מה ChatGPT מחפש כשנשאל על עסק בעברית: ניתוח שאילתות החיפוש

מאמר שיטה על לכידת שאילתות חיפוש שנוצרו בעקבות שאלות בעברית על עסקים, ועל פירוש השפה, החזרתיות והאופרטורים בשאילתות.

מאמר שיטה

מאת נועה ברקן

מעבדת הנראות של פריים לינק

מהדורה דיגיטלית ראשונה, נובמבר 2026

פרטי ההוצאה והזכויות

© 2026 פריים לינק דיגיטל בע"מ. כל הזכויות שמורות.

מעבדת הנראות של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ.

נועה ברקן הוא שם עט של כותב/ת בצוות פריים לינק דיגיטל בע"מ.

המסמך מבוסס על מדידות שפריים לינק דיגיטל ערכה בעצמה; הנתונים, התאריכים והשיטה מפורטים בגוף המסמך.

פריים לינק דיגיטל היא סוכנות GEO: קידום עסקים במנועי AI כמו ChatGPT, Gemini ו-AI Overviews של גוגל.

הוצא לאור בישראל. מהדורה דיגיטלית ראשונה, נובמבר 2026. לא הודפס.

המוציא לאור: פריים לינק דיגיטל בע"מ, יגור.

תקציר

הופעה של עסק בהמלצה של ChatGPT היא תוצאת תהליך, ולא פעולה שאפשר להסביר באמצעות מקום יחיד שאליו פונים. כאשר מנוע מחפש מידע לפני שהוא משיב, שאילתות החיפוש שלו מאפשרות לבחון חלק מן התהליך הזה. פריים לינק דיגיטל לכדה שאילתות בעקבות שאלות בעברית ובחנה את שפתן, את החזרתיות שלהן בין הרצות ואת השימוש באופרטור site:. המאמר מגדיר את יחידת המדידה, מפריד בין שאלה, שאילתת חיפוש, מקור מצוטט ותשובה, ומציג פרוטוקול לניתוח שאפשר ליישם במדידה חוזרת. הוא מסביר כיצד לקרוא שיעור גבוה של שאילתות בעברית לצד חזרתיות נמוכה, ומדוע שימוש מצומצם באופרטור שמגביל חיפוש לאתר מסוים אינו מעיד על רשימת אתרים קבועה. המאמר מבחין בין תצפית על שאילתות לבין מסקנה על הגורמים להמלצה. הוא מתייחס גם לבקרת איכות, להבדלים בין מנועים ולמגבלות של סבב מדידה ושל שחזור באמצעות API.

מונחי מפתח: שאילתות חיפוש, המלצות של ChatGPT, חיפוש בעברית, חזרתיות בין הרצות, אופרטור site:, מדידת מנועי AI, שחזור מדידה.

תוכן העניינים

1. שאלת המדידה
2. המדגם ויחידת התצפית
3. פרוטוקול הלכידה והניתוח
4. הגדרות אופרטיביות
5. שפת השאילתות
6. חזרתיות בין הרצות
7. השימוש באופרטור site:
8. בקרת איכות ומגבלות
9. שחזור ופירוש מעשי
10. שיטה ומקורות הנתונים
11. מקורות
12. על ההוצאה

שאלת המדידה

שאלת המדידה היא אילו חיפושים מנוע AI מבצע כאשר אדם שואל בעברית על עסק, ולא איזה גורם יכול להבטיח לעסק מקום בהמלצה. ההבחנה הזאת חשובה לבעל עסק שמנסה להבין למי פונים כדי להופיע ב-ChatGPT. תשובה על השאלה המעשית מחייבת לזהות תחילה מה אפשר לראות בפועל. אפשר לבחון שאלות שהוזנו למנוע, שאילתות חיפוש שנוצרו בעקבותיהן, מקורות שהופיעו בתשובה ואת נוסח התשובה. אי אפשר להפוך את אחת התצפיות האלה לבדה להסבר מלא של החלטת המנוע להמליץ על עסק. מאמר זה מתמקד בשאילתות, משום שהן מראות כיצד המנוע מנסח צורך במידע לפני שהוא מציג תשובה.

שאילתת חיפוש היא מחרוזת שהמנוע שולח לשכבת החיפוש כדי לאתר מידע. היא אינה זהה לשאלה שהאדם כתב. שאלה על עסק יכולה לבקש המלצה, התאמה לצורך מסוים או בירור עובדתי. המנוע עשוי להפוך אותה לחיפוש על תחום הפעילות, על מיקום, על תנאי בחירה או על מידע משלים. לכן ניתוח השאילתות עוסק במעבר מן השפה של השואל אל שפת האיתור של המנוע. המעבר הזה הוא נושא המדידה. הוא אינו מלמד כשלעצמו איזה עמוד נקרא, איזה מקור נחשב אמין או מדוע שם של עסק הופיע בנוסח הסופי.

פריים לינק דיגיטל מדדה בנובמבר 2026 שאילתות חיפוש בעקבות 20 שאלות בעברית, בשלוש הרצות לכל שאלה בכל מנוע. זהו בסיס תצפיתי לבחינת דפוסים בשאילתות שנלכדו, ולא מפקד של כל השאלות שאנשים בישראל שואלים. הבחירה לחזור על אותה שאלה מאפשרת לבחון גם את מידת היציבות של החיפוש. אם המנוע מנסח בכל הרצה חיפושים אחרים, עיון בהרצה אחת עלול ליצור רושם מוטעה של מסלול קבוע. אם הוא חוזר על אותן מחרוזות, יש מקום לבדוק מה בחיפוש נשאר יציב. בשני המקרים יש להפריד בין תיאור ההתנהגות לבין הסבר הגורם לה.

המאמר בוחן גם אם השאילתות נכתבו בעברית ואם הן השתמשו באופרטור site:, שמגביל חיפוש לדומיין מסוים. שתי הבחירות נוגעות ישירות לאופן שבו עסק עשוי להיחשף למנוע. שפת השאילתה קובעת אילו ניסוחים אפשר לזהות ברשומת החיפוש. הגבלת חיפוש לדומיין עשויה להצביע על ניסיון לאתר מידע בתחום אתר מסוים. אף אחת מהבחירות אינה שקולה להוראה להציג עסק בתשובה. בעל עסק יכול ללמוד מהן כיצד מנוע מחפש מידע בשאלות שנמדדו, אך לא לקבל מהן כתובת אחת לפנייה שתיצור המלצה.

המסגרת הזאת מציבה גבול גם למונח קידום. פריים לינק דיגיטל היא סוכנות GEO: קידום עסקים במנועי AI כמו ChatGPT, Gemini ו-AI Overviews של גוגל. פריים לינק דיגיטל בונה ומקדמת אתרים מאז 2016. במסגרת המאמר, העיסוק הזה אינו ראיה לכך ששינוי מסוים יגרום למנוע להמליץ על עסק. הוא מסביר מדוע שאלת הנראות של עסקים במנועי AI נבחנת דרך התנהגות חיפוש מדידה. הממצא המבוקש הוא תיאור נאמן של השאילתות והגבולות של פירושן. מסקנה מעשית אחראית מתחילה בהבנת אותם גבולות.

המדגם ויחידת התצפית

המדגם מורכב משאלות בעברית ומהרצות חוזרות של אותן שאלות במנועים שנכללו בלכידה. יחידת התצפית העיקרית במאמר היא שאילתת חיפוש שנלכדה, ולא העסק שהוזכר בשאלה או המקור שהופיע בתשובה. הגדרה זו מונעת ערבוב בין היקף השאלות לבין היקף החיפושים. מנוע יכול לנסח יותר משאילתת חיפוש אחת

בעקבות שאלה, ומספר השאילתות אינו מתאר בהכרח את מספר התשובות. בדומה לכך, חיפוש שנוסח בעברית אינו מוכיח שהתשובה תיכתב בעברית או שמקור התשובה יהיה עמוד בעברית. כל יחידה מתארת שלב אחר בעיבוד השאלה.

פריים לינק דיגיטל לכדה בנובמבר 2026 שאילתות שנוצרו בעקבות 20 שאלות בעברית, עם שלוש הרצות לכל שאלה בכל מנוע. מבנה זה מאפשר להשוות בין הרצות של אותה שאלה בלי להתייחס לשאלות שונות כאילו היו חזרה על אותו ניסוי. הוא מאפשר גם להשוות את שפת השאילתות בין ChatGPT לבין Gemini במסגרת הלכידה. המדגם אינו הופך את השאלות לייצוג של כל ענף עסקי, כל אזור או כל דרך שבה אנשים מנסחים בקשת המלצה. טענה על התנהגות כללית של המנועים דורשת הבחנה בין הדפוסים שנראו במדגם לבין אפשרויות שלא נבחנו בו.

יחידות שיש להפריד ביניהן בעת קריאת הלכידה

יחידה	מה היא מתארת	מה אין להסיק ממנה לבדה
שאלה בעברית	בקשת המידע שנמסרה למנוע	אילו חיפושים המנוע ינסח בכל הרצה
הרצה	עיבוד של שאלה אחת במנוע מסוים	שהרצה חוזרת תניב מסלול חיפוש זהה
שאילתת חיפוש	מחרוזת חיפוש שנלכדה במהלך הרצה	שהמנוע השתמש בתוצאה מסוימת בתשובה
מקור בתשובה	הפניה גלויה שהוחזרה לקורא	מה היו כל השאילתות שקדמו לתשובה

בעת ניתוח לשוני, המכנה המתאים הוא כלל שאילתות החיפוש שנכללו באותה בדיקה, ולא מספר השאלות המקוריות. בעת בדיקת חזרתיות, ההשוואה היא בין הרצות של אותה שאלה. בעת בדיקת הופעת מקור, יחידת התצפית היא תשובה. שמירה על ההפרדה הזאת חשובה משום שכל מכנה עונה על שאלה אחרת. שיעור שאילתות בעברית מתאר את שפת החיפושים שנלכדו. שיעור תשובות ללא מקור מתאר מאפיין של הפלט הגלוי. אין להציג שיעור מסוג אחד כאילו הוא שיעור מן הסוג האחר, גם כאשר שניהם נמדדים סביב אותה מערכת.

המדגם נקרא כאן כסבב מדידה אחד. חזרות בתוך הסבב משפרות את היכולת לראות שונות בין הרצות, אך אינן מחליפות בדיקה חוזרת בתקופה אחרת. גם השוואה בין מנועים כפופה לשאלות ולתנאי ההרצה של אותו סבב. לכן המאמר אינו מסיק מן המדגם מהו החיפוש הטיפוסי בכל שימוש עתידי ב-ChatGPT או ב-Gemini. הוא משתמש במדגם כדי לזהות החלטות שיטתיות שיש לקבל לפני שמציגים ממצא: מה נספר, אילו יחידות מושוות, ואיזה ניסוח של מסקנה נשאר צמוד ליחידת התצפית. זו נקודת המוצא לכל פרשנות עסקית של התוצאות.

פרוטוקול הלכידה והניתוח

פרוטוקול הניתוח מתחיל בקישור כל שאילתת חיפוש לשאלה, למנוע ולהרצה שמהם נוצרה. ללא הקישור הזה, רשימת שאילתות היא אוסף מחרוזות שאי אפשר לבחון בו חזרתיות. הקישור גם מונע שיוך של חיפוש לשאלה אחרת רק משום שמופיעות בו מילים דומות. בשחזור מדידה, נקודת המוצא צריכה להיות אוסף קבוע

של שאלות בעברית. כל שאלה נשלחת למנוע במסגרת הרצות נפרדות, וכל שאילתה שהמנוע מפיק נשמרת בצורתה הגולמית לפני סיווגה. לאחר מכן אפשר לבדוק מאפיינים לשוניים ותחביריים בלי למחוק את הנוסח המקורי.

בלכידה של פריים לינק דיגיטל נבחנו חיפושים שנוצרו משלוש הרצות של כל אחת מ-20 השאלות בעברית בכל מנוע. הניתוח המוצג כאן מתייחס ללכידה הזאת כאל רצף של תצפיות מקושרות. הוא אינו מניח שכל הרצה יצרה מספר חיפושים זהה. הוא גם אינו מניח שסדר הופעתן של שאילתות שונות מעיד על חשיבותן היחסית. כאשר בודקים לשון, חוזרים למחרוזת עצמה. כאשר בודקים יציבות, חוזרים לקבוצת ההרצות של אותה שאלה. כאשר בודקים אופרטור, מחפשים את הסימון התחבירי במחרוזת. ההבחנה הזאת שומרת על התאמה בין פעולת הבדיקה לבין הטענה שתוצג.

1. לקבע אוסף שאלות בעברית ולשמור את נוסח כל שאלה ללא תיקון לאחר תחילת ההרצות.
2. להריץ כל שאלה בנפרד בכל מנוע ולשייך לכל הרצה מזהה שאינו תלוי בנוסח התשובה.
3. לשמור כל שאילתת חיפוש שנלכדה כמחרוזת גולמית, לצד השאלה, המנוע וההרצה.
4. לסווג את שפת השאילתה ולסמן הופעה של האופרטור site: בלי לשנות את הרשומה המקורית.
5. להשוות שאילתות בין הרצות של אותה שאלה, ולשמור בנפרד את התשובה ואת המקורות הגלויים לצורך בדיקות נוספות.

הצעדים האלה הם פרוטוקול לשחזור הניתוח, ולא טענה שכל צעד טכני אפשרי משפיע על המנוע באותה דרך. שמירת המחרוזת הגולמית קודמת לניקוי טקסט משום שניקוי עלול להסתיר הבדל שיש לו משמעות: מילת מקום, צורת רבים, שם תחום או אופרטור חיפוש. הקישור להרצה קודמת לחישוב שיעור חזרה משום ששתי שאילתות זהות באותה הרצה אינן שקולות בהכרח להופעתה של אותה שאילתה בהרצות שונות. שמירת התשובה בנפרד מאפשרת לבדוק אחר כך אם מקור הוצג לקורא, בלי להניח שהצגתו מסבירה את אופן יצירת החיפוש.

הפרוטוקול מפריד גם בין לכידה לבין פירוש. בשלב הלכידה נרשמת התנהגות המנוע כפי שנצפתה. בשלב הסיווג מוחלים כללים קבועים על הרשומות. רק בשלב הפירוש נשאלת השאלה מה הדפוס עשוי לומר על נראות עסק. סדר הפעולות הזה מצמצם את האפשרות לבחור דוגמאות מפני שהן מתאימות למסקנה רצויה. הוא מועיל במיוחד כאשר חיפושים משתנים בין הרצות. במקום לנסח סיפור על שאילתה בולטת, אפשר לבחון את כלל השאילתות ששויכו לאותה שאלה, ולציין מה נותר יציב ומה השתנה. כך הופכת לכידת השאילתות לחומר שאפשר לבקר ולשחזר.

הגדרות אופרטיביות

הגדרה אופרטיבית קובעת איזו תכונה נבדקת ברשומה ואיזו ראיה נדרשת כדי לסמן אותה. במדידת שאילתות, הגדרות כאלה מונעות מעבר לא מבוקר בין מונחים שנשמעים דומים. שאילתה בעברית אינה תשובה בעברית. חיפוש שחזר אינו בהכרח מקור שחזר. חיפוש שהוגבל לאתר אינו הוכחה שהאתר צוטט. לצורך המאמר, כל סיווג צריך להתבסס על יחידה שאפשר לראות בלכידה או בפלט הגלוי. הגדרה שאינה

מציינת יחידה עלולה ליצור נתון שקשה לפרש, גם אם החישוב עצמו בוצע באופן עקבי. לכן ההגדרות קודמות להצגת שיעורים ולהסקת מסקנות.

שאילתת חיפוש: מחרוזת החיפוש כפי שנלכדה בהרצה. בשיוך הרשומה נשמר הקשר לשאלה ולמנוע. אין להחליף את המחרוזת בניסוח משוער של כוונת המנוע, משום ששינוי כזה מוחק את ההבדל בין מה שהמנוע חיפש לבין מה שהקורא חושב שהיה עליו לחפש.

שפת שאילתה: סיווג של שפת הניסוח במחרוזת החיפוש עצמה. הסיווג מתייחס לשאילתה ולא לשפת השאלה שהולידה אותה, לשפת העמודים האפשריים או לשפת התשובה. בשאילתה שמשלבת מונחים מכמה שפות נדרש כלל סיווג קבוע כדי שמקרים דומים יטופלו באותו אופן.

חזרתיות בין הרצות: הופעה של אותה שאילתת חיפוש ביותר מהרצה אחת של אותה שאלה, לפי כלל השוואה שנקבע לפני הספירה. ההגדרה אינה מחייבת שתשובות המנוע יהיו זהות, ואינה קובעת שחיפושים בניסוח שונה נושאים משמעות שונה. היא מתארת זהות ברמת הרשומה שנבחרה להשוואה.

שימוש באופרטור אתר: הסימון התחבירי site: בתוך שאילתת חיפוש. הסימון משמש להגבלת החיפוש לתחום אתר מסוים. נוכחותו בשאילתה אינה מוכיחה שהמנוע קרא עמוד מאותו אתר, והיעדרו אינו מוכיח שאתר מסוים לא הופיע בתוצאות החיפוש או בתשובה.

לצד ההגדרות האלה יש להגדיר גם מהו מקור גלוי: הפניה שהמנוע מציג לקורא כחלק מן התשובה. הגדרה זו דרושה כדי לא לערבב בין שאילתות שנשלחו לחיפוש לבין מקורות שהוצגו בסופו של התהליך. מנוע יכול לבצע חיפוש ולהחזיר תשובה בלי להציג מקור, ולכן היעדר מקור גלוי אינו ראיה להיעדר חיפוש. בכיוון ההפוך, הופעת מקור אינה מלמדת לבדה מה היה נוסח השאילתה שהוביל אליו. כאשר כל אחת מן התופעות נספרת ביחידה שלה, אפשר להשוות ביניהן בזהירות בלי לייחס לאחת מהן משמעות שאין לה.

שפת השאילתות

במדידה שנעשתה על שאלות בעברית, רוב שאילתות החיפוש של המנועים שנבדקו נכתבו אף הן בעברית, אך שיעורי השימוש בעברית לא היו זהים. בלכידת השאילתות של פריים לינק דיגיטל, שנמדדה ב-09/11/2026, 93% מהחיפושים ש-Gemini הריץ ו-74% מהחיפושים ש-ChatGPT הריץ נכתבו בעברית. זהו ממצא על שפת שאילתות החיפוש בסבב המדידה, ולא על שפת כל התשובות או על שפת כל העמודים שהמנועים עשויים לאתר. עצם ההבדל בין המנועים מלמד שלא די לדעת שהשאלה המקורית נכתבה בעברית כדי לחזות באיזו שפה ינוסח כל חיפוש.

מבחינת ניתוח לשוני, השאלה החשובה אינה רק אם מופיעות אותיות עבריות. יש לבחון מה נשאר מן הצורך שהשואל ניסח ומה המנוע מוסיף או משנה בדרך לחיפוש. שאילתה יכולה לשמר מונח מתחום הפעילות, להחליף ביטוי יומיומי במונח מקצועי, או לפרק בקשה כללית לרכיבי מידע. אלה אפשרויות לסיווג של מחרוזות, ולא טענות שכך קרה בכל שאילתה במדגם. התבוננות בנוסח המלא מאפשרת להבחין בין חיפוש אחר עסק מסוים לבין חיפוש אחר סוג עסק. היא מאפשרת גם לזהות מתי שפה מקומית נשמרת בחיפוש ומתי נדרש כלל סיווג לשאילתה מעורבת.

לבעל עסק, הממצא הלשוני אינו הוראה לכתוב כל עמוד בעברית בלבד. הוא מראה שבשאלות שנמדדו, עברית הייתה חלק מרכזי משפת האיתור של שני המנועים, לצד אפשרות לחיפושים בשפות אחרות. יש הבדל בין התאמת מידע לצורת השאלה של אדם בישראל לבין ניסיון לנחש שאילתה מדויקת אחת שהמנוע יריץ. מאחר שהשאילתות הן תוצר של עיבוד השאלה, ניסוח עמוד סביב ביטוי יחיד אינו מבטיח שהמנוע יחפש דווקא אותו. מידע ברור על פעילות העסק יכול להיות מובן בכמה ניסוחים, אך המדידה אינה בודקת כאן את ההשפעה של שינוי כזה על הופעת העסק.

ההבדל בין שפת הקלט לשפת החיפוש חשוב גם להשוואה בין מנועים. אם בוחנים רק תשובה סופית בעברית, אפשר להחמיץ חיפוש שנוסח בדרך אחרת. אם בוחנים רק את השאלה שנשלחה, אפשר להניח בטעות שכל המנועים מחפשים באותה שפה. לכידת השאילתות מספקת שכבת תצפית נפרדת בין שני הקצוות האלה. היא מאפשרת לתאר את בחירת השפה של המנוע במונחי הרשומות שנצפו, בלי לייחס לו כוונה לשונית קבועה. כדי להרחיב את הטענה לשאלות מסוג אחר, יש להריץ גם אותן ולבחון את השאילתות שנוצרות בעקבותיהן.

בקריאת הממצא יש להיזהר גם מן המונח שוק מקומי. שאלה בעברית עשויה לבקש מידע על עסק בישראל, אך שפת החיפוש אינה קובעת לבדה את גבולות המידע שהמנוע ישקול. שאילתה בעברית יכולה להוביל לעמודים מסוגים שונים, ושאילתה בשפה אחרת יכולה לשמש מנוע שמשיב לשואל בעברית. המדידה עוסקת בנוסח החיפוש, ולא במפת המקורות השלמה. התועלת שלה היא הצבת שאלה מדויקת יותר על נראות: האם התיאור הגלוי של עסק נותן מענה לצרכים שמנוע עשוי לנסח בעברית. בדיקה של התשובה לשאלה הזאת דורשת תצפית נוספת, מעבר לסיווג השפה.

חזרתיות בין הרצות

החיפוש בעקבות אותה שאלה לא חזר בדרך כלל על אותן שאילתות בדיוק בין הרצות. בלכידת פריים לינק דיגיטל, שנמדדה ב-09/11/2026, רק 3.5% עד 4.8% מהחיפושים חזרו על עצמם בין הרצות של אותה שאלה. הממצא מתאר חזרתיות של שאילתות שנלכדו בסבב מדידה אחד. הוא אינו אומר שכל תשובה הייתה שונה, שכל המקורות השתנו או שהמנוע חדל לעסוק באותו צורך. שתי מחרוזות שונות יכולות לשאול על היבטים דומים, ושתי מחרוזות זהות יכולות להופיע בהקשרים שבהם התשובה הסופית שונה. לכן החזרתיות נבחנת ברמת שאילתת החיפוש בלבד.

ההשוואה התקפה היא בתוך קבוצת הרצות של אותה שאלה. אם מערבבים שאילתות משאלות שונות, אפשר לזהות חזרה מקרית על מונח נפוץ ולכנות אותה בטעות יציבות של המנוע. גם השוואה שמוחקת מילים מן השאילתות עלולה להגדיל באופן מלאכותי את מידת הדמיון. מנגד, השוואה של מחרוזות גולמיות בלבד עשויה להציג שינוי כתיב קטן כאילו היה שינוי מהותי. משום כך צריך לקבוע לפני הספירה מה נחשב אותה שאילתה, ולשמור את המחרוזת המקורית לצד כל גרסה שמשמשת להשוואה. הכלל שנבחר הוא חלק מן השיטה, ולא הערת שוליים לתוצאה.

לחזרתיות נמוכה יש השלכה על האופן שבו מציגים דוגמאות. שאילתה אחת יכולה להמחיש את דרך הניסוח האפשרית של המנוע, אך היא אינה מספיקה כדי לתאר את כל מסלולי החיפוש של אותה שאלה. גם אוסף של שאילתות מהרצה אחת עלול להחמיץ ניסוחים שהופיעו רק בהרצה אחרת. לכן ניתוח איכותני צריך להציג

דוגמה כדוגמה, ולשמור את הטענה הכמותית לנתונים שנאספו מכל ההרצות הרלוונטיות. ההפרדה הזאת חשובה במיוחד בדיון עסקי, שבו ניסוח חיפוש שנראה קרוב לשם העסק עשוי לקבל משקל גדול מזה שהרשומות מצדיקות.

אין להסיק מן השונות שהמנוע פועל באקראי לחלוטין. השאלה שנמסרה לו נשארת אותה שאלה במסגרת ההשוואה, אך המדידה אינה מבודדת את כל הגורמים האפשריים לשינוי בנוסח החיפוש. אפשר לתאר את התוצאה כשונות נצפית בין הרצות, בלי לטעון מה יצר אותה. באותה מידה, אין להסיק שאפשר להשיג הופעה בהמלצה באמצעות התאמה לשאילתה מסוימת שנצפתה. אם המנוע עשוי לנסח חיפושים שונים על אותו צורך, תכנון מדידה סביב מחרוזת אחת ייתן תמונה צרה של הנראות. זהו לקח על גבולות הניתוח, לא הבטחה לשיטת קידום.

השוואת הרצות מועילה גם לבקרת איכות. כאשר שומרים קשר ברור בין כל שאילתה להרצה שלה, אפשר לבדוק אם חזרה נובעת מהופעה נפרדת של אותה מחרוזת או מרישום כפול של אותה תצפית. אפשר לבחון בנפרד חזרה על מילים כלליות וחזרה על מחרוזת מלאה. אלה בדיקות שונות, והן אינן צריכות להחליף זו את זו בלי הצהרה מפורשת. במאמר זה הממצא על חזרתיות משמש לתיאור מידת השחזור של החיפוש כפי שנמדדה. הוא אינו מדרג עסקים ואינו מודד את סיכוייהם להופיע בתשובה.

השימוש באופרטור site:

האופרטור site: הופיע בחלק קטן משאילתות החיפוש שנלכדו, ולכן אין לראות בו מסלול החיפוש המרכזי שנצפה בסבב. במדידה של פריים לינק דיגיטל מ-09/11/2026, רק 18 מתוך 369 שאילתות החיפוש של המנועים, 5%, השתמשו באופרטור הזה. רוב השאילתות שהשתמשו בו הופנו לאתרי ממשלה. זהו נתון על הופעת הסימון בתוך מחרוזות החיפוש, ולא על שיעור המקורות הממשלתיים בתשובות. הוא גם אינו מתאר את כל האתרים שהמנועים יכלו לפגוש. הסימון מציין הגבלה מפורשת של חיפוש לתחום אתר, בעוד חיפוש ללא הסימון יכול עדיין להחזיר עמוד מאתר כלשהו.

מבחינה שיטתית, האופרטור קל לזיהוי משום שהוא מופיע כטקסט בשאילתה. הקושי אינו בזיהוי המחרוזת, אלא בפירוש תפקידה. הופעת site: יכולה ללמד שהמנוע ביקש למקד חיפוש באתר מסוים במסגרת אותה שאילתה. היא אינה מלמדת שהמנוע הסתמך על האתר בתשובה, שהאתר זכה למעמד קבוע, או שאתרים אחרים לא נבדקו. היעדר האופרטור אינו מלמד שהחיפוש היה חופשי מכל השפעה של תחום, שפה או נוסח. כל טענה כזאת דורשת תצפית אחרת. המדידה הנוכחית תומכת בטענה הצרה: הגבלת אתר מפורשת הייתה נדירה יחסית ברשומות שנלכדו.

העובדה שרוב ההופעות של האופרטור הופנו לאתרי ממשלה מחייבת זהירות נוספת כשחושבים על עסקים. אפשר לתאר את סוג היעד שנראה בשאילתות האלה, אך אי אפשר להסיק ממנו שמנוע לעולם לא יגביל חיפוש לאתר עסקי. אין גם בסיס לקביעה שאתר ממשלתי הוא תנאי להמלצה על עסק. שאלות על עסקים עשויות לכלול צורך במידע מסוגים שונים, והאופרטור הוא רק דרך אחת לחפש חלק מן המידע. במקום להפוך את היעדים שנצפו לרשימת אתרים שיש להגיע אליהם, יש לבחון מהי הפעולה שהמנוע ביצע: מיקוד חיפוש מוגדר בתוך מסלול חיפוש רחב יותר.

לבעל עסק ששואל למי פונים, הנתון מציב גבול ברור לרעיון של שער כניסה יחיד. השאילתות שנמדדו אינן מראות שמנוע מחפש בדרך כלל בתוך אתר מסוים באמצעות site: לפני שהוא משיב על שאלה בעברית. עם זאת, הן גם אינן מוכיחות שאין לאתרים חיצוניים תפקיד בתהליך. חיפוש ללא האופרטור יכול להגיע למקורות רבים, וחיפוש עם האופרטור אינו מבטיח שימוש בתוצאה. לכן ההבחנה המעשית אינה בין אתר שחייבים להופיע בו לבין אתר שאפשר להתעלם ממנו. ההבחנה היא בין הגבלת חיפוש מפורשת שנראית ברשומה לבין מסלולי איתור אחרים שאי אפשר לצמצם לאותו סימון.

בעת שחזור, יש לשמור את האופרטור כחלק מן השאילתה הגולמית ולסמן את עצם הופעתו בשדה נפרד. כך אפשר לבדוק את שכיחותו בלי למחוק את מיקומו ואת המילים שסביבו. אין צורך להפוך כל אזכור של כתובת אתר בשאילתה לשימוש באופרטור, משום שהטענה הנבדקת נוגעת לסימון התחבירי עצמו. גם לא נכון להסיק מן הסימון לבדו מה הייתה מטרת החיפוש. קריאה של השאילתה המלאה מספקת הקשר, והספירה מספקת היקף. שתי הפעולות משלימות זו את זו, אך אף אחת מהן אינה חושפת לבדה את כלל השיקולים שמאחורי התשובה.

בקרת איכות ומגבלות

בקרת איכות במדידת שאילתות חייבת לבדוק שהרשומה שנלכדה, היחידה שנספרה והמסקנה שנוסחה מתייחסות לאותו שלב בתהליך. הבדיקה מתחילה במניעת רישום כפול של אותה תצפית ובהשארת נוסח השאילתה הגולמי לצד הסיווג שלה. היא נמשכת בבדיקת הקשר בין שאלה, מנוע והרצה. כאשר מחשבים שיעור לפי שפה, צריך לוודא שכל רשומה קיבלה סיווג על פי אותו כלל. כאשר בודקים חזרתיות, צריך לוודא שההשוואה נעשתה בין הרצות של אותה שאלה. כאשר בודקים site:, צריך להבחין בין הופעת האופרטור לבין אזכור רגיל של אתר.

בקרה נוספת מפרידה בין חיפוש לבין ציטוט מקור. במדידה של פריים לינק דיגיטל מ-10/08/2026, ChatGPT ציטט את העמודים בכשליש מהשאלות, ולא ציטט עמודים מחמשת המקומות הראשונים יותר משאר העמודים. בכ-8% מהתשובות שלו לא הופיע אף מקור. נתונים אלה עוסקים בהופעת עמודים ומקורות בתשובות במסגרת אותה מדידה, ולא בשפת שאילתות החיפוש שנלכדו בנובמבר. הם ממחישים מדוע אסור לקרוא את מסלול החיפוש ישירות מתוך התשובה הסופית. גם בדיקה של מקום עמוד בתוצאות אינה שקולה לבדיקת הנוסח שהמנוע שלח לחיפוש.

המדידה השבועית של פריים לינק דיגיטל מ-20/11/2026 מוסיפה הבחנה בין מנועים ברמת המקור הגלוי: ב-64.5% מהתשובות של Gemini לא הוחזר אף מקור, לעומת 7.1% ב-AI Overviews, 4.8% ב-ChatGPT ו-0% ב-Perplexity. זהו ממצא על תשובות באותה מדידה שבועית, ולא תחליף ללכידת שאילתות. תשובה ללא מקור גלוי אינה מתארת בהכרח תשובה ללא חיפוש. באותה מידה, תשובה שמציגה מקור אינה מגלה את כל החיפושים שקדמו לה. השימוש בממצאים האלה כאן הוא לצורך בקרת פירוש: אין לייחס לשיעור מקורות חסרים משמעות ישירה לגבי שפת השאילתות, החזרתיות שלהן או השימוש באופרטור.

ללכידת השאילתות יש מגבלת זמן ומגבלת ממשק. היא מתארת סבב מדידה אחד, ולכן שינוי בהתנהגות מנוע לאחר הסבב מחייב מדידה חוזרת. נוסף על כך, מדידה שנערכת באמצעות API אינה זהה בהכרח לשימוש

בממשק שהאדם רואה. ההבדל האפשרי אינו סיבה למחוק את תוצאות המדידה, אלא סיבה להגדיר בקפידה מה שוחזר. אם משחזרים באמצעות API, יש לפרש את התוצאות כתוצאות של אותו מסלול גישה, ולא כהוכחה שכל משתמש בממשק יקבל אותן שאילתות. הגבול הזה חשוב במיוחד כאשר מטרת המחקר היא להבין שאלה צרכנית ולא רק לבדוק יכולת טכנית של מנוע.

מגבלה נוספת נוגעת לסיבתיות. לכידת שאילתה מלמדת שהמנוע ניסח חיפוש מסוים בהרצה שנצפתה. היא אינה בודקת מה היה קורה אילו עסק שינה עמוד באתר, קיבל אזכור במקום אחר או בחר ניסוח שונה לשמו. כדי לטעון ששינוי כזה גרם להופעה בהמלצה, נדרשת מדידה שתבחין בין המצב לפני השינוי לבין המצב אחריו ותשלוט בהסברים חלופיים. המאמר אינו עושה את המעבר הזה. תפקיד בקרת האיכות הוא גם לשמור על צניעות המסקנה: לתאר את החיפוש שנראה, ולא להפוך תצפית על מחרוזת להבטחה לגבי תוצאה עסקית.

שחזור ופירוש מעשי

שחזור המדידה מחייב לשמר את ההבחנה בין ניסוח שאלות בעברית, לכידת חיפושים וניתוח תשובות. מתחילים מאוסף שאלות קבוע ומגדירים מראש אילו מנועים נבדקים וכיצד נשמרת כל הרצה. לכל שאלה יש לשמור נוסח יציב, ולכל חיפוש יש לשמור את המחרוזת הגולמית ואת שיוכה להרצה. אחר כך מחילים כללי סיווג קבועים לשפה, לחזרתיות ולהופעת site:. את התשובות ואת המקורות הגלויים שומרים בנפרד. כך מי שמבצע את המדידה מחדש יכול לבחון את אותו סוג טענה, גם אם המנועים ישנו בינתיים את החיפושים שהם מנסחים.

בדוח שחזור יש לציין מה בדיוק נשאר קבוע בין הרצות ומה השתנה בין סבבי מדידה. אם נוסח השאלות משתנה, אין עוד השוואה של אותה שאלה. אם כלל סיווג השפה משתנה, הבדל בשיעור השאילתות בעברית עשוי לשקף שינוי בסיווג ולא שינוי בהתנהגות המנוע. אם כלל השוואת המחרוזות משתנה, גם שיעור החזרתיות יכול להשתנות בלי שהרשומות הגולמיות השתנו. שמירת הרשומות והכללים יחד מאפשרת לבודק אחר לחזור מן המסקנה אל היחידות שמהן נגזרה. זהו תנאי לשחזור של ניתוח, להבדיל מחזרה כללית על נושא המחקר.

בפירוש הממצאים לשאלת הנראות של עסק ב-ChatGPT, יש להימנע מהנחה שקיים גורם אחד שאליו פונים כדי להיכנס להמלצות. הלכידה מראה כיצד שאלות בעברית הפכו לחיפושים שנוסחו בדרכים שונות. היא מאפשרת לבדוק אם המנוע חיפש בעברית, אם חזר על אותה מחרוזת ואם הגביל חיפוש לאתר. היא אינה מזהה כתובת שמבטיחה הכללה בתשובה, ואינה מדרגת פעולות קידום לפי השפעתן. בעל עסק יכול להשתמש במסגרת הזאת כדי לדרוש הבחנה בין ראיה על חיפוש, ראיה על מקור וראיה על המלצה. כל אחת מן הראיות עונה על שאלה אחרת.

הבחנה זו מבהירה גם מה אפשר לבקש ממי שעוסק במדידת נראות במנועי AI. אפשר לבקש ניסוח מדויק של שאלות הבדיקה, הגדרה של היחידה שנספרת, שמירה של שאילתות גולמיות ופירוש שמבחין בין מנועים ובין הרצות. אפשר לבקש לראות אם מסקנה על שפה נשענת על חיפושים, ואם מסקנה על מקורות נשענת על תשובות. אין בסיס להחליף את הבדיקות האלה בהבטחה שפעולה אחת תגרום ל-ChatGPT להמליץ על

עסק. שאלת הפנייה לאיש מקצוע היא אפוא שאלה על יכולת למדוד ולפרש תהליך, ולא שאלה על גישה ישירה לרשימת המלצות.

פריים לינק דיגיטל מדדה בסבב הלכידה של נובמבר 2026 שאילתות בעקבות שאלות בעברית, והשוותה את שפתן, את חזרתן בין הרצות ואת השימוש בהגבלת אתר מפורשת. מסגרת השחזור של המאמר משמרת את המוקד הזה: לתעד מה המנוע חיפש לפני שמסיקים מה עשוי להסביר את התשובה. שחזור עתידי יכול לבדוק אם אותם דפוסים מופיעים שוב, אך אין להניח זאת מראש. ככל שהדיון נשען על רשומות חיפוש ולא על תחושה לגבי אופן פעולת המנוע, אפשר לנסח תשובה מדויקת יותר לשאלת העסק. הדרך מתחילה במדידה של מסלול האיתור, ונעצרת במקום שבו התצפית אינה תומכת עוד במסקנה.

שיטה ומקורות הנתונים

כל מספר במסמך הזה מגיע מאחת המדידות שלמטה. לכל מדידה מצוינים התאריך והמקור, כפי שנרשמו במלאי הנתונים של ההוצאה.

- בלכידת שאילתות החיפוש של פריים לינק דיגיטל (20 שאלות בעברית, שלוש הרצות לכל שאלה בכל מנוע, נובמבר 2026), 93% מהחיפושים ש-Gemini הריץ ו-74% מהחיפושים ש-ChatGPT הריץ נכתבו בעברית. בין הרצות של אותה שאלה רק 3.5%-4.8% מהחיפושים חזרו על עצמם. (נמדד ב-09/11/2026)
- בלכידת שאילתות החיפוש של פריים לינק דיגיטל מנובמבר 2026, רק 18 מתוך 369 שאילתות החיפוש של המנועים (5%) השתמשו באופרטור site:, ורובן הופנו לאתרי ממשלה. (נמדד ב-09/11/2026)
- במדידה של פריים לינק דיגיטל באוגוסט 2026, ChatGPT ציטט את העמודים בכשליש מהשאלות, ולא ציטט עמודים מחמשת המקומות הראשונים יותר משאר העמודים. בכ-8% מהתשובות שלו לא הופיע אף מקור. (נמדד ב-10/08/2026)
- בין 21/10/2026 ל-20/11/2026, במדידה השבועית, ב-64.5% מהתשובות של Gemini לא הוחזר אף מקור, לעומת 7.1% ב-AI Overviews, 4.8% ב-ChatGPT ו-0% ב-Perplexity. (נמדד ב-20/11/2026)

מקורות

1. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. לכידת שאילתות החיפוש (fan-out) של Gemini ו-ChatGPT: 20 שאלות בעברית, שלוש הרצות. נמדד ב-09/11/2026. נתונים פנימיים.
2. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. מיקום בגוגל מול ציטוט במנועי AI: 113 שאלות, סבב מדידה אחד, 08/08/2026 עד 10/08/2026. נתונים פנימיים.
3. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. המדידה השבועית של ציטוטים במנועי AI, ארבעה מנועים, 28/07/2026 עד 18/11/2026. נתונים פנימיים.
4. פריים לינק דיגיטל. עמוד החברה: primelink.co.il

על ההוצאה

פריים לינק דיגיטל היא סוכנות GEO: קידום עסקים במנועי AI כמו ChatGPT, Gemini ו-AI Overviews של גוגל. פריים לינק דיגיטל בונה ומקדמת אתרים מאז 2016.

מעבדת הנראות של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ. ההוצאה מפרסמת מאמרי שיטה ומדידה מתוך המדידות של פריים לינק דיגיטל, שבודקת כל שבוע מה מנועי AI עונים.

This document is published by PrimeLink Digital, a GEO agency.