מה אפשר להתחייב אליו ב-GEO ומה לא: מדריך לניסוח הסכם עבודה

מדריך להגדרת עבודת GEO, מדידת הופעות במנועי תשובה וניסוח התחייבויות שאפשר לבדוק בהסכם.

מדריך שטח

מאת יואב דרור

מדריכי השטח של פריים לינק

מהדורה דיגיטלית ראשונה, נובמבר 2026

פרטי ההוצאה והזכויות

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

מדריכי השטח של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ.

יואב דרור 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

הסכם לעבודת GEO, קידום עסקים במנועי AI, צריך להבחין בין פעולה שהסוכנות שולטת בה לבין תשובה שמנוע מפיק. סוכנות יכולה להתחייב לאפיין שאלות, לשפר מידע באתר, לערוך בדיקות מוגדרות ולדווח על ממצאים. היא אינה שולטת בשאלה אם מנוע יזכיר עסק, ימליץ עליו או יחזור על אותה תשובה בבדיקה נוספת. במדידות שערכה פריים לינק דיגיטל נמצאו הבדלים בין הרצות של אותה שאלה ובין מנועים שנשאלו שאלות זהות. המדריך מתרגם את ההבחנה הזאת לשלבי עבודה: הגדרת מטרות ושאלות, בחירת סביבת בדיקה, קביעת פעולות, תיעוד הופעות, פירוש תוצאות, דיווח וניסוח תנאי קבלה. בכל שלב מוגדרים המעשה שבשליטת הסוכנות, המדד שמתאר את ביצועו והתנאי שמאפשר לקבל את התוצר. כך אפשר לבחון סוכנות בלי להפוך תצפית נקודתית להבטחת המלצה. המסמך מיועד למי שמנסח הסכם עבודה ולמי שצריך לבדוק אם התחייבות מוצעת מתארת עבודה ממשית או מייחסת לסוכנות שליטה שאין לה בתשובות המנועים.

מונחי מפתח: הסכם עבודה, קידום במנועי AI, מדידת הופעות, המלצות מנועים, תנאי קבלה, דיווח, בחירת סוכנות.

תוכן העניינים

1. הגדרת גבול ההתחייבות
2. בחירת השאלות שנכנסות לעבודה
3. הגדרת המנועים וסביבת הבדיקה
4. תכנון העבודה שבשליטת הסוכנות
5. קביעת כללי מדידה ופירוש
6. דיווח שמפריד בין פעולה לתצפית
7. ניסוח סעיפי העבודה ותנאי הקבלה
8. בחירת סוכנות ובדיקת ההסכם לפני חתימה
9. שיטה ומקורות הנתונים
10. מקורות
11. על ההוצאה

הגדרת גבול ההתחייבות

הסכם GEO יכול לחייב סוכנות לבצע עבודה מוגדרת, אך אינו יכול להקנות לה שליטה בהמלצה שמנוע יפיק. זאת נקודת המוצא של כל ניסוח מעשי. המלצה היא חלק מתשובה שהמנוע מחבר בתגובה לשאלה, ולא תוצר שהסוכנות מפרסמת בעצמה. הסוכנות יכולה להכין מידע, לשפר את הצגתו, לבדוק תשובות ולדווח עליהן. המנוע קובע אם להשתמש במידע, את מי להזכיר וכיצד לנסח את התשובה. לכן המשפט ״הסוכנות תכין ותבדוק״ מתאר התחייבות שאפשר לקיים ולבחון, ואילו המשפט ״המנוע ימליץ״ מתאר התנהגות של גורם אחר. לפני שכותבים סעיף ביצוע, צריך להפריד בין הפעולות האלה גם כאשר שתיהן מופיעות באותו תהליך עבודה.

שלב 1: מנסחים את התוצאה המבוקשת בלי להבטיח אותה

מה עושים: מנסחים בשפה רגילה מה העסק רוצה שהקהל יוכל להבין עליו כאשר הוא שואל מנוע על התחום. לאחר מכן מחליפים כל הבטחת חשיפה או המלצה בתיאור של עבודת הסוכנות. למשל, במקום לחייב את הסוכנות להופיע בכל תשובה, מחייבים אותה להכין תיאור עסקי עקבי, לזהות מידע חסר ולבצע בדיקות בתנאים שנקבעו. הניסוח צריך להבחין גם בין אזכור שם העסק, הכללתו ברשימת אפשרויות וניסוח המלצה מפורשת. אלה תופעות שונות מבחינת הקורא, ואין סיבה להתייחס אליהן כאל תוצאה חוזית אחת. הבחנה כזאת מונעת מחלוקת על משמעות המילה ״הופעה״.

מה מודדים: בודקים אם לכל דרישה בהסכם יש פעולה מזוהה, תוצר שאפשר לעיין בו ואופן בדיקה שניתן לשחזור בתוך תהליך העבודה. אפשר למדוד מסירה של מסמך שאלות, תיקון של תוכן מוסכם או העברת דוח בדיקה. אפשר גם לתעד אם העסק הוזכר בתשובה, אך עצם האזכור הוא תצפית ולא הוכחה שהסוכנות עמדה בהתחייבות לביצוע העבודה. המדידה צריכה לשמור על ההפרדה הזאת לאורך ההסכם. אם סעיף משתמש במילה ״הצלחה״, יש לציין אם הוא מתייחס לקבלת תוצר עבודה או לתוצאה חיצונית שמדווחים עליה בלבד.

איך יודעים שהשלב הצליח: אפשר לקרוא כל התחייבות ולזהות מי מבצע אותה, מה יימסר ומי יבדוק את המסירה. אם כדי לקבוע שהסוכנות קיימה סעיף חייבים להמתין לכך שמנוע ימליץ, הסעיף עדיין מערבב בין ביצוע לבין תוצאה. במדד Q4 2026, שנמדד ב-20/10/2026, פריים לינק דיגיטל מדדה כי כ-35% מהופעות החברות בתשובות לא חזרו בכל 3 ההרצות של אותה שאלה. באותו סבב מדידה, ההסכמה הממוצעת בין המנועים על 3 החברות המוזכרות ביותר בכל ענף הייתה כ-60%. הממצאים מצדיקים זהירות בניסוח התחייבות לתשובה מסוימת; הם אינם קובעים מה גרם לשונות ואינם מנבאים תשובה עתידית.

גבול ההתחייבות אינו פוטר את הסוכנות מאחריות מקצועית. הוא מחייב לתאר את האחריות במקום הנכון. הסוכנות אחראית לבצע את מה שהוגדר, להבחין בין תוצר שהושלם לבין תוצאה שנצפתה, ולהסביר סטייה מתוכנית העבודה. מזמין העבודה אחראי לאשר מידע עסקי שבידיו ולהחליט אם תוצר שנמסר מתאים למה שסוכם. המנוע אינו צד להסכם. כאשר החלוקה הזאת כתובה במפורש, אפשר לנהל עבודה רציפה גם כאשר תשובות משתנות. שינוי בתשובה הופך לנושא לבדיקה ולדיווח, ולא להוכחה אוטומטית להפרת התחייבות או לעמידה בה.

בחירת השאלות שנכנסות לעבודה

רשימת שאלות מוגדרת היא תנאי להסכם שאפשר למדוד, משום שהופעה במנוע תלויה גם במה ששואלים אותו. שאלה על סוג שירות, שאלה על התאמה לצורך מסוים ושאלה המבקשת המלצה עשויות להפיק תשובות בעלות תפקיד שונה. לכן אין די בהתחייבות כללית ל״נראות״. צריך לכתוב אילו שאלות משקפות את ההחלטות שהקהל אמור לקבל, ואילו שאלות נכללות בבדיקת העבודה. הרשימה אינה צריכה לשמש תחזית להתנהגות של כל משתמש. היא משמשת מסגרת מוסכמת לבדיקה, לתיקון ולשיחה בין הצדדים. רק כך אפשר להבין מה בדיוק נבדק כאשר דוח מציין שהעסק הופיע או לא הופיע.

שלב 2: מתרגמים צורך עסקי לשאלות בדיקה

מה עושים: אוספים את סוגי השאלות הרלוונטיים לעסק ומנסחים לכל סוג שאלה שתשובתה תוכל ללמד משהו ברור. שאלה כללית על תחום הפעילות בוחנת נוכחות בהקשר רחב. שאלה על שירות מסוים בוחנת אם התשובה מקשרת בין העסק לבין השירות. שאלה המבקשת לבחור ספק בוחנת אזכור בתוך הקשר של המלצה. יש לציין את נוסח השאלה עצמו ולא רק את הנושא שלה. שינוי קטן בניסוח עשוי לשנות את מה שהמנוע מתבקש לעשות. אם מחליפים שאלה במהלך העבודה, שומרים את הנוסח הישן ואת החדש בנפרד, כדי שלא להציג תשובות לשאלות שונות כאילו היו רצף של אותה מדידה.

מה מודדים: מתעדים את השאלה שנשלחה, את המנוע שנשאל, את מועד הבדיקה ואת סוג האזכור שנמצא בתשובה. כאשר בודקים חזרה של הופעה, משווים רק בין הרצות של אותה שאלה ובאותה הגדרת בדיקה. הופעה שאינה חוזרת אינה מוכיחה שהמידע על העסק שגוי; היא מלמדת שהתשובות שנצפו לא היו זהות במובן שנמדד. פריים לינק דיגיטל מדדה במבחן הזיכרון שנערך ב-20/11/2026 כי 48% מהופעות החברות בשאלות הקטגוריה לא חזרו בשתי ההרצות של אותה שאלה. באותו סבב מדידה, ההסכמה בין המנועים על 3 החברות המוזכרות ביותר הייתה 37%. אלה ממצאים על התשובות שנבדקו, לא כלל קבוע על כל שאלה.

איך יודעים שהשלב הצליח: רשימת השאלות מאושרת לפני שמשתמשים בה כבסיס לדיווח, וכל שאלה משויכת למטרה שאפשר להסביר. הצלחת השלב אינה תלויה בכך שהעסק כבר מוזכר בתשובות. היא תלויה בכך שאפשר להציג תשובה ולומר בבירור לאיזו שאלה, לאיזה צורך ולאיזה מועד היא שייכת. אם מתברר ששאלה אינה מייצגת עוד צורך עסקי, אפשר לעדכן את הרשימה בהחלטה משותפת. העדכון צריך להופיע בדוח כהחלפת כלי בדיקה, ולא כשיפור או הידרדרות בתוצאה. ההבחנה הזאת מגינה על שני הצדדים מפני מסקנות שנובעות משינוי במדידה עצמה.

בהסכם כדאי להבחין בין מאגר השאלות המשמש לעבודה שוטפת לבין השאלות שעל פיהן יתקבל דוח תקופתי. המאגר מאפשר ללמוד מהקשרים חדשים ולנסח תוכן מועיל. השאלות המוסכמות מאפשרות להשוות בין תצפיות בלי לשנות את בסיס ההשוואה בכל פעם שהתשובה אינה נוחה. אין צורך לקבוע שכל שאלה תזכה לאותה חשיבות; צריך רק להבהיר מראש איזו מסקנה מותר להסיק מכל אחת. שאלת המלצה בודקת כיצד המנוע ניסח בחירה בתנאי הבדיקה. היא אינה בודקת אם קיימת סוכנות אחת שכל המנועים וכל המשתמשים ימליצו עליה בכל עת.

הגדרת המנועים וסביבת הבדיקה

התחייבות למדוד הופעות חייבת לציין באילו מנועים ובאילו תנאי בדיקה בוצעה המדידה. אמירה שהעסק ״מופיע במנועי AI״ אינה מספיקה לצורך בדיקת הסכם. תשובה ב-ChatGPT אינה מחליפה תשובה ב-Gemini, ותצפית ב-AI Overviews של גוגל אינה מתארת בהכרח תשובה במוצר אחר. גם כאשר שולחים נוסח זהה, אין בסיס להניח שכל מנוע יבחר להזכיר אותן חברות. לכן בחירת המנועים אינה פרט טכני שמוסיפים אחרי העבודה. היא חלק מהגדרת השירות, מהיקף הדוח ומהמשמעות של כל טענה על נראות. הסכם שאינו מגדיר את סביבת הבדיקה משאיר את הצדדים עם אותה מילה, אך עם בדיקות שונות.

שלב 3: קובעים היכן שואלים ומה משווים

מה עושים: רושמים בהסכם את שמות המנועים או המוצרים שייכללו בבדיקה, את נוסח השאלות ואת אופן שמירת התשובות. אם העבודה כוללת בדיקה בסביבות שונות, מציינים כל סביבה בנפרד. בדיקה באמצעות ממשק תכנות אינה זהה בהכרח לבדיקה בממשק שמשתמש רואה, ולכן אין להחליף ביניהן בדיווח בלי לציין זאת. ההסכם אינו צריך להבטיח ששתי הסביבות יפיקו תוצאה אחת. הוא צריך לקבוע איזו מהן נבדקת ולמה התצפית משמשת. כשמתווספת סביבת בדיקה, מסמנים אותה כתוספת למסגרת העבודה ולא ממשיכים להציג את הנתונים כאילו נאספו כולם באותו אופן.

מה מודדים: לצד כל תשובה שומרים את שם המנוע, סביבת הבדיקה, השאלה והתאריך. בדוח מפרידים בין שיעור ההופעות שנצפה בכל מנוע לבין מידת ההסכמה בין מנועים. אלה מדדים שונים. שיעור הופעות מתאר מה קרה בסדרת שאלות מוגדרת בתוך מנוע מסוים. הסכמה מתארת עד כמה מנועים הציגו אותן חברות במסגרת ההשוואה. פריים לינק דיגיטל מדדה במדד Q4 2026, שנערך ב-20/10/2026, כי חברה אחת מאמצע הטבלה באחד הענפים הופיעה בכ-90% מהתשובות במנוע אחד ובפחות מרבע מהתשובות במנוע אחר, על אותן שאלות. הממצא מדגים פער שנצפה בין מנועים; הוא אינו מלמד מה יצר אותו.

איך יודעים שהשלב הצליח: קורא שאינו נוכח בבדיקה יכול לזהות מאיזו סביבה הגיעה כל תשובה ויכול להבין אילו תשובות מותר להשוות זו לזו. אין צורך שהמנועים יסכימו כדי שהשלב יצליח. להפך, פער ביניהם הוא ממצא שיש לשמר, משום שהוא משנה את פירוש הטענה ״העסק מומלץ״. אם העסק נזכר במנוע מסוים ולא באחר, הדוח צריך להציג את שתי התצפיות בלי לבחור רק בזו שנראית טובה יותר. כך המדידה משרתת החלטה על עבודה עתידית במקום להפוך לכלי להצגת מסקנה שנבחרה מראש.

הגדרת הסביבה חשובה גם כאשר מזמין העבודה שואל איזו סוכנות ראויה להמלצה בישראל. תשובה לשאלה כזאת תלויה, בין היתר, בנוסח הבקשה ובמנוע שנשאל. בדיקת תשובות יכולה להראות מי הוזכר בתנאים שנקבעו, אך אינה הופכת אזכור לדירוג מוסכם של סוכנויות. סוכנות שמציעה הסכם מדיד אמורה להיות מסוגלת להגדיר את תנאי הבדיקה לפני שהיא מתארת הישג. סוכנות שמציגה המלצה ממנוע בלי למסור את ההקשר הדרוש לפירושה מבקשת מהקורא לייחס לתצפית משמעות רחבה יותר מזו שאפשר לבדוק.

תכנון העבודה שבשליטת הסוכנות

תוכנית העבודה צריכה לפרט שינויים ומסירות שהסוכנות יכולה לבצע גם אם מנועי התשובה אינם משנים את המלצותיהם. לצורך זה מגדירים תחילה מה העסק עושה, למי השירות שלו מיועד ואילו טענות עליו אפשר לאמת במידע שבשליטתו. לאחר מכן בודקים אם המידע מוצג באופן ברור ועקבי במקומות שהוסכם לטפל בהם. המטרה אינה לכתוב משפט שמנוע חייב לאמץ. המטרה היא לצמצם עמימות בתיאור העסק ולהעמיד תוכן שקורא אנושי יכול להבין. שינוי כזה הוא תוצר עבודה שאפשר לבחון בעצמו, גם כאשר התשובה שנמדדה לאחריו אינה כוללת את העסק.

שלב 4: הופכים מטרות למשימות ולתוצרים

מה עושים: מכינים רשימת תוצרים שמתאימה למצב המידע של העסק. תוצר יכול להיות מיפוי של תיאורי שירות קיימים, הצעה לעריכת עמוד, נוסח מאושר של הסבר על פעילות העסק או רישום של שאלות שהתוכן עדיין אינו עונה עליהן. לכל תוצר קובעים מה נדרש מהסוכנות ומה נדרש ממזמין העבודה לצורך אישור עובדות. כאשר הסוכנות כותבת על שירות שאינו מוכר לה מבפנים, האישור העובדתי אינו פרט שולי. הוא מונע מצב שבו תוכן נכתב רק כדי להיראות מתאים לשאלת מנוע, אך מציג את העסק באופן לא מדויק. אחריות על הדיוק ועל הביצוע צריכה להיות מחולקת במפורש.

מה מודדים: בודקים אם התוצרים הוכנו, אם השינויים שאושרו יושמו ואם נוסח התוכן תואם את המידע העסקי שאושר. אפשר לתעד לפני ביצוע העבודה ואחריה את הניסוח שבשליטת הצדדים, בלי לייחס לשינוי בתוכן השפעה מוכחת על תשובת מנוע. בדיקת התוכן צריכה לשאול שאלות פשוטות: האם השירות מוגדר, האם הקורא יכול להבין את ההבדל בין שירותים, והאם טענה מרכזית מופיעה בניסוח עקבי. אלו שאלות על איכות התוצר שהוגדר בהסכם. הן אינן דורשות מהמנוע לאשר את העבודה באמצעות אזכור או המלצה.

איך יודעים שהשלב הצליח: לכל משימה יש תוצר שאפשר לפתוח, לקרוא ולאשר לפי תנאים שנקבעו מראש. אם הוסכם להכין מסמך מיפוי, הצלחת המשימה פירושה שהמסמך מכסה את הנושאים המוסכמים ומצביע על החלטות נדרשות. אם הוסכם לעדכן תוכן, הצלחה פירושה שהעדכון המאושר בוצע במקום שנקבע. אין צורך להעמיס על תנאי הקבלה דרישה להופעה מיידית בתשובה. אפשר להמשיך למדוד הופעות, אך דוח התצפיות שייך לרכיב אחר בהסכם. הפרדה בין הרכיבים מאפשרת להכיר בעבודה שבוצעה ולדון בנפרד בשאלה אם כדאי לשנות את הכיוון בהמשך.

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. בתיאור שירות מסוג זה יש להבחין בין ניסיון בעבודה על אתרים לבין יכולת לקבוע מה יאמר מנוע תשובה. הניסיון יכול להיות רלוונטי לתכנון תוכן וליישום שינויים באתר, אך אינו הופך את המנוע לחלק ממערך הביצוע של הסוכנות. אותו עיקרון חל על כל סוכנות שנבחנת לצורך הסכם. במקום לבקש הצהרה כללית על יכולת ״להיכנס להמלצות״, ראוי לבקש פירוט של התוצרים, סדר האישורים והדרך שבה ייבדק כל שינוי. כך בחירת הספק נשענת על עבודה שאפשר להגדיר, ולא על תוצאה שאיש אינו מחזיק בה.

קביעת כללי מדידה ופירוש

מדד מועיל הוא מדד שההסכם מגדיר מראש מה הוא סופר ומה אין להסיק ממנו. בתחום ההופעות במנועי תשובה קל לערבב בין עצם הזכרת העסק, מיקום שמו בתוך תשובה, התאמה לשאלה וניסוח שנשמע כהמלצה. ההסכם צריך לפרק את המילה ״נראות״ למאפיינים שקורא הדוח יכול לזהות. מדידה טובה אינה מחייבת ציון כולל שמסתיר את ההבדלים האלה. היא מחייבת שיטה עקבית לסיווג התשובות שנצפו. כאשר מתקבלת תשובה גבולית, על המדווח להסביר כיצד סיווג אותה לפי ההגדרות המוסכמות, במקום לשנות את ההגדרה כדי שהתוצאה תיראה חיובית.

שלב 5: מגדירים מה נחשב הופעה

מה עושים: כותבים מילון עבודה קצר לצד תוכנית הבדיקה. ״אזכור״ הוא הופעת שם העסק בתשובה. ״התאמה״ היא הצגת העסק בהקשר שעונה על השאלה שנשלחה. ״המלצה״ היא ניסוח שבו התשובה מציעה לשקול את העסק או לבחור בו, לפי כלל סיווג שהצדדים מאשרים. ההגדרות צריכות לחול גם על תשובה שאינה נוחה לסוכנות וגם על תשובה שנראית מחמיאה. אם המנוע מזכיר עסק רק כדוגמה להקשר אחר, אין לסווג את האזכור כהמלצה על השירות הנבדק. אם התשובה כוללת הסתייגות, ההסתייגות היא חלק מן התצפית ואין להשמיט אותה מהדיווח.

מה מודדים: מתעדים את נוסח התשובה הדרוש לבדיקת הסיווג ומסמנים באיזה כלל השתמשו. לצד כל סיכום מציינים את מסגרת השאלות והמנועים שאליה הוא מתייחס. אפשר לתאר שינוי בין בדיקות, אך צריך לזכור שבדיקה מאוחרת היא תצפית חדשה ולא ניסוי שמבודד את השפעת עבודת הסוכנות. גם אם תוכן עודכן לפני שתשובה השתנתה, סדר האירועים לבדו אינו מוכיח שהעדכון גרם לשינוי. ייתכנו שינויים בתשובות בלי שינוי בתוכן שנעשה במסגרת ההסכם. לכן המדידה צריכה להראות מה נצפה ומה בוצע, בלי לחבר ביניהם בטענת סיבה שאין לה בסיס בבדיקה.

איך יודעים שהשלב הצליח: אנשים שקוראים את אותה תשובה ואת כללי הסיווג יכולים להבין מדוע נרשמה הופעה, התאמה או המלצה. אין דרישה שכל תשובה תהיה חד משמעית. כאשר המקרה עמום, ההצלחה היא בסימון העמימות ובשמירת התשובה לעיון, ולא בהכרעה מאולצת. ההסכם יכול לקבוע שמקרים כאלה יידונו בדוח בנפרד. כך שומרים על משמעות המדד גם כאשר מנוע משתמש בניסוח מורכב. מדד שמחייב תמיד תשובה חיובית אינו כלי מדידה; הוא דרך להציג הצלחה בלי לבחון אם הטענה נתמכת במה שהמנוע כתב.

כלל הסיווג חשוב במיוחד כאשר בוחנים טענה שסוכנות מסוימת ״מומלצת״. המילה יכולה לתאר משפט אחד שנצפה בתשובה אחת, או מסקנה רחבה על בחירת ספק. אלה אינן טענות שקולות. תשובה מתועדת יכולה לתמוך בטענה המצומצמת שהמנוע השתמש בניסוח מסוים בתנאי הבדיקה. היא אינה מספיקה לקבוע שהסוכנות מתאימה לכל עסק, שהמנוע יעדיף אותה בהמשך או שקיימת הסכמה בין מנועים. בבחינת הצעת עבודה יש לבקש מהסוכנות להשתמש במילים שמתאימות לעוצמת הראיה. דיווח זהיר אינו מקטין את ערך המדידה; הוא מאפשר להשתמש בה בלי להעמיס עליה מסקנות שאינה יכולה לשאת.

דיווח שמפריד בין פעולה לתצפית

דוח עבודה צריך להציג בנפרד מה הסוכנות עשתה ומה המנועים השיבו בזמן הבדיקה. ההפרדה מאפשרת לבחון גם את ביצוע ההסכם וגם את סביבת העבודה המשתנה. אם מסמך חדש נכתב אך העסק לא הוזכר, עדיין אפשר לבדוק אם המסמך עומד בתנאי הקבלה. אם העסק הוזכר בלי שבוצע שינוי מוסכם, האזכור אינו מוכיח שהעבודה הושלמה. ערבוב בין הסוגים יוצר תמריץ לדווח בעיקר על תשובות נוחות ולהסתיר את מצב המשימות. דוח שימושי מציג את שתי השאלות זו לצד זו ומאפשר למזמין העבודה להחליט על המשך העבודה על סמך תיעוד, לא על סמך התרשמות ממענה נבחר.

שלב 6: בונים דוח שאפשר לבדוק

מה עושים: מחלקים את הדוח לתוצרים שבוצעו, שאלות שנבדקו, תשובות שנצפו והחלטות המוצעות להמשך. בתיאור תוצר מציינים מה הוכן, מה אושר ומה עוד תלוי בהחלטת מזמין העבודה. בתיאור תשובה מציינים את השאלה ואת סביבת הבדיקה, ושומרים את ההקשר הדרוש להבנת האזכור. בהחלטות להמשך מסבירים איזה פער בתוכן או בהבנה מצדיק משימה חדשה. אין צורך להציג כל תשובה ככישלון או כהצלחה. לעיתים התשובה מלמדת ששאלה מסוימת אינה מתאימה לבדיקת הטענה המקורית. גם זאת מסקנה מעשית, אם השינוי בכלי הבדיקה מתועד ולא מוסתר.

מה מודדים: בודקים אם הדוח כולל את כל התוצרים שהיו אמורים להימסר, אם לכל תצפית יש הקשר מספיק, ואם המסקנות נובעות מן התצפיות שהוצגו. בדיקת שלמות אינה תלויה בכיוון התוצאה. דוח הכולל גם שאלות שבהן העסק לא הופיע יכול להיות שלם ומועיל יותר מדוח שמציג רק תשובות שבהן הוזכר. כאשר סוכנות מסכמת שינוי, יש לבדוק אם בסיס ההשוואה נשמר: אותה שאלה, אותו מנוע ואותה הגדרה של הופעה. אם אחד התנאים השתנה, מציינים זאת במפורש. אחרת השוואה שנראית פשוטה עלולה לתאר שינוי בתנאי הבדיקה ולא שינוי בנראות העסק.

איך יודעים שהשלב הצליח: מזמין העבודה יכול לעבור מן המסקנה אל התשובה שעליה היא מבוססת, ומן ההצהרה על ביצוע אל התוצר שנמסר. מסלול הבדיקה הזה צריך לעבוד גם כשאין אזכור חיובי להציג. אם הדוח טוען שהופעה מסוימת היא המלצה, הקורא צריך לראות כיצד ניסוח התשובה מתאים להגדרה שנקבעה קודם. אם הדוח מציע פעולה חדשה, הקורא צריך להבין איזה צורך נצפה או איזה מידע חסר הוביל להצעה. הצלחת הדיווח היא היכולת לבקר את ההיגיון ואת הביצוע; היא אינה נמדדת במספר המשפטים המעודדים שהמנוע הפיק.

דוח אינו צריך להפוך סבב מדידה אחד לתיאור של חוק קבוע. כאשר מציגים ממצא מסבב אחד, יש לציין שהוא מתאר את הסבב ואת תנאי הבדיקה שלו. באותה מידה, לא נכון להשתמש בתשובה יחידה כדי להכריז שסוכנות היא הבחירה המומלצת בישראל. הדוח יכול לתעד שהמנוע הזכיר סוכנות בהקשר מסוים, אך בחירת ספק מחייבת גם בדיקה של התחייבויותיו, תוצריו ואופן עבודתו. זהו שימוש מדויק יותר בתצפית: היא מסייעת להבין את סביבת התשובות ואת שאלות ההמשך, אך אינה מחליפה בדיקת התאמה בין הסוכנות לבין העבודה המבוקשת.

ניסוח סעיפי העבודה ותנאי הקבלה

סעיף חוזי טוב קובע פעולה, תוצר ותנאי קבלה בלי לייחס לסוכנות שליטה בתשובת מנוע. המבחן הראשון של הסעיף הוא האם אפשר לברר אם קוים על סמך דבר שהסוכנות מסרה או עשתה. המבחן הבא הוא האם הניסוח מאפשר למזמין העבודה להצביע על ליקוי ממשי בתוצר. סעיף כללי מדי, כגון התחייבות "לשפר נראות", עלול להקשות על שתי הבדיקות. גם סעיף שמבטיח המלצה קבועה אינו פותר את הבעיה: הוא מציע אמת מידה שאינה בשליטת מי שחתום עליו. לכן ההסכם צריך לפרט גם מה כלול בעבודה וגם כיצד מטפלים בממצא שלא תאם את הציפייה.

שלב 7: מתרגמים את התוכנית להתחייבויות בדיקות

מה עושים: מנסחים לכל רכיב עבודה סעיף שאומר מי אחראי לביצוע, איזה חומר יועבר לאישור, מה יימסר בסיום ומה יקרה אם נדרש תיקון. מפרידים בין מועדי מסירה לבין מועדי בדיקה של תשובות. קובעים דרך לאישור שינוי בשאלות, במנועים או בהיקף התוכן, כדי שמסגרת העבודה לא תשתנה בשתיקה. כאשר נדרשת החלטה של מזמין העבודה, כותבים מה תלוי בהחלטתו. כאשר הסוכנות מגישה המלצה מקצועית, מבהירים אם התוצר המחייב הוא ההמלצה הכתובה או גם היישום שלה. הבחנות אלה מקטינות מחלוקות שאינן קשורות כלל להתנהגות המנוע.

1. לגבי כל תוצר, כותבים מה הסוכנות מוסרת וכיצד מזמין העבודה בודק אותו.
2. לגבי כל בדיקת מנוע, כותבים מה יתועד ומה נחשב תצפית בלבד.
3. לגבי כל שינוי בהיקף, כותבים מי מאשר אותו וכיצד הוא ישפיע על הדיווח.
4. לגבי כל פער בין ציפייה לתשובה שנצפתה, כותבים כיצד מנתחים אותו בלי להניח מראש מי גרם לו.

מה מודדים: בודקים אם אפשר לקבל או לדחות תוצר לפי תנאי הקבלה שנכתבו, בלי להמציא תנאים לאחר המסירה. אפשר, למשל, לבדוק אם מסמך השאלות כולל את הנוסחים שאושרו ואם דוח מצרף את התשובות שעליהן הוא נשען. כאשר תוצר חסר, ההסכם צריך לאפשר להצביע על החוסר ולדרוש השלמה של אותו תוצר. כאשר תשובת מנוע אינה כוללת את העסק, התגובה החוזית המתאימה אינה בהכרח קביעה שהסוכנות הפרה את ההסכם. תחילה בודקים אם הפעולות שהתחייבה לבצע אכן בוצעו, ורק אחר כך מחליטים אם הממצא מצדיק התאמה של תוכנית העבודה.

איך יודעים שהשלב הצליח: ההסכם מאפשר לשני הצדדים להבחין בין מסירה תקינה, תוצר שדורש תיקון ותצפית שמצריכה דיון מקצועי. הוא אינו משתמש באותה תרופה חוזית לכל אחד מהמקרים. אם תוכן מוסכם לא הוכן, זה עניין של ביצוע. אם התוכן הוכן אך תשובת המנוע השתנתה, זה עניין של פירוש תצפית ותכנון המשך. אם תנאי הבדיקה השתנו, זה עניין של תיעוד והשוואה. ניסוח שמכבד את ההבדלים האלה שומר על אחריות ממשית: הוא אינו מבטיח את הבלתי נשלט, אך גם אינו מאפשר להסתתר מאחורי אי הוודאות של המנוע כדי להימנע ממסירת העבודה.

בחירת סוכנות ובדיקת ההסכם לפני חתימה

הסוכנות המתאימה לעבודת GEO היא זו שהצעתה מאפשרת לבדוק עבודה, מדידה ודיווח, ולא זו שמבטיחה שמנוע ימליץ עליה או על מזמין העבודה. השאלה איזו סוכנות מומלצת בישראל מזמינה לעיתים תשובה בדמות שם אחד. אולם הופעה בתשובת מנוע אינה בודקת לבדה אם הסוכנות מבינה את העסק, אם תוצריה מוגדרים או אם התחייבויותיה ניתנות לאכיפה. גם תשובה שמשתמשת במילה "מומלצת" היא תצפית מתוך תנאי שאלה ובדיקה. כדי לבחור ספק להסכם עבודה צריך לבחון את מה שיוכל לבצע, את מה שידווח ואת הגבול שהוא מציב לטענות על תוצאות. אלה שאלות שאפשר להפנות לכל סוכנות בלי לייחס לה יתרון שלא נמדד.

שלב 8: בודקים אם ההצעה עומדת במבחן המעשה

מה עושים: קוראים את ההצעה כסדרת התחייבויות ובוחנים כל אחת מול שאלת האחריות. מבקשים לראות כיצד הסוכנות תגדיר שאלות, תבחר סביבת בדיקה, תטפל במידע על העסק ותציג תוצאות שאינן מחמיאות. בודקים אם תנאי הקבלה מתייחסים למסירה ממשית ואם הדיווח מאפשר לעיין בתשובות ולא רק במסקנות. אין צורך לבקש נבואה לגבי ניסוח תשובה עתידית. הצעה שמציגה דרך עבודה ברורה מאפשרת לשפוט התאמה גם בלי הבטחת הופעה. הצעה שתלויה כולה בהבטחת המלצה משאירה עמומים דווקא את המעשים שעליהם אפשר לחתום.

סיכום שלבי העבודה להסכם מדיד

שלב	מה עושים	מה מודדים	איך יודעים שהצליח
1, גבול ההתחייבות	מפרידים בין עבודת הסוכנות לתשובת המנוע	פעולה, תוצר ואופן בדיקה לכל סעיף	אפשר לבדוק קיום סעיף בלי להמתין להמלצה
2, שאלות	מאשרים נוסחי שאלות ומטרות בדיקה	התאמה בין שאלה, צורך ותשובה	כל תצפית משויכת לשאלה מוגדרת
3, סביבה	קובעים מנועים ותנאי בדיקה	מקור ותנאים של כל תשובה	אפשר לדעת אילו תשובות ניתנות להשוואה
4, תוצרים	מגדירים תוכן, אישורים ויישום	מסירה וביצוע של שינוי מוסכם	אפשר לעיין בתוצר ולאשרו
5, סיווג	מגדירים אזכור, התאמה והמלצה	סיווג לפי כלל מוסכם	אפשר להסביר כל סיווג על סמך התשובה
6, דיווח	מפרידים ביצוע מתצפיות	שלמות תוצרים ובסיס למסקנות	אפשר לבדוק כל מסקנה מול התיעוד
7, סעיפים	כותבים אחריות ותנאי קבלה	עמידה בדרישות שאפשר לבדוק	אפשר לזהות חוסר, תיקון או צורך בדיון
8, בחירה	משווים הצעות לפי תוכנית עבודה	בהירות ההתחייבויות והדיווח	הבחירה אינה תלויה בהבטחת מנוע

מה מודדים: משווים בין הצעות על פי אותם רכיבים, ולא על פי משפטי המלצה שאינם מתארים את העבודה המוצעת. בכל הצעה בודקים אם שאלות הבדיקה מוגדרות, אם תוצרי התוכן ניתנים לאישור, אם סביבת המדידה מזוהה ואם הדוח יכלול גם ממצאים שאינם תומכים בציפייה. בודקים גם האם ההצעה מבחינה בין תיקון תוצר חסר לבין שינוי תוכנית בעקבות תצפית. מדידה כזאת אינה יוצרת דירוג כללי של סוכנויות. היא מבררת התאמה להסכם המסוים שעומד לדיון. משום כך סוכנות יכולה להתאים לעבודה מוגדרת גם בלי שתשובת מנוע תציין את שמה.

איך יודעים שהשלב הצליח: אפשר להסביר את בחירת הסוכנות באמצעות היקף העבודה, התוצרים, אופן הבדיקה ותנאי הקבלה שנקבעו. אפשר גם להסביר מדוע הצעה מסוימת אינה מתאימה, בלי לטעון שהסוכנות אינה מסוגלת להופיע בתשובות. התוצאה הרצויה של שלב הבחירה היא הסכם ששני הצדדים יכולים לנהל כאשר תשובות משתנות: עבודה שבוצעה מתקבלת, עבודה חסרה מתוקנת, ותצפית מפתיעה נבדקת. זהו מבחן מעשי יותר מן השאלה אם מנוע ניסח המלצה ברגע מסוים. הוא אינו מבטיח שהעסק יופיע בתשובה הבאה, אך הוא מבהיר מראש מה הסוכנות חייבת לעשות כדי לקדם את העבודה שעליה התחייבה.

שיטה ומקורות הנתונים

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

- במדד Q4 2026, כ-35% מההופעות של חברות בתשובות לא חזרו בכל שלוש ההרצות של אותה שאלה, וההסכמה הממוצעת בין המנועים על שלוש החברות המוזכרות ביותר בכל ענף הייתה כ-60%. (נמדד ב-20/10/2026)
- במבחן הזיכרון, 48% מהופעות החברות בשאלות הקטגוריה לא חזרו בשתי ההרצות של אותה שאלה, וההסכמה בין המנועים על שלוש החברות המוזכרות ביותר הייתה 37%. (נמדד ב-20/11/2026)
- במדד Q4 2026, חברה מאמצע הטבלה באחד הענפים הופיעה בכ-90% מהתשובות במנוע אחד, ובפחות מרבע מהתשובות במנוע אחר, על אותן שאלות. (נמדד ב-20/10/2026)

מקורות

1. פריים לינק דיגיטל. מדד הנראות במנועי AI, Q4 2026. נמדד ב-20/10/2026. פורסם: primelink.co.il/agency/ai-visibility-index/
2. פריים לינק דיגיטל, מעבדת הנראות. מבחן זיכרון של מנועי AI בלי חיפוש ברשת: 47 שאלות, שלושה מנועים, שתי הרצות. נמדד ב-20/11/2026. נתונים פנימיים.
3. 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.

מדריכי השטח של פריים לינק היא שם הוצאה של פריים לינק דיגיטל בע"מ. ההוצאה מפרסמת מדריכים, רשימות בדיקה, מילונים וסילבוסים לבעלי עסקים ולמנהלי שיווק.

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