדולה: הרבה מהעצות האלה
אולי נשמעות מוכרות, כי קידום עבור AI
הוא עדיין, בבסיסו, SEO.

ההבדל המהותי: צריך לחשוב רחב יותר.
מיפויים:

- זה כבר לא רק תוכן וקישורים.
- זה לבנות מותג ולהופיע בכל מקום
שהקהל שלכם כבר נמצא בו.



האמת שאיש עדיין לא אומר בקול רם

הכנות: אף אחד עדיין לא יודע בוודאות של 100% איך לעשות אופטימיזציה מלאה לחיפוש AI. התחום עדיין חדש מדי.

מה הלאה?

- כרגע, כל מה שיש לנו זה הנתונים שניתחנו.
- השלב הבא דורש מאנשי מקצוע לצאת לשטח, לבדוק השערות, ולשתף את התוצאות.

הקריאה לפעולה: הפלייבוק האמיתי ייכתב על בואו נבנה אותו ביחד.

