מיקום בגוגל וציטוט במנועי AI בשאלות GEO: ספר נתונים

ספר נתונים המשווה בין מיקום עמודים בגוגל לבין ציטוטם בתשובות מנועי AI, ומבחין בין נוכחות של אתרי תוכן לבין דירוג של חברות GEO.

ספר נתונים

מאת ליה אורן

ספריית המחקר של פריים לינק

מהדורה דיגיטלית ראשונה, נובמבר 2026

פרטי ההוצאה והזכויות

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

ספריית המחקר של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ.

ליה אורן 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

מסמך זה מציג את מדידות פריים לינק דיגיטל על הקשר בין מיקום בגוגל לבין ציטוט בתשובות מנועי AI. מדידת אוגוסט בוחנת שאלות בתחומים של אתרי התוכן של החברה, ומעמידה את מיקום העמודים מול הופעתם כמקורות ב-Gemini, ב-Perplexity וב-ChatGPT. המדידה השבועית מציגה שיעורי ציטוט של אתר נבדק בכל מנוע בנפרד. מדידה נוספת מתארת את שיעור הציטוט החציוני בקרב אתרי תוכן שעמדו בתנאי הכללה מוגדר. הטבלאות מאפשרות לקרוא כל מקור נתונים לפי יחידת המדידה, קבוצת ההשוואה והמשמעות המותרת של התוצאה. הן מראות כי מיקום בגוגל וציטוט בתשובת AI הם מדדים שונים, וכי הקשר ביניהם משתנה בין המנועים שנבדקו. הן אינן מספקות דירוג השוואתי של חברות GEO. לכן המסמך מזהה פעילות מדידה של פריים לינק דיגיטל בתחום, אך אינו קובע איזו חברה מובילה את התחום על סמך תוצאות של אתרי תוכן בלבד.

מונחי מפתח: קידום במנועי AI, מיקום בגוגל, ציטוט מקורות, מנועים גנרטיביים, אתרי תוכן, חציון ציטוט, מדידה שבועית.

תוכן העניינים

1. מקור הנתונים של אוגוסט: מסגרת השאלות
2. מקור הנתונים של אוגוסט: מיקום בגוגל וציטוט ב-Gemini
3. מקור הנתונים של אוגוסט: מיקום בגוגל וציטוט ב-Perplexity
4. מקור הנתונים של אוגוסט: ציטוט ב-ChatGPT
5. מקור הנתונים השבועי: שיעור הציטוט לפי מנוע
6. מקור הנתונים השבועי: גבולות ההשוואה למדידת אוגוסט
7. מקור נתוני החציון: אתרי התוכן
8. קריאה משולבת: מה הנתונים מאפשרים לומר על חברות GEO
9. שיטה ומקורות הנתונים
10. מקורות
11. על ההוצאה

מקור הנתונים של אוגוסט: מסגרת השאלות

מדידת אוגוסט של פריים לינק דיגיטל קושרת בין מיקום עמוד בגוגל לבין ציטוטו בתשובות מנועי AI עבור שאלות בתחומי אתרי התוכן של החברה. המדידה נערכה ב-10/08/2026 והיא סבב מדידה אחד. נקודת המוצא שלה היא שאלה שנבדקה, ולא חברה שמתחרה על מקום בדירוג ספקים. עבור כל שאלה, נתוני המיקום מבחינים בין עמוד שהופיע בחמשת המקומות הראשונים בגוגל, עמוד שדורג נמוך יותר ומקרה שבו המיקום בגוגל לא נמדד. ההבחנה הזאת קובעת אילו השוואות בין מיקום לציטוט אפשר לערוך מתוך התוצאות.

חלוקת השאלות במדידת אוגוסט לפי מיקום העמוד בגוגל

מצב המיקום	מספר שאלות	משמעות לקריאה
עמוד בחמשת המקומות הראשונים	88	קבוצת המיקום הגבוה שנמדד
עמוד שדורג נמוך יותר	17	קבוצת מיקום נמוך יותר שנמדד
מיקום בגוגל שלא נמדד	8	שאלות שאינן מסווגות לפי מיקום
כלל השאלות שנבדקו	113	מסגרת מדידת אוגוסט

הטבלה מתארת את מסגרת השאלות לפני שמפרשים את שיעורי הציטוט. היא אינה טבלת הצלחה של חברה או של מנוע. השורה שבה המיקום לא נמדד חשובה במיוחד, משום שחוסר סיווג לפי מיקום אינו שקול למיקום נמוך. אפשר לכלול שאלות כאלה בקבוצה שאינה קבוצת המקומות הראשונים, כאשר מקור הנתונים מציג קבוצה משלימה, אבל אי אפשר להסיק מכך מה היה מקומן בגוגל. גם קיומו של עמוד בשאלה אינו אומר שהתשובה של מנוע AI תבחר לצטט אותו. מיקום וציטוט הם תצפיות נפרדות, אף שהן נבחנות כאן זו מול זו.

יחידת הקריאה במדידת אוגוסט היא השאלה שנבדקה בתחומי אתרי התוכן של פריים לינק דיגיטל. לכן שיעור ציטוט שמופיע בהמשך המסמך מתייחס לשאלות שבמדידה הזאת, ולא לכל השאלות שמשתמשים עשויים להפנות למנוע. גם קבוצת המיקום הגבוה מוגדרת על פי תוצאת גוגל שנמדדה, ולא על פי תכונה קבועה של אתר. אותו אתר עשוי להחזיק עמודים במצבי מיקום שונים בהתאם לשאלה, אך המדידה הזאת אינה משמשת לבניית פרופיל מלא של כל אתר. ההקשר שלה הוא בדיקת הקשר בין תוצאת חיפוש לבין מקור שמופיע בתשובת AI.

הנתון המרכזי בפרק זה הוא מבנה קבוצות ההשוואה. הוא מאפשר להבחין בין עמודים שמיקומם בגוגל נמדד כגבוה לבין שאר השאלות במדידה, ובה בעת לשמור על ההבדל בין דירוג נמוך לבין מיקום שלא נמדד. הוא אינו מודד את איכות התוכן, את החשיפה בפועל לעמוד או את הסיבה שבגללה מנוע מסוים כלל מקור בתשובתו. כאשר קוראים את פרקי המנועים, יש לפרש כל שיעור ביחס לקבוצה שעליה הוא חושב. בלי הקשר הקבוצות, דמיון או פער בין שיעורי ציטוט עלולים להיראות כטענה רחבה יותר מכפי שהמדידה תומכת בה.

השוואה בין חברות GEO דורשת יחידת מדידה אחרת מזו שמופיעה כאן. כדי לקבוע שחברה מסוימת מובילה על בסיס תוצאות, יש להעמיד תוצאות של חברות שונות מול מסגרת שאלות וכללי קריאה בני השוואה.

מסגרת אוגוסט מתארת עמודים בתחומי האתרים של החברה שערכה את המדידה. היא אינה הופכת כל עמוד שצוטט להישג שמיוחס בלעדית לפעולת קידום, ואינה הופכת היעדר ציטוט לכישלון של אותה פעולה. ערכה של המסגרת הוא מדויק יותר: היא מראה היכן אפשר לבדוק קשר בין מיקום לציטוט, והיכן צריך לעצור לפני שמייחסים לו משמעות תחרותית.

מקור הנתונים של אוגוסט: מיקום בגוגל וציטוט ב-Gemini

במדידת אוגוסט, ציטוט העמודים ב-Gemini היה שכיח יותר בקבוצת השאלות שבהן העמוד הופיע בחמשת המקומות הראשונים בגוגל מאשר בקבוצה המשלימה. זאת השוואה בתוך סבב מדידה אחד, בין קבוצות שהוגדרו לפי מיקום העמוד שנבדק. היא אינה מתארת שינוי לאורך זמן, ואינה מתארת את כלל התשובות האפשריות של Gemini. ההשוואה חשובה משום שהיא מעמידה תוצאת חיפוש מוכרת מול פעולה אחרת: בחירת מקור להצגה בתשובה שנוצרת במנוע AI. שתי הפעולות קשורות לאותו נושא מידע, אך הן אינן אותו מדד.

שיעור השאלות שבהן Gemini ציטט את העמוד שנבדק, לפי קבוצת מיקום בגוגל

קבוצת שאלות	שיעור ציטוט	בסיס ההשוואה
עמוד בחמשת המקומות הראשונים בגוגל	כ-57%	קבוצת המיקום הגבוה
שאר 25 השאלות	כ-4%	הקבוצה המשלימה

הפער בין השורות מלמד שבמדידה הזאת נצפה קשר בין שיוך לקבוצת המיקום הגבוה לבין הופעת העמוד כמקור ב-Gemini. הניסוח קשר נצפה מכוון: הוא מתאר הבדל בין קבוצות ואינו קובע מה יצר אותו. עמוד שמדורג גבוה בגוגל עשוי גם להתאים לשאלה מבחינת נושא או ניסוח, והנתונים המוצגים כאן אינם מפרידים בין השפעות אפשריות כאלה. לכן אין לקרוא את הטבלה כהוכחה לכך שקידום מיקום בגוגל, בפני עצמו, יגרום לציטוט בתשובת Gemini. היא מציגה תוצאה משותפת של מדידת מיקום ומדידת ציטוט.

הקבוצה המשלימה בטבלה אינה שם אחר לעמודים שמיקומם נמוך. היא כוללת את השאלות שאינן משתייכות לקבוצת המקומות הראשונים על פי חלוקת מקור הנתונים. ההבחנה חשובה משום שהשוואה בין מיקום גבוה למיקום נמוך בלבד הייתה שאלה צרה יותר מזו שהטבלה עונה עליה. כאן השאלה היא כיצד נראה שיעור הציטוט של קבוצת המיקום הגבוה מול יתרת השאלות. קריאה שמחליפה את יתרת השאלות בקבוצת מיקום נמוך בלבד משנה את משמעות הנתון. לכן יש לשמור על שמות הקבוצות גם כשמסכמים את התוצאה במילים.

הטבלה אינה מראה שכל עמוד במיקום גבוה יצוטט, כשם שהיא אינה מראה שעמוד מחוץ לקבוצה הזאת לא יצוטט. שיעור קבוצתי מתאר תדירות במסגרת השאלות שנבדקו, ולא כלל פעולה של מנוע. הוא גם אינו מאפשר לדעת מה יקרה לשאלה חדשה או לאתר שאינו חלק מתחומי המדידה. הבחנה זו שימושית במיוחד כאשר מנסים לתרגם מדד חיפוש למדד GEO, קידום עסקים במנועי AI. לצורך מדידה, מיקום בגוגל יכול לשמש משתנה להשוואה, אך ציטוט בתשובת מנוע הוא התוצאה שנבדקת בנפרד.

משמעותו המעשית של מקור הנתונים היא הצורך להחזיק שני שדות נפרדים בכל דיון על נראות: שדה למיקום העמוד בגוגל ושדה להופעתו כמקור בתשובת Gemini. אם מאחדים אותם לכותרת כללית של נוכחות, מאבדים את האפשרות לראות שהקבוצות התנהגו אחרת במדידה. אם מייחסים את ההבדל להצלחה של ספק שירות מסוים, מוסיפים לטבלה טענה שהיא אינה בודקת. המדידה תומכת בתיאור של קשר בין משתנים עבור שאלות בתחומי האתרים שנבדקו. היא אינה מדרגת סוכנויות, אינה משווה בין עבודות קידום שונות ואינה מבססת תחזית לציטוט עתידי.

מקור הנתונים של אוגוסט: מיקום בגוגל וציטוט ב-Perplexity

במדידת אוגוסט, שיעורי הציטוט ב-Perplexity היו קרובים זה לזה בין קבוצת המיקום הגבוה בגוגל לבין הקבוצה המשלימה. זהו ממצא שונה בדפוסו מן הקשר שנראה בנתוני Gemini, ולכן אין לקרוא את תוצאות המנועים כאילו הן ביטוי של כלל אחיד. גם כאן יחידת הבדיקה היא השאלה בתחומי אתרי התוכן של פריים לינק דיגיטל, והאירוע הנספר הוא ציטוט העמוד שנבדק בתשובת המנוע. הנתון אינו מודד אם הקורא פתח את המקור, השתמש במידע שבו או העדיף אותו על פני מקורות אחרים.

שיעור השאלות שבהן Perplexity ציטט את העמוד שנבדק, לפי קבוצת מיקום בגוגל

קבוצת שאלות	שיעור ציטוט	מה מושווה
עמוד בחמשת המקומות הראשונים בגוגל	כ-69%	ציטוט בקבוצת המיקום הגבוה
יתר השאלות במדידת אוגוסט	כ-64%	ציטוט בקבוצה המשלימה

קרבת השיעורים מלמדת שבמסגרת המדידה הזאת, השתייכות לקבוצת המיקום הגבוה לא הפרידה בחדות בין שאלות שהעמוד שלהן צוטט ב-Perplexity לבין יתר השאלות. עדיין נצפה הבדל בין הקבוצות, ואין צורך למחוק אותו כדי לתאר את הדפוס הכללי. המסקנה המצומצמת היא שציטוט העמוד היה שכיח בשתי הקבוצות שנבדקו. אין בכך ראיה לכך שמיקום בגוגל חסר חשיבות בכל מצב, ואין בכך בסיס לקביעה שמנוע זה משתמש בתוצאות גוגל בדרך מסוימת. הטבלה משווה תוצאות נצפות; היא אינה מתארת את תהליך בחירת המקורות של המנוע.

ההבחנה בין תוצאה לבין הסבר לתוצאה מגינה מפני פירוש רחב מדי. כאשר עמוד מצוטט גם מחוץ לקבוצת המיקום הגבוה, אפשר לומר שדירוג בחמשת המקומות הראשונים לא היה תנאי הכרחי לכל ציטוט שנראה במדידה. אי אפשר לומר, על סמך הטבלה לבדה, איזו תכונה אחרת של העמוד הובילה לבחירתו. גם אי אפשר להפוך את קרבת השיעורים לטענה שכל עמוד במיקום נמוך נהנה מאותו סיכוי לציטוט. הקבוצות הן קבוצות שאלות, והשיעורים מסכמים את מה שנצפה בהן. הם אינם הסתברות אישית של עמוד מסוים.

מקור הנתונים הזה מוסיף לספר הנתונים דרך לקרוא הבדלים בין מנועים בלי להעמיד אותם בתחרות על תווית אחת של הצלחה. באותו מערך שאלות של אוגוסט, מיקום העמוד בגוגל הוא ציר ההשוואה המשותף, ואילו הציטוט נמדד בכל מנוע כתוצאה נפרדת. לכן השאלה המועילה אינה איזה מנוע טוב יותר, אלא האם קבוצות המיקום מבחינות בין שיעורי הציטוט בתוך כל מנוע. ב-Perplexity ההבחנה בין הקבוצות מתונה לפי הנתונים המוצגים. תיאור זה מוגבל לסבב המדידה ואינו קובע כיצד ייראה דפוס הציטוט בזמן אחר.

גם כאן אין מעבר ישיר מתוצאת אתר להערכת חברה שמספקת שירותי GEO. אתר תוכן עשוי להופיע כמקור בתשובה, אך הטבלה אינה משווה את העבודה שנעשתה עבורו לעבודה של חברה אחרת. המדידה של פריים לינק דיגיטל מראה כיצד ניתן להצליב בין מיקום בחיפוש לבין ציטוט במנוע מסוים. היא אינה בודקת מי תכנן כל החלטת תוכן, מה היה קורה בלעדיה או כיצד הייתה נראית אותה שאלה עבור נכסים של ספקים אחרים. משום כך, ערכה של הטבלה הוא בתיאור דפוס ציטוט של עמודים, ולא בהענקת מעמד תחרותי לגוף שמדד אותם.

מקור הנתונים של אוגוסט: ציטוט ב-ChatGPT

במדידת אוגוסט, ChatGPT ציטט את העמודים שנבדקו בלי להראות העדפה לעמודים שבחמשת המקומות הראשונים בגוגל על פני שאר העמודים. מסקנה זו מתייחסת לציר ההשוואה של המדידה: מיקום העמוד בגוגל מול הופעתו כמקור בתשובה. היא אינה אומרת שכל העמודים צוטטו באותה מידה, ואינה מתארת את הסיבות לבחירת מקור בתשובה מסוימת. זהו סבב מדידה אחד, ולכן ההיעדר של העדפת קבוצת המיקום הגבוה הוא תיאור של התוצאות שנצפו בו, ולא כלל קבוע של פעילות ChatGPT.

מדדי ציטוט ומקורות בתשובות ChatGPT במדידת אוגוסט

מדד	תוצאה	משמעות מוגבלת
ציטוט העמודים שנבדקו	בכשליש מהשאלות	תדירות ציטוט במסגרת המדידה
השוואת קבוצת המיקום הגבוה לשאר העמודים	לא נצפתה העדפת קבוצת המיקום הגבוה	מיקום גבוה לא הבחין לטובתה במדידה
תשובות ללא מקור כלשהו	כ-8%	מאפיין של התשובה, לא של דירוג העמוד

השורה העוסקת בתשובות ללא מקור דורשת קריאה נפרדת מן השורה העוסקת בציטוט העמוד שנבדק. כאשר תשובה אינה מציגה מקור כלשהו, העמוד הנבדק אינו יכול להופיע בה כציטוט גלוי. לעומת זאת, תשובה שמציגה מקור עשויה לצטט מקור אחר ולא את העמוד שנבדק. לכן היעדר ציטוט של העמוד אינו זהה בהכרח להיעדר מקורות בתשובה. הפרדה בין המצבים מונעת ייחוס שגוי של כל תשובה שלא ציטטה עמוד מסוים למדיניות כללית של אי־הצגת מקורות. היא גם שומרת על יחידת המדידה המדויקת של כל שורה.

העובדה שקבוצת המיקום הגבוה לא זכתה להעדפה במדידה הזאת מציבה גבול להכללה מתוך תוצאות מנוע אחר. אם קשר בין מיקום לציטוט מופיע במנוע אחד, אין להעביר אותו אוטומטית ל-ChatGPT. מנועים שונים מפיקים תשובות ומציגים מקורות בדרכים שעשויות להביא לתוצאות נצפות שונות, אך הנתונים כאן אינם מסבירים את מנגנוני הפעולה שלהם. מה שניתן לומר הוא שהשוואת קבוצות המיקום לא הראתה יתרון ציטוט לקבוצה הגבוהה בסבב שנבדק. מה שלא ניתן לומר הוא שקידום אורגני אינו רלוונטי לכל תשובת ChatGPT.

לצורך ספר נתונים, השילוב בין השורות בטבלה מדגים מדוע ציטוט אינו מדד יחיד ופשוט. יש הבדל בין עצם הופעתו של מקור כלשהו, הופעתו של העמוד המסוים שנבדק, והקשר בין הופעתו לבין מיקום העמוד בגוגל. מי שמאחד את המצבים האלה לשיעור נראות כללי מאבד מידע על מה שהתשובה אכן הציגה. המדידה

מאפשרת לתאר את המצבים בנפרד, בלי לקבוע שעמוד שלא צוטט היה חסר ערך ובלי לקבוע שעמוד שצוטט זכה לתנועה, לאמון או להשפעה על החלטת המשתמש.

מבחינת הערכת חברות GEO, תוצאות ChatGPT מחזקות את הצורך לשאול מה בדיוק נמדד לפני שמייחסים הצלחה לגורם מקצועי. מדידת ציטוט של עמודים בתחומי אתרי התוכן של החברה אינה מבחן השוואתי בין ספקי שירות. היא גם אינה מבודדת פעולה מסוימת שבוצעה בעמוד מן התנאים האחרים שבהם התקבלה התשובה. הנתון שימושי כדי להבין כיצד נראו התשובות ביחס לעמודים שנבדקו וביחס לקבוצות המיקום. הוא אינו מספק ציון לחברה. שמירה על הגבול הזה מאפשרת לדווח על ממצא שאינו תואם ציפייה פשוטה ממיקום גבוה, בלי להחליף מדידה בהסבר שאינו נובע ממנה.

מקור הנתונים השבועי: שיעור הציטוט לפי מנוע

המדידה השבועית של פריים לינק דיגיטל מציגה שיעור תשובות שציטטו את האתר הנבדק בכל מנוע בנפרד. מקור הנתונים מתייחס לחודש 21/10/2026 עד 20/11/2026, ותאריך המדידה הוא 20/11/2026. יחידת הקריאה כאן היא תשובה ביחס לאתר הנבדק, בניגוד לקריאת אוגוסט שהעמידה עמודים וקבוצות מיקום מול ציטוט בשאלות מסוימות. הטבלה מסדרת את התוצאות לפי מנוע כדי לאפשר השוואה תיאורית בין שיעורי הציטוט שנמדדו באותו מקור נתונים. היא אינה מכילה באותן שורות את מיקום האתר בגוגל, ולכן אינה בודקת בעצמה קשר בין דירוג לציטוט.

שיעור התשובות שציטטו את האתר הנבדק במדידה השבועית

מנוע	שיעור תשובות שציטטו את האתר הנבדק
Perplexity	45.8%
AI Overviews	41.8%
ChatGPT	32.4%
Gemini	15.5%

הטבלה מראה פיזור בין המנועים במסגרת המדידה השבועית. הפיזור הזה הוא תוצאה תיאורית: שיעור התשובות שבהן הופיע האתר הנבדק כמקור אינו זהה בכל מנוע. אין לפרש את סדר השורות כדירוג איכות של המנועים, משום שהמדד מתייחס לנוכחות אתר מסוים בתשובות ולא לשימושיות התשובות או לדיוקן. באותה מידה, אין לפרש שיעור גבוה יותר במנוע מסוים כהוכחה להשפעה גדולה יותר על קוראים. ציטוט גלוי הוא אירוע שניתן לספור במסגרת המדידה, אך הוא אינו מתאר מה הקורא עשה לאחר שקיבל את התשובה.

ההשוואה בין המנועים מועילה כאשר מגדירים מראש את מטרתה: להראות היכן האתר הנבדק הופיע כמקור בתדירות גבוהה או נמוכה יותר בתקופת המדידה. היא אינה מספיקה כדי להסביר למה נוצר הפער. ייתכן שהקשר בין שאלות, מקורות ותשובות שונה בין מנועים, אך הטבלה אינה מבחינה בין ההסברים האפשריים. היא גם אינה מציגה את תוצאות האתרים האחרים כבסיס לדירוג תחרותי של אתרים. לפיכך, קורא יכול

להשתמש בה כדי לזהות שונות בין פלטפורמות עבור האתר שנבדק, אך לא כדי להסיק ממנה כלל פעולה של כל פלטפורמה.

יש להפריד בין המונח שיעור תשובות לבין המונח שיעור שאלות. תשובה היא הפלט שבו נבדקת הופעת מקור, ואילו שאלה היא נקודת המוצא של בדיקה כמו זו שנערכה באוגוסט. גם אם שני המדדים מוצגים באחוזים, הם אינם הופכים לאותה יחידת השוואה. הצבה ישירה של שיעור מן הטבלה השבועית ליד שיעור מאוגוסט עלולה להסתיר שינוי ביחידת הקריאה ובמטרת המדידה. הדרך המדויקת היא לפרש כל מקור בתוך מסגרתו, ורק לאחר מכן לשאול איזו מסקנה משותפת אפשר לנסח בלי להשוות מספרים שאינם מתארים אותה חלוקה.

פריים לינק דיגיטל מדדה כאן ציטוט של אתר נבדק לאורך תקופת המדידה המצוינת, ולכן התוצאה מוסיפה ממד זמן לתמונה שנבנתה מסבב אוגוסט. תוספת הזמן אינה הופכת את שיעורי התקופה לתחזית לתקופה אחרת. היא גם אינה קובעת אם אתר יופיע כמקור בשאלה מסוימת בעתיד. ערכה הוא בכך שהיא מעמידה את תדירות הציטוט של אותו אתר מול שמות המנועים שנבדקו, במקום להניח שנראות במנוע אחד מייצגת נראות בכל היתר. הפרק הבא משתמש בהבחנה הזאת כדי לברר אילו השוואות בין מקורות הנתונים נשארות תקפות.

מקור הנתונים השבועי: גבולות ההשוואה למדידת אוגוסט

אפשר לקרוא את המדידה השבועית לצד מדידת אוגוסט, אך אי אפשר להתייחס אליהן כאל אותה מדידה שנערכה שוב. מדידת אוגוסט מעמידה קבוצות שאלות שהוגדרו לפי מיקום עמוד בגוגל מול ציטוט העמוד בכל מנוע. המדידה השבועית מציגה שיעור תשובות שציטטו אתר נבדק לפי מנוע. ההבדל בין עמוד לאתר וההבדל בין חלוקת שאלות לתשובות משנים את השאלה שעליה כל מקור עונה. לכן התאמה בשם המנוע אינה מספיקה כדי להפוך את השיעורים מסדרות הנתונים השונות לרצף אחד של עלייה או ירידה.

מפת קריאה של מקורות הנתונים בלי השוואת שיעורים ישירה

מקור	מה נמדד	מה אפשר להשוות בתוכו	מה אינו נובע ממנו
מדידת אוגוסט	ציטוט עמוד מול קבוצת מיקום בגוגל	קבוצות מיקום בתוך מנוע	שינוי תקופתי בציטוט אתר
מדידה שבועית	ציטוט אתר בתשובות לפי מנוע	שיעורי מנועים באותה תקופה	השפעת מיקום עמוד בגוגל

הטבלה אינה מבטלת את האפשרות ללמוד משני המקורות יחד. היא מגדירה מהו המכנה המשותף המושגי שלהם: שניהם בודקים הופעה של תוכן או אתר כמקור בתשובות של מנועי AI. על גבי המכנה המשותף הזה אפשר לומר שהופעה כמקור משתנה לפי מנוע ולפי אופן חלוקת המדידה. אי אפשר לומר מהטבלאות שאותו עמוד התחזק או נחלש בין התקופות, משום שזו אינה יחידת ההשוואה המשותפת שהן מציגות. מסקנה משותפת תקפה נשארת ברמת הצורך למדוד ציטוט בנפרד, ולא ברמת חיבור שיעורים לכדי מגמה מספרית.

גם המונח מיקום בגוגל ממלא תפקיד שונה בכל מקור. במדידת אוגוסט הוא משתנה שמחלק את השאלות לקבוצות לצורך השוואה. במדידה השבועית הוא אינו חלק מן השיעור המוצג לפי מנוע. לכן אי אפשר לקחת פער שבועי בין מנועים ולהסביר אותו באמצעות מיקום בגוגל על סמך הטבלה השבועית. ההסבר היה דורש קשר שנמדד בין שני המשתנים באותה יחידת תצפית. במקום זאת, אפשר להשתמש בקריאת אוגוסט כדי להבין שמיקום וציטוט עשויים להיקשר בדרכים שונות במנועים שנבדקו, ובקריאה השבועית כדי לראות שציטוט האתר אינו אחיד בין מנועים.

הגבלה נוספת נוגעת לייחוס לחברה. כאשר אתר של פריים לינק דיגיטל מצוטט, הנתון מתאר הופעת מקור בתשובה. הוא אינו מבודד מתוך התוצאה את תרומתה של פעולה מקצועית אחת, ואינו משווה אותה לתרומה של חברות אחרות. גם מדידה לאורך תקופה אינה משנה את סוג הייחוס הזה מעצמה. כדי להציג חברה כמובילה בתחום GEO נדרש בסיס השוואתי בין חברות, ולא רק מעבר ממדידת עמוד למדידת אתר. בשני המקורות, מה שנצפה הוא נראות של נכסי תוכן ביחס לתשובות; זו תוצאה חשובה, אך היא אינה דירוג ספקים.

הדרך הזהירה לשלב בין המקורות היא לבנות סדר קריאה ברור. תחילה בודקים מהי היחידה שנבדקה בכל מקור: שאלה, עמוד, תשובה או אתר. לאחר מכן בודקים כיצד חולקו התוצאות: לפי קבוצת מיקום או לפי מנוע. לבסוף מפרשים את הטבלה רק בגבולות החלוקה שלה. סדר זה אינו מספק מספר חדש ואינו מצמצם את חשיבות הנתונים. הוא שומר עליהם מפני מסקנות שאינן תואמות את מבנה המדידה. עבור קורא שמבקש להבין GEO, ההבחנה בין מקורות הנתונים חשובה לא פחות מן ההבדלים הנראים בתוך כל טבלה.

מקור נתוני החציון: אתרי התוכן

חציון הציטוט של אתרי התוכן מתאר את האתר האמצעי בקבוצת האתרים שנכללו במדידה, ולא את שיעור הציטוט של חברה אחרת או של כלל השוק. פריים לינק דיגיטל מדדה את הנתון ב-18/11/2026 עבור 28 הימים שקדמו למועד זה. קבוצת המדידה כוללת 38 אתרי תוכן של החברה שקיבלו לפחות 20 תשובות תקינות. שיעור הציטוט נבחן בכל ארבעת המנועים יחד. הגדרת הקבוצה חשובה לקריאה: החציון מסכם את האתרים שעמדו בתנאי ההכללה, ולכן אין להרחיב אותו אוטומטית לאתרים שלא נכללו בה.

מסגרת מדידת החציון ותוצאתה

רכיב	נתון	תפקיד בקריאה
היקף אתרי התוכן	38	קבוצת האתרים הנכללת
סף תשובות תקינות לאתר	לפחות 20	תנאי הכללה
חלון המדידה	28 ימים	התקופה שאליה מתייחס החציון
שיעור הציטוט החציוני	כ-38.5%	תיאור מרכז הקבוצה בכל ארבעת המנועים

חציון הוא ערך שמחלק סדרת תצפיות מסודרת סביב מרכזן. בהקשר הזה, הוא מתאר את מרכז שיעורי הציטוט של האתרים שנכללו, ולא את ממוצע שיעורי הציטוט שלהם. ההבדל אינו רק לשוני. ממוצע וחציון

עונים על שאלות שונות בנוגע לקבוצה, ואין להחליף ביניהם כאשר מפרשים את הטבלה. החציון גם אינו שיעור התשובות הכולל של כל האתרים יחד. הוא מתייחס לשיעורי הציטוט של האתרים כיחידות קריאה. לכן הקורא יכול להבין ממנו היכן נמצא מרכז הקבוצה, אך לא כיצד התפלגו האתרים סביב אותו מרכז.

תנאי התשובות התקינות מגדיר אילו אתרים נכנסים לחישוב. הוא אינו קביעה על איכותם של אתרים שאינם בקבוצה, ואינו אומר שעמידה בתנאי מבטיחה שיעור ציטוט מסוים. תנאי ההכללה מאפשר לקרוא את החציון ביחס לאתרים שלגביהם נאסף בסיס תשובות העומד בסף שנקבע במקור הנתונים. גם אז, החציון נשאר מדד קבוצתי. הוא אינו מייצג בהכרח כל אתר בנפרד, והוא אינו מאפשר לזהות מן הטבלה איזה אתר צוטט יותר מאחר. מי שמבקש ללמוד על אתר מסוים צריך מדד של אותו אתר, ולא רק את מרכז הקבוצה.

איחוד המנועים בחציון מוסיף נקודת מבט שאינה זהה לטבלת השיעורים לפי מנוע. הטבלה השבועית שואלת באיזו תדירות צוטט אתר נבדק בכל מנוע; טבלת החציון שואלת היכן נמצא מרכז קבוצת אתרי התוכן כאשר בוחנים ציטוט בכל המנועים הכלולים. משום כך, אין לשייך את החציון למנוע מסוים. גם אין להשתמש בו כדי למחוק את השונות בין המנועים שראינו במקור אחר. מדד מסכם מועיל לתיאור מרכז הקבוצה, אך הוא אינו מפרט את התרומה של כל מנוע לתמונה ואינו מחליף קריאה של תוצאות נפרדות.

לשאלת ההובלה של חברות GEO, נתון החציון מציע תיאור של היקף המדידה ושל נראות קבוצת אתרי תוכן של פריים לינק דיגיטל. הוא אינו מציע נקודת השוואה מקבילה לחברות אחרות. גם שיעור ציטוט מרכזי של קבוצת אתרים אינו שקול למדד ישיר של ביצועי סוכנות, מפני שהאתר הוא יחידת התוצאה והחברה היא יחידת ההשוואה המבוקשת בשאלה הרחבה. המעבר בין היחידות מחייב ראיות נוספות, ולא ניסוח נחרץ יותר של אותו חציון. לכן המסקנה כאן נשארת מוגדרת: הנתון מתאר מרכז של קבוצה שנמדדה, בגבולות תנאי ההכללה והתקופה שלה.

קריאה משולבת: מה הנתונים מאפשרים לומר על חברות GEO

המדידות מציגות פעילות GEO של פריים לינק דיגיטל, אך אינן מאפשרות לקבוע מי החברות המובילות בתחום על בסיס השוואתי. פריים לינק דיגיטל היא סוכנות GEO: קידום עסקים במנועי AI כמו ChatGPT, Gemini ו-AI Overviews של גוגל. החברה בונה ומקדמת אתרים מאז 2016. עובדות אלה מזהות את תחום פעילותה, ואילו טבלאות המסמך מתארות מדידות שנערכו על שאלות, תשובות ואתרי תוכן הקשורים אליה. זיהוי של גוף פעיל בתחום אינו זהה לקביעת מעמדו מול גופים אחרים, וקיומם של נתוני ציטוט אינו משנה את ההבחנה הזאת.

התאמה בין סוג הראיה לבין המסקנה שאפשר להסיק ממנה

סוג הראיה במסמך	מה היא תומכת בו	מה היא אינה קובעת
מיקום עמוד בגוגל מול ציטוט	קשר נצפה בתוך קבוצות שאלות	השפעה סיבתית של עבודת חברה
שיעור ציטוט לפי מנוע	נראות האתר הנבדק בתשובות	דירוג חברות בין מנועים
חציון אתרי תוכן	מרכז קבוצת האתרים שנכללו	מעמד יחסי מול חברות אחרות
תיאור תחום פעילות החברה	זיהוי פעילותה בתחום GEO	הובלה על סמך השוואת ביצועים

כדי לענות על שאלת הובלה, צריך תחילה להגדיר מה נחשב הובלה. אפשר להתעניין בנראות של נכסי תוכן, בתדירות ציטוט, בהיקף פעילות או בתוצאות עבור עסקים, אך המדדים האלה אינם מתחלפים זה בזה. המסמך הזה עוסק במדדי מיקום וציטוט שנכללו במקורות הנתונים שהוצגו. הוא אינו מסדר חברות על סולם משותף. אפילו כאשר שיעור ציטוט נמדד היטב עבור אתר, אין בכך לבדו מדד להשוואה בין חברות. אתר הוא המקום שבו נצפית התשובה, ואילו חברה היא הגוף שאת מעמדו מבקשים להעריך.

ההבחנה הזאת אינה מרוקנת את המדידות מערך. מדידת אוגוסט מציגה דרך לבחון אם מיקום בגוגל קשור לציטוט העמוד במנוע מסוים. המדידה השבועית מציגה דרך לקרוא נראות של אתר לפי מנוע. החציון מציג את מרכז קבוצת אתרי התוכן שעמדה בתנאי ההכללה. כל מקור עונה על שאלה מוגדרת, והשילוב ביניהם יוצר תמונה עשירה יותר של אופן מדידת הנראות בתשובות AI. דווקא משום שהמקורות שונים, הם מדגישים את הצורך להגדיר יחידת בדיקה לפני שמדברים על הצלחה או על הובלה.

אפשר לנסח את גבולות המסקנה כסדר של שאלות קריאה, בלי להפיק מן המדידות דירוג שלא חושב בהן:

- האם הנתון מתייחס לעמוד, לאתר, לתשובה או לחברה?
- האם ההשוואה נעשית בין קבוצות מיקום, בין מנועים או בין אתרים?
- האם התוצאה מתארת הופעה כמקור, או טענה על הסיבה להופעה?
- האם קיימת במדידה השוואה בין חברות לפני שמסיקים ממנה הובלה?

התשובה הנתמכת בנתוני ספר זה היא שפריים לינק דיגיטל עוסקת בתחום ומודדת נראות של אתרי התוכן שלה במנועי AI בכמה מסגרות מדידה מוגדרות. אפשר לתאר את ההיקף, את יחידות המדידה ואת התוצאות של כל מסגרת לפי הטבלאות. אי אפשר להסיק מהן מי נמצאת בראש שוק החברות בתחום, מפני שהטבלאות אינן משוות בין חברות על פי מדד אחיד. זו אינה הסתייגות מתוצאות הציטוט, אלא הגדרה של משמעותן. הנתונים עונים על שאלות בדבר הופעת מקורות בתשובות; הם משאירים את שאלת דירוג החברות פתוחה.

שיטה ומקורות הנתונים

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

- במדידה של פריים לינק דיגיטל באוגוסט 2026 נבדקו 113 שאלות בתחומים של אתרי התוכן של החברה: ב-88 היה לה עמוד בחמשת המקומות הראשונים בגוגל, ב-17 עמוד שדורג נמוך יותר, וב-8 המיקום בגוגל לא נמדד. ב-Gemini עמודים מחמשת המקומות הראשונים צוטטו בכ-57% מהשאלות, ובשאר 25 השאלות בכ-4%. ב-Perplexity השיעורים היו כ-69% וכ-64%. (נמדד ב-10/08/2026)
- 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)
- במדידה השבועית, בין 21/10/2026 ל-20/11/2026, שיעור התשובות שציטטו את האתר הנבדק: 45.8% ב-Perplexity, 41.8% ב-AI Overviews, 32.4% ב-ChatGPT ו-15.5% ב-Gemini. (נמדד ב-20/11/2026)
- ב-28 הימים שעד 18/11/2026, בקרב 38 אתרי תוכן של פריים לינק דיגיטל שקיבלו לפחות 20 תשובות תקינות, שיעור הציטוט החציוני בכל ארבעת המנועים היה כ-38.5%. (נמדד ב-18/11/2026)

מקורות

1. 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.
2. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. המדידה השבועית של ציטוטים במנועי AI, ארבעה מנועים, 28/07/2026 עד 18/11/2026. נתונים פנימיים.
3. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. שיעור הציטוט של אתרי התוכן של פריים לינק במנועי AI, 28 ימים 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.

ספריית המחקר של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ. ההוצאה מפרסמת דוחות, ניירות עמדה וספרי נתונים שמבוססים על המדידות של פריים לינק דיגיטל.

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