



מצב המרקטינג טק 2026 שוק במטמורפוזה

הדוח של Scott Brinker ו-Frans Riemersma מיפה 15,505 כלי שיווק. התמונה: שוק שעוצר לראשונה – ובונה את עצמו מחדש לעידן ה-AI. הנה מה שחשוב לדעת.

1,367

יצאו · עלייה של 13%

1,488

נכנסו · צניחה של 40%

0.79%

צמיחה שנתית – הנמוכה
אי פעם

15,505

כלי שיווק בלאנדסקיפ

מה קרה השנה

- **השוק במטמורפוזה, לא בקיפאון.** אחרי 15 שנות גידול מהיר, מספר הכניסות כמעט שווה ליציאות. הכלים שלא ידעו להביא ערך – נסגרו באותה מהירות שבה נקנו.
- **המפסיד הגדול: שיווק תוכן.** נטו 37- כלים – השיא השלילי בדוח. הקטגוריה שכמעט הכפילה את עצמה ב-2023-2024 (1,102 → 575) קרסה.
- **לא כדאי להיות באמצע.** 51.7% מהיציאות הן דור ה-SaaS של 2019-2010; 45.5% עשו 10-1 מיליון דולר. ה-AI אוכל את היכולות הבסיסיות מלמטה, הפלטפורמות הגדולות נוגסות מלמעלה. חייבים להתמחות בנישה ספציפית.

איפה הצמיחה

- **CMS +21.4%** ואיקומרס **+19.9%**
- האתר כבר לא נבנה רק לבני אדם ולגוגל – יש קהל שלישי: **סוכני AI** שמחלצים דאטה וקונים בשם הלקוח.
- קטלוג שלא **קריא למכונה** – לא נמצא בשיחה.

למה תוכן נפל

- ה-AI **בלע את הפיצ'ר** – Gemini ו-Claude, ChatGPT עושים את זה בסיסית.
- **הפלטפורמות הכניסו AI פנימה** – Adobe ו-HubSpot. לא צריך עוד כלי.
- **מהר זה לא עובד** – תוכן שלא הביא ערך נסגר באותה מהירות שנקנה.

SEO לא מת – הוא הפך ל-AEO / GEO

הקטגוריה ממשיכה לצמוח, רק ההגדרה השתנתה: מ-SEO בגוגל ל**נוכחות, אמינות וציטוט בכל מקום שבו לקוחות עושים מחקר היום**. 63.1% כבר מפרסמים תוכן מותאם AI (Schema, FAQ מובנים) – אבל רק 13.6% מודדים אם זה באמת עובד. הפער הזה הוא אחד האתגרים המרכזיים של 2026.

- **להשקיע בברנד** – מודלי השפה מסתמכים על אזכורים מצד שלישי. זה הסיגנל הכי חזק היום.
- **להיות נוכחים שם שמדברים** – Reddit, LinkedIn, יוטיוב, פלטפורמות ביקורות. ה-AI מצטט משם.
- **נוכחות קריאה למכונה** – Schema markup, FAQs מובנים, קובץ llms.txt.
- **לדבר עם לקוחות** – ראיונות, האזנה לשיחות מכירה. סיגנל אנושי בלי מתווך טכנולוגי.

אצלנו, בישראל

- **אצלנו B2B מוביל את אימוץ ה-AI, לא B2C** – צוותי B2B ישראליים מאמצים AI בקצב גבוה מצוותי B2C מקבילים.
- **התפקידים מתחילים להשתנות** – מ"מנהל קמפיינים" ל-Growth Marketer, ועד מובילים ומובילות שיווק שמשלבים קריאייטיב וגם טכני. מי שמגיע מברנד חוזר ללכלך את הידיים.