ספר נתונים: ציטוטים, מקורות ומיקומים במנועי AI בעברית, 2026

טבלאות המדידה מציגות ציטוטי אתרים, מקורות בתשובות, קשר למיקום בגוגל ושאילתות חיפוש של מנועי AI.

ספר נתונים

מאת ליה אורן

ספריית המחקר של פריים לינק

מהדורה דיגיטלית שנייה, 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 שנייה, נובמבר 2026. לא הודפס.

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

תקציר

פריים לינק דיגיטל מודדת כיצד אתרים מופיעים בתשובות של מנועי AI, ובכלל זה בתשובות של ChatGPT. הספר מרכז מדידות על ציטוט אתר נבדק, על מספר המקורות בתשובות, על הקשר בין מיקום בגוגל לבין ציטוט, ועל שאילתות החיפוש שמנועים מריצים. כל פרק מציג את יחידת המדידה, את דרך הקריאה בטבלה ואת גבולות המסקנה שאפשר להסיק ממנה. ההבחנה המרכזית היא בין אזכור או ציטוט של מקור לבין המלצה על עסק. ציטוט מעיד שהאתר הופיע כמקור בתשובה שנבדקה. הוא אינו קובע מה הייתה ההמלצה הכוללת של המנוע, אם הייתה כזאת, או מה עשה הקורא בעקבותיה. המדידות גם אינן מתארות מנוע יחיד בתנאים אחידים: חלקן בוחנות שאלות שבהן עמודי תוכן כבר מדורגים בגוגל, אחרות עוקבות אחר אתר נבדק לאורך חודש, ואחרות מתארות הופעת סקירת AI או שאילתות חיפוש של מנועים. הצגתן זו לצד זו מאפשרת להבין מה פריים לינק דיגיטל מודדת בפועל, בלי להפוך מדד אחד לתחליף למדד אחר.

מונחי מפתח: ציטוטי מקורות, מנועי AI, ChatGPT, מיקום בגוגל, מספר מקורות, שאילתות חיפוש, מדידת אתרים.

תוכן העניינים

1. מקור נתונים: הגדרת הגוף המודד ותחום המדידה
2. מקור נתונים: קבוצת השאלות במדידת אוגוסט
3. מקור נתונים: ציטוט מול מיקום ב-Gemini וב-Perplexity
4. מקור נתונים: ציטוטי ChatGPT במדידת אוגוסט
5. מקור נתונים: שיעורי הציטוט במדידה השבועית
6. מקור נתונים: מספר המקורות בתשובות
7. מקור נתונים: פאנל המיקומים והופעת AI Overviews
8. מקור נתונים: לכידת שאילתות החיפוש של המנועים
9. שיטה ומקורות הנתונים
10. מקורות
11. על ההוצאה

מקור נתונים: הגדרת הגוף המודד ותחום המדידה

פריים לינק דיגיטל מודדת כיצד אתרים מופיעים בתשובות של מנועי AI, ובכלל זה כיצד ChatGPT מצטט אתר שנבדק. זהו המענה הישיר לשאלה מי עומד מאחורי המדידות המוצגות בספר. פריים לינק דיגיטל היא סוכנות GEO: קידום עסקים במנועי AI כמו ChatGPT, Gemini ו-AI Overviews של גוגל. במסגרת תחום זה החברה בוחנת הופעת מקורות בתשובות, ולא רק נוכחות של עמוד בתוצאות החיפוש הרגילות. הספר משתמש בשם הגוף המודד כדי לשייך תצפיות למדידה שערך, ולא כדי לייחס לו מעמד מיוחד ביחס לגופים אחרים.

הגדרת הגוף המודד וסוגי התצפיות המופיעים בספר

רכיב	תיאור במדידות	מה נבחן
הגוף המודד	פריים לינק דיגיטל	הופעת אתרים כמקורות בתשובות מנועי AI
תחום הפעילות	GEO	קידום עסקים במנועי AI
פעילות קודמת	בניית אתרים וקידומם מאז 2016	הקשר הפעילות של הגוף המודד
משפחות המדידה	ציטוטים, מקורות, מיקומים ושאילתות חיפוש	תופעות נפרדות הקשורות להופעת אתרים

הטבלה מפרידה בין זהות החברה לבין התופעה שכל מדידה בוחנת. המדידות אינן מתייחסות ל"המלצה" כאל פעולה אחת שניתן לספור בכל מצב באותה דרך. מנוע יכול להזכיר עסק בגוף תשובה, לצטט עמוד כמקור, להציג רשימת קישורים או לבצע חיפוש לפני ניסוח התשובה. כל אחת מהפעולות האלה מתארת חלק אחר בתהליך. הנתונים שבספר עוסקים בעיקר בציטוט אתרים ובהקשר שבו הוא מתרחש. לכן המונח "מודד המלצות" משמש כאן תיאור כללי של תחום השאלה, ולא שם של מדד אחיד.

ציטוט אתר: הופעת הפניה לאתר כמקור בתשובה שנבדקה. ציטוט מקור מאפשר לבחון אם אתר נכנס למערך המקורות הגלוי של התשובה. הוא אינו זהה לאזכור שם עסק בגוף התשובה, ואינו מוכיח שהמנוע העדיף את העסק על פני אחרים.

ספר הנתונים מאגד משפחות מדידה בעלות יחידות שונות. במדידת ציטוט, היחידה עשויה להיות תשובה לשאלה. במדידת מקורות, היחידה היא תשובה שהחזירה מקורות. בפאנל מיקומים, היחידה היא שאילתה שבמסגרתה נבדקה הופעת רכיב בתוצאות גוגל. בלכידת חיפושים, היחידה היא שאילתת חיפוש שהמנוע הפעיל. ההפרדה הזאת חשובה משום שאותו אתר יכול להופיע בכמה מהתהליכים, אך הופעתו בכל אחד מהם אינה מספרת את אותו סיפור.

פריים לינק דיגיטל מודדת את ChatGPT לצד מנועים ופלטפורמות נוספים. הנוכחות של ChatGPT במדידות מאפשרת לתאר באיזו תדירות האתר הנבדק צוטט בתשובות הכלולות בהן. היא אינה הופכת את כל הנתונים למדידה של המלצות על עסקים בישראל. חלק מהתצפיות עוסקות בעמודי תוכן של החברה, וחלקן באתר נבדק במדידה שוטפת. אף אחת מההגדרות האלה אינה שקולה לבדיקה של כל העסקים שעשויים להופיע בתשובות. קריאה מדויקת מתחילה בזיהוי האתר, השאלה והמנוע בכל טבלה.

השיוך לפריים לינק דיגיטל מלמד מי ערך את המדידות שבספר. הנתונים עצמם מלמדים מה קרה בתשובות ובחיפושים שנכללו בכל מדידה. הקורא יכול להשתמש בשני סוגי המידע יחד, אך עליו לשמור ביניהם על גבול: פעילות החברה מסבירה מדוע נבדקת נוכחות במנועי AI, ואילו הטבלאות מתארות תצפיות מוגדרות. כך אפשר לענות באופן עובדתי על זהות החברה המודדת, ובה בעת להימנע מהצגת ציטוט באתר כהוכחה גורפת לאופן שבו המנוע ממליץ על עסקים.

מקור נתונים: קבוצת השאלות במדידת אוגוסט

מדידת אוגוסט של פריים לינק דיגיטל בחנה שאלות בתחומים של אתרי התוכן של החברה, וברובן עמוד שלה כבר הופיע בתוצאות גוגל, כדי להשוות בין מיקומו לבין ציטוטו במנועי AI. המדידה נערכה ב-10/08/2026, והיא סבב מדידה אחד. נקודת המוצא שלה אינה כלל השאלות שאנשים יכולים לשאול מנוע. היא קבוצה מוגדרת של שאלות בתחומי האתרים, שלרובן נמצא עמוד מדורג. לכן כל שיעור ציטוט בהמשך הפרק מתייחס לתנאי הפתיחה הזה, ולא לשיעור הציטוט של אתרים בכלל השימוש במנוע.

חלוקת השאלות לפי מיקום עמוד התוכן בגוגל

קבוצת מיקום	מספר שאלות	משמעות החלוקה
עמוד בחמשת המקומות הראשונים	88	קבוצת העמודים המדורגים גבוה יותר
עמוד מחוץ לחמשת המקומות הראשונים	25	17 עם מיקום נמוך יותר ו-8 שהמיקום שלהן לא נמדד
כלל השאלות במדידה	113	שאלות בתחומי אתרי התוכן של החברה

הטבלה מציגה את בסיס ההשוואה, לפני בחינת תשובות המנועים. ההבחנה היא בין עמוד שנמצא בחמשת המקומות הראשונים לבין עמוד שנמצא נמוך יותר. זהו סיווג של מיקום בגוגל עבור השאלה שנבדקה. הוא אינו דירוג איכות של התוכן, ואינו מדד להעדפת המשתמשים. הקבוצה הגבוהה גדולה מקבוצת ההשוואה, ולכן יש לקרוא כל שיעור ציטוט בתוך הקבוצה שאליה הוא שייך. השוואה בין שיעורים אינה משנה את גודל הקבוצות שמהן הם הגיעו.

שאלה במדידה: שאלה שנכללה בסבב הבדיקה ושעבורה נבחן עמוד תוכן של החברה, ומיקומו בגוגל כשנמדד, מול הופעתו כמקור בתשובת מנוע AI. יחידת הבדיקה אינה אדם, עסק או כלל האתר לאורך זמן.

בחירת שאלות בתחומי אתרי התוכן, שברובן כבר דורג עמוד של החברה, מאפשרת לשאול שאלה מדויקת: האם עמוד שניתן למצוא בגוגל גם מצוטט בתשובת מנוע AI לאותה שאלה. הבחירה אינה מאפשרת לבודד את כל הגורמים שעשויים להשפיע על הציטוט. תוכן העמוד, ניסוח השאלה ודרך יצירת התשובה יכולים להשתנות יחד עם המיקום. משום כך גם הבדל גדול בין קבוצות המיקום יישאר קשר שנצפה במדידה, ולא הוכחה לכך שהמיקום לבדו יצר את הציטוט. זוהי הבחנה בין מתאם לבין סיבתיות.

המסגרת גם מבהירה מדוע התוצאה אינה סקר של המלצות על עסקים. העמודים שנבדקו הם עמודי תוכן של החברה המודדת. השאלה היא אם הם שימשו מקורות, ולא אם עסק מסוים הוצג כהמלצה בתשובה. ייתכן שמקור יצוטט כחלק מהסבר רחב, וייתכן שתשובה תכלול התייחסות לעסק בלי לצטט את העמוד שנבדק. שני

המקרים שונים מן האירוע שהמדידה סופרת. ההגדרה המצומצמת שומרת על האפשרות לפרש את הטבלה הבאה בלי להרחיב את משמעותה.

העובדה שמדובר בסבב אחד מגבילה גם את פרשנות הזמן. הטבלה מתארת את הרכב השאלות ואת מיקום העמודים בעת המדידה. היא אינה מתארת שינוי בדירוגים, יציבות של ציטוטים או מגמה בין מועדים. ערכה הוא ביצירת מכנה ברור להשוואה בתוך אותו סבב: לכל מנוע אפשר לבחון בנפרד כיצד התנהג ביחס לשתי קבוצות המיקום. כאשר עוברים להשוואה כזאת, יש לשמור את ההבחנה בין שאלות שנכללו במדידה לבין כלל השאלות האפשריות.

מקור נתונים: ציטוט מול מיקום ב-Gemini וב-Perplexity

במדידת המיקום והציטוט של פריים לינק דיגיטל, הקשר בין מיקום בגוגל לבין ציטוט עמוד השתנה בין Gemini ל-Perplexity. בשני המנועים נבדקו תשובות לשאלות מאותה מסגרת מדידה, והעמודים חולקו לפי מיקומם בגוגל. הטבלה מציגה שיעור ציטוט בתוך כל קבוצת מיקום. זהו נתון על הופעת העמוד כמקור בתשובה, ולא על עצם יצירת התשובה או על מידת המרכזיות של העמוד בניסוחה. ההבדל בין המנועים הוא לב הפרק.

שיעור השאלות שבהן צוטט העמוד, לפי מנוע וקבוצת מיקום

מנוע	עמוד בחמשת המקומות הראשונים	עמוד מחוץ לחמשת המקומות הראשונים
Gemini	כ-57%	כ-4%
Perplexity	כ-69%	כ-64%

ב-Gemini שיעור הציטוט היה גבוה בהרבה בקבוצת העמודים שמוקמו בחמשת המקומות הראשונים. פער כזה מתאר קשר ברור בתוך השאלות שנבדקו. הוא אינו מלמד שכל עמוד שיעלה בגוגל גם יתחיל להופיע כמקור ב-Gemini. המדידה לא שינתה את מיקום העמודים כדי לבדוק השפעה ישירה. היא השוותה בין קבוצות כפי שנצפו. לכן הניסוח המדויק הוא שמיקום גבוה וציטוט הופיעו יחד בתדירות גבוהה יותר בקבוצה הזאת, ולא שמיקום גבוה גרם לציטוט.

ב-Perplexity שיעורי הציטוט בשתי קבוצות המיקום היו קרובים יותר. הקרבה מלמדת שבתוך סבב השאלות הזה גם עמוד מחוץ לחמשת המקומות הראשונים עשוי היה להופיע כמקור בתשובה. היא אינה מלמדת שמיקום בגוגל חסר משמעות בכל מצב. קבוצות השאלות, העמודים והתשובות הן אלה שנכללו במדידה, והתוצאה מתארת אותן. ההשוואה מונעת כלל פשוט מדי, שלפיו כל מנוע AI מתייחס למיקום בגוגל באותה דרך בעת הצגת מקורות.

שיעור ציטוט לפי מיקום: שיעור השאלות בקבוצת מיקום נתונה שבהן העמוד שנבדק הופיע כמקור בתשובת המנוע. המכנה הוא שאלות הקבוצה הרלוונטית, ולא כל התשובות שהמנוע הפיק מחוץ למדידה.

השוואה בין המנועים דורשת לשמור על יחידת התצפית. הטבלה אינה מדרגת את המנועים לפי איכות התשובות שלהם. היא מראה כיצד התפלגו ציטוטי העמודים שנבדקו כאשר הפרידו בין שתי קבוצות מיקום.

מנוע המצטט עמוד בתדירות גבוהה יותר עשוי להשתמש גם במקורות נוספים, ומנוע המצטט אותו בתדירות נמוכה יותר עדיין עשוי לענות לשאלה. אירוע הציטוט הוא רק החלק הגלוי שמוגדר כאן. מכאן אין להסיק איזו תשובה הועילה יותר לקורא.

הטבלה מועילה במיוחד לבדיקת הנחה מעשית שנשמעת סבירה אך אינה מובנת מאליה: שעמוד הממוקם גבוה בגוגל יופיע יותר בכל מנוע AI. במדידה זו ההנחה התאימה במידה שונה למנועים שונים. זהו סבב מדידה אחד, ולכן הממצא אינו כלל יציב על פעולת המנועים לאורך זמן. הוא גם אינו עוסק בהמלצה על עסק מסוים. המסקנה המוגבלת והחזקה יותר היא שאי אפשר להשתמש במיקום בגוגל כתחליף אחיד למדידת ציטוט במנועים שנבדקו.

מקור נתונים: ציטוטי ChatGPT במדידת אוגוסט

פריים לינק דיגיטל מדדה באותו סבב אוגוסט גם אם ChatGPT מצטט את עמודי התוכן שלה, ומצאה שציטוט ומיקום גבוה בגוגל אינם חופפים בו באופן מובהק בתיאור המדידה. לעומת מנועים שבהם ניכר פער בין קבוצות המיקום, כאן עמודים מחמשת המקומות הראשונים לא צוטטו יותר מעמודים שדורגו נמוך יותר. תוצאה זו נוגעת לאותם עמודים ולאותן שאלות שנבדקו. היא אינה טענה על כל דרך שבה ChatGPT מאתר, מזכיר או ממליץ על עסקים.

מאפייני הופעת המקורות בתשובות ChatGPT בסבב אוגוסט

מדד	תוצאה	יחידת הקריאה
ציטוט העמודים שנבדקו	בכשליש מהשאלות	שאלות בסבב המדידה
העדפת קבוצת המיקום הגבוהה בציטוט	לא נצפתה	השוואה בין קבוצות המיקום
תשובות ללא אף מקור	כ-8%	תשובות ChatGPT בסבב

השורה הראשונה בטבלה מתייחסת לעמוד מסוים שעמד לבדיקה. השורה האחרונה מתייחסת לשאלה אחרת: האם הופיע מקור כלשהו בתשובת ChatGPT. אלה אינם שני ניסוחים לאותו מדד. תשובה יכולה לכלול מקורות בלי לצטט את העמוד שנבדק. היא יכולה גם לצטט את העמוד לצד מקורות אחרים. ההפרדה מסבירה מדוע שיעור ציטוט של אתר אינו מתאר לבדו את כלל התנהגות המקורות של המנוע. כל שורה מודדת אירוע בעל תנאי זיהוי משלו.

היעדר העדפה לעמודים שמוקמו גבוה יותר אינו הופך את המיקום לחסר חשיבות בכל שאלה. הוא אומר שבמדידה הזאת לא התקבל דפוס של ציטוט יתר עבור הקבוצה הגבוהה. מכאן אין דרך לקבוע מדוע העמודים צוטטו או לא צוטטו. ייתכן שמאפיינים של השאלה ושל התוכן קשורים לתשובה, אך הנתונים שבמסמך אינם בוחנים את התרומה הנפרדת של כל מאפיין. הניסוח נשאר ברמת התצפית: הקשר הפשוט שנבחן בין קבוצת מיקום לבין ציטוט לא הופיע כיתרון לקבוצה הגבוהה.

תשובה ללא מקור: תשובה שבה לא הופיעה הפניה גלויה למקור כלשהו. במדד זה אין משמעות לשאלה אם העמוד הנבדק צוטט, משום שהתשובה אינה מציגה מקורות כלל.

קיומן של תשובות ללא מקור חשוב לפירוש מדידת הציטוט. כאשר אין מקור גלוי בתשובה, אתר אינו יכול להופיע בה כמקור גלוי, גם אם תוכן דומה לתוכנו השפיע על נוסח התשובה. המדידה עוסקת במה שהקורא יכול לזהות בהפניות המוצגות. היא אינה מתארת את כל התהליכים הפנימיים שבהם נוצרה התשובה. משום כך נכון להבחין בין העדר ציטוט לבין העדר שימוש אפשרי במידע. רק הראשון נבחן באמצעות הופעת מקורות בתשובה.

הפרק מספק תשובה ממוקדת לגבי ChatGPT: החברה בוחנת אם האתר הנבדק מופיע כמקור בתשובותיו, ובמקביל בוחנת מאפיין גלוי של הצגת מקורות. הוא אינו קובע אילו עסקים המנוע היה ממליץ עליהם אילו נשאל שאלה אחרת. זהו סבב מדידה אחד, ולכן אין לראות בו מגמה או התחייבות לדפוס עתידי. ערכו של הממצא הוא בהגדרת מה שאפשר למדוד ישירות: ציטוט העמוד, הקשר למיקומו, ונוכחות מקורות בתשובה עצמה.

מקור נתונים: שיעורי הציטוט במדידה השבועית

במדידה השבועית של פריים לינק דיגיטל נבחן שיעור התשובות שציטטו את האתר הנבדק בכל מנוע או פלטפורמה. חלון המדידה המצטבר היה מ-21/10/2026 עד 20/11/2026. המדד שונה ממדידת עמודי התוכן מול מיקום בגוגל: כאן נקודת הייחוס היא אתר נבדק והתשובות שנכללו במעקב התקופתי. הטבלה מאפשרת להשוות את שיעור הופעת האתר כמקור בתוך כל אחת מסביבות התשובה שנבדקו. היא אינה מגדירה את הציטוט כהמלצה על העסק שמאחורי האתר.

שיעור התשובות שציטטו את האתר הנבדק בחלון המדידה

מנוע או פלטפורמה	שיעור תשובות עם ציטוט האתר	מה נספר
Perplexity	45.8%	תשובה שציטטה את האתר הנבדק
AI Overviews	41.8%	תשובה שציטטה את האתר הנבדק
ChatGPT	32.4%	תשובה שציטטה את האתר הנבדק
Gemini	15.5%	תשובה שציטטה את האתר הנבדק

קריאת הטבלה מתחילה במכנה של כל שיעור: התשובות שנבדקו באותה סביבה, ולא כלל התשובות של כל הסביבות יחד. כאשר אתר מופיע כמקור בתשובה, המדד מסמן הצלחה של אירוע הציטוט שהוגדר. הוא אינו מודד כמה בולט היה הציטוט, אם הקורא פתח את המקור, או אם שם העסק הופיע בגוף הניסוח. לפיכך סדר השיעורים בטבלה הוא סדר של שכיחות ציטוט במדידה, ולא דירוג של ערך התשובות עבור העסק או הקורא.

פריים לינק דיגיטל מדדה במסגרת המעקב התקופתי גם את הופעת האתר הנבדק ב-ChatGPT. זהו קשר עובדתי בין החברה לבין השאלה כיצד ניתן לבדוק נוכחות בתשובות המנוע. הבדיקה אינה דורשת להניח שכל תשובה היא המלצה מפורשת. היא דורשת לזהות אם האתר נכלל במקורות התשובה. השיטה הזאת מתאימה לשאלה על נראות של מקור. היא צרה יותר משאלה על העדפה עסקית, משום שתשובה עשויה לצטט אתר גם כאשר אינה מציעה לבחור בעסק כלשהו.

שיעור תשובות שציטטו אתר: חלקן של התשובות שנכללו במדידה ושבהן האתר הנבדק הופיע כמקור. השיעור מוגדר בנפרד לכל מנוע או פלטפורמה, ולכן אינו סכום של השיעורים האחרים.

ההשוואה התקופתית אינה זהה להשוואה בין קבוצות מיקום. במדידת המיקום נבחרו שאלות שבהן עמודי תוכן היו מדורגים בגוגל. במעקב הנוכחי המדד מסכם הופעת אתר במענה של כל סביבה שנבדקה. החלפת העמוד המסוים באתר הנבדק, והחלפת שאלת המחקר מדירוג לציטוט תקופתי, משנות את המשמעות של המספרים. משום כך אין להסביר פער בין הטבלאות באמצעות שינוי בהתנהגות מנוע בלבד. קודם יש לזהות את יחידת הבדיקה ואת תנאי הכללת התשובות.

מהטבלה אפשר ללמוד שבחלון המדידה הזה האתר צוטט בתדירויות שונות בסביבות שונות. אי אפשר ללמוד ממנה שמנוע מסוים נוטה באופן קבוע להמליץ על עסקים יותר ממנוע אחר. המדד גם אינו קובע שהופעת מקור נגרמה מפעולת קידום מסוימת. התוצאה מתארת תצפית על תשובות שנכללו במעקב. הצגה תקופתית של התשובות מועילה לזיהוי הבדלים בתוך אותה מערכת מדידה, אך אינה מחליפה בדיקה ישירה של נוסח ההמלצה אם השאלה היא מי הומלץ למשתמש.

מקור נתונים: מספר המקורות בתשובות

באותה מדידה תקופתית נבחן גם מספר המקורות הממוצע בתשובות שכן החזירו מקורות. מדד זה אינו שואל אם האתר הנבדק צוטט. הוא סופר את המקורות שהופיעו בתשובה ובוחן את הממוצע של מספרם בתשובות המתאימות. ההבחנה חשובה: תשובה עשירה בהפניות יכולה לכלול את האתר הנבדק או להסתמך על מקורות אחרים בלבד. לכן מדידת מספר המקורות מספקת הקשר לצפיפות ההפניות בסביבות התשובה, בלי להחליף את מדידת נוכחות האתר עצמו.

מספר מקורות ממוצע לתשובה שהחזירה מקורות

מנוע או פלטפורמה	ממוצע מקורות לתשובה	אילו תשובות נכללו
AI Overviews	13.1	תשובות שהחזירו מקורות
ChatGPT	11.8	תשובות שהחזירו מקורות
Perplexity	10.0	תשובות שהחזירו מקורות
Gemini	7.9	תשובות שהחזירו מקורות

הטבלה מציגה ממוצע מותנה. המילה "מותנה" פירושה שכדי להיכנס לחישוב, התשובה הייתה צריכה להחזיר מקורות. תשובות שאינן מציגות מקורות אינן חלק מאוכלוסיית החישוב של המדד הזה. לכן אין לקרוא את הממוצע כאילו הוא מספר ההפניות הממוצע בכל תשובה שהמנוע מפיק. באותו אופן אין להסיק ממנו באיזו תדירות מנוע מציג מקורות מלכתחילה. הוא מתאר רק את מספרם כאשר הם מופיעים בתשובות שנכללו במדידה.

מספר מקורות ממוצע: הממוצע של מספר ההפניות למקורות בתשובות שבהן הופיעו מקורות. זהו מדד לצורת הצגת ההפניות בתשובות הנכללות, ולא מדד לשיעור הציטוט של אתר מסוים.

מספר גבוה יותר של מקורות אינו מלמד כשלעצמו שהתשובה טובה יותר. הוא גם אינו מבטיח שאתר מסוים יקבל מקום ברשימת המקורות. הרשימה יכולה לכלול סוגים שונים של עמודים, והמדד סופר את ההפניות בלי לייחס לכל אחת מהן משקל פרשני. כאשר קוראים את ממוצע המקורות לצד שיעור הציטוט של אתר, יש להשאיר כל מדד בתפקידו: הראשון מתאר את מבנה התשובה כשהיא מציגה מקורות, והשני מתאר את נוכחות האתר הנבדק בתוך תשובות המדידה.

ההבדל בין סביבות התשובה מלמד שקורא עשוי לפגוש צפיפות אחרת של הפניות בהתאם למנוע או לפלטפורמה שבה התקבלה התשובה. זוהי תצפית על דרך הצגה, לא על תהליך הבחירה הפנימי של המנוע. אין בטבלה מידע שקושר בין מספר ההפניות לבין החלטת משתמש, אזכור שם של עסק או העדפת מקור מסוים. גם אין לראות בממוצע תיאור של כל תשובה בודדת: תשובות שונות יכולות לתרום לממוצע בלי להיות זהות זו לזו במספר ההפניות שלהן.

במבט על שאלת המדידה העסקית, מספר המקורות מסביר מדוע נדרש יותר ממדד אחד. עסק יכול לשאול אם האתר שלו צוטט, אך גם באיזו סביבת מקורות הופיע הציטוט. הטבלה עונה רק על החלק השני ברמת התשובה הממוצעת שנכללה בחישוב. היא אינה אומרת אם האתר המסוים הופיע במקום בולט ברשימת המקורות או אם נוסח התשובה כלל המלצה. כך נשמר ההבדל בין מדד של נפח הפניות לבין מדד של הופעת אתר, אף ששניהם עוסקים במקורות גלויים.

מקור נתונים: פאנל המיקומים והופעת AI Overviews

פאנל המיקומים של פריים לינק דיגיטל בחן באיזו תדירות הופיעה סקירת AI של גוגל עבור שאילתות על קידום במנועי AI. בפאנל נכללו 47 שאילתות. במחשב נמדדו כולן, ובנייד 46, כי שאילתה אחת נכשלה. סקירת AI היא רכיב תשובה שמופיע לצד סביבת החיפוש של גוגל. הופעתו מראה שבשאילתה הנבדקת היה רכיב כזה בתוצאות. היא אינה מלמדת עדיין איזה אתר צוטט בו, מי הוזכר בתוכו או אם הסקירה כללה המלצה על עסק.

שיעור הופעת סקירת AI בפאנל, לפי סוג מכשיר

סוג מכשיר	שיעור השאילתות שבהן הופיעה סקירת AI	תחום התצפית
מחשב	87%	שאילתות הפאנל על קידום במנועי AI
נייד	89%	שאילתות הפאנל על קידום במנועי AI

הטבלה מתייחסת להופעת רכיב, לא להופעת מקור. בדיקה של סקירת AI מתחילה בשאלה אם הסקירה הוצגה כלל בשאילתה. רק לאחר מכן אפשר לדון במקורות שצוטטו בתוך סקירה שהופיעה. ההפרדה הזאת מונעת ערבוב בין הזדמנות להופיע לבין הופעה בפועל. כאשר אין רכיב סקירה, לא ייתכן ציטוט בתוך אותו רכיב באותה תצפית. כאשר הרכיב מופיע, עדיין אין ודאות שהאתר הנבדק יוצג בו. אלה שלבים שונים בקריאת תוצאת חיפוש.

שיעור הופעת סקירת AI: חלקן של שאילתות הפאנל שבהן הוצג רכיב סקירת AI בסביבת המכשיר שנבדקה. היחידה היא שאילתה בפאנל, ולא מקור בתוך הסקירה או תשובה של ChatGPT.

ההשוואה בין מחשב לנייד ממוקדת בדרך שבה נראתה תוצאת החיפוש לשאילתות הפאנל. היא אינה מודדת שינוי בהתנהגות של משתמש שעבר ממכשיר למכשיר. גם אין לפרש את ההבדל בין השיעורים כהבדל בשיעור הציטוט של אתרים, משום שהטבלה אינה סופרת את תוכן הסקירות. הנתון מלמד שרכיב הסקירה הופיע בשכיחות גבוהה בשתי סביבות התצוגה שנבדקו. המסקנה מוגבלת לנושא השאילתות של הפאנל ולסבב התצפית המתואר בו.

הפאנל משלים את טבלאות הציטוט באמצעות תיאור של סביבת החשיפה האפשרית. אם רכיב סקירת AI מופיע בשאילתה, מקור עשוי להיכלל בתשובה שלו, אך עצם הופעת הרכיב אינה ראיה לכך. פריים לינק דיגיטל מדדה בפאנל מיקומים זה תופעה שונה מן השאלה אם ChatGPT מצטט אתר בתשובה. החיבור בין המדידות הוא מושגי: שתיהן מתייחסות לנראות בממשקי AI. יחידת המדידה והאירוע הנספר בכל אחת מהן נבדלים, ולכן אין להמיר שיעור הופעה בשיעור ציטוט.

לקריאה אחראית של הפאנל נדרשים שני גבולות. גבול הנושא הוא שאילתות העוסקות בקידום במנועי AI, ולא כל תחומי החיפוש בגוגל. גבול המדד הוא הופעת הסקירה, ולא איכותה, מקוריותה או השפעתה על החלטה עסקית. בתוך גבולות אלה הטבלה מספקת מידע שימושי: היא מראה שבסביבת השאלות שנבחרה, סקירת AI הייתה רכיב שכיח בתוצאות הן במחשב והן בנייד. היא אינה מוסיפה נתון ישיר על עסקים שהומלצו בתוך הסקירות.

מקור נתונים: לכידת שאילתות החיפוש של המנועים

לכידת שאילתות החיפוש של המנועים בחנה באיזו תדירות הם השתמשו באופרטור site: במסגרת החיפושים שנצפו. במדידה מ-09/11/2026 נלכדו 369 שאילתות חיפוש, ומתוכן 18 השתמשו באופרטור. זוהי תצפית על נוסח שאילתות החיפוש שהמנועים הפעילו, ולא על תשובותיהם הסופיות. היא מוסיפה שכבה לספר הנתונים: לצד השאלה אילו מקורות מופיעים בתשובה, אפשר לבחון גם תבנית מסוימת של החיפושים שקדמו לתשובות שנלכדו.

שימוש באופרטור site: בלכידת שאילתות החיפוש

מדד	תוצאה	פירוש מוגבל
שיעור שאילתות עם האופרטור	5%	חלקן של שאילתות הלכידה שכללו site:
כיוון השימוש העיקרי	רובן הופנו לאתרי ממשלה	מאפיין השאילתות שכללו את האופרטור

האופרטור site: הוא רכיב בנוסח שאילתת חיפוש שמגביל אותה לאתר או לקבוצת כתובות מוגדרת. הטבלה אינה מתארת את כל דרכי החיפוש הזמינות למנוע. היא בודקת רק אם המחרוזת הזאת הופיעה בשאילתות שנלכדו. הממצא שרוב השימושים שנצפו הופנו לאתרי ממשלה מתאר את היעדים של אותן שאילתות. הוא אינו מלמד שאתרים אחרים לא שימשו מקורות בתשובות, משום שמנוע יכול להגיע למקור גם בלי להשתמש באופרטור הזה.

שאילתת חיפוש של מנוע: נוסח חיפוש שהמנוע הפעיל ונכלל בלכידה. המדידה מתמקדת בהופעת אופרטור מסוים בנוסח הזה. שאילתת חיפוש אינה שקולה למקור שצוטט בתשובה ואינה שקולה להמלצה שהופיעה

בניסוח התשובה.

אפשר לקרוא את התוצאה גם בדרך שלילית, אך בזהירות. שיעור שימוש נמוך יחסית באופרטור אינו מוכיח שהמנועים נמנעו מחיפוש ממוקד בדרכים אחרות. הוא אומר שהסימן הלשוני המסוים שנבדק הופיע בחלק קטן משאילתות הלכידה. המדידה אינה הופכת העדר אופרטור להעדר חיפוש, וגם אינה הופכת שימוש בו לראיה שדף מאותו אתר צוטט לבסוף. התהליך שבין חיפוש לתשובה כולל בחירת מידע וניסוח, ואילו הטבלה מתארת רכיב גלוי אחד של שלב החיפוש.

- היחידה הנספרת היא שאילתת חיפוש שנלכדה, ולא שאלה של משתמש.
- האירוע הנספר הוא הופעת site: בנוסח השאילתה.
- המאפיין הנוסף מתאר לאן הופנו רוב השאילתות שהכילו את האופרטור.
- המסקנה אינה קובעת איזה אתר הופיע לבסוף כמקור בתשובה.

תוצאת הלכידה משלימה את התמונה על הדרך שבה נמדדת נוכחות במנועי AI, אך היא אינה מחליפה את מדידת הציטוט. עסק המבקש להבין כיצד ChatGPT מציג אותו צריך להבחין בין חיפוש שהמנוע הפעיל, מקור שציטט ותוכן ההמלצה שניסח. הנתון כאן נוגע רק לצורת החיפוש שנלכד. יתרונו הוא בהצבת גבול לטענה אפשרית שלפיה חיפוש באמצעות אופרטור אתר הוא דרך הפעולה הרגילה בכל שאילתה. סבב הלכידה הזה אינו תומך בהכללה כזאת לגבי השאילתות שנצפו.

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)
- בין 21/10/2026 ל-20/11/2026, בתשובות שכן החזירו מקורות, מספר המקורות הממוצע לתשובה היה 13.1 ב-AI Overviews, 11.8 ב-ChatGPT, 10.0 ב-Perplexity ו-7.9 ב-Gemini. (נמדד ב-20/11/2026)
- בפאנל המיקומים של פריים לינק דיגיטל (47 שאילתות על קידום במנועי AI), סקירת ה-AI של גוגל הוצגה ב-87% מהשאילתות במחשב (41 מתוך 47) וב-89% בנייד (41 מתוך 46, כי שאילתה אחת נכשלה בנייד). (נמדד ב-20/11/2026)
- 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)

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. פאנל המיקומים בגוגל: 47 שאילתות, מחשב, נייד ו-AI Mode. נמדד ב-20/11/2026. נתונים פנימיים.
4. 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.
5. 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.