

تقرير بحثي • أكتوبر 2026

تقرير زيارات الذكاء الاصطناعي مقابل البحث العضوي 2026

ما تكشفه أكثر من 16,000 موقع عن تراجع نقرات Google، وصعود إحالات الذكاء الاصطناعي، ومن يرسل الزيارات فعليًا.

28

شهرًا من البيانات
مايو 2024 – أغسطس 2026

15

قطاعًا
تحت المقارنة

3,949

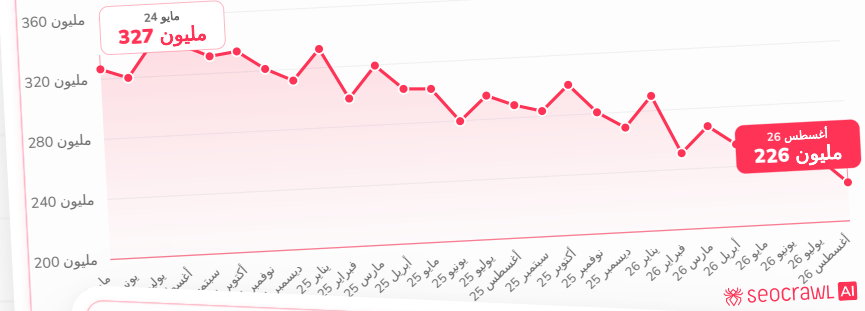
موقعًا لديها GA4
زيارات الذكاء الاصطناعي

16,661

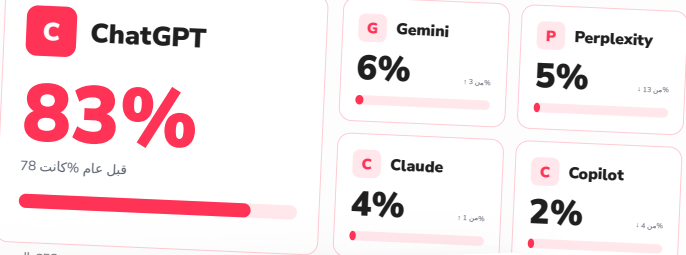
موقعًا، Google
Search Console

David Kaufmann · الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس، SEOcrawl AI

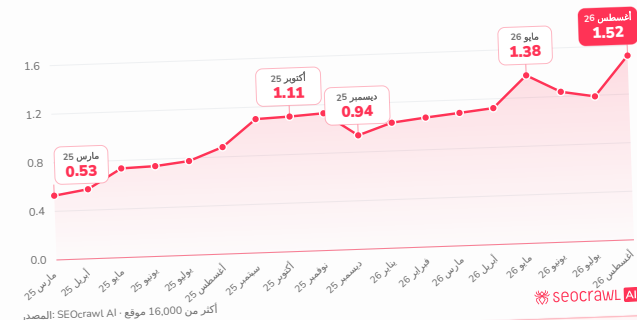
تواصل التراجع Google نقرات العضوية الشهرية (بالملايين)، المواقع الـ 16,661 نفسها Google نقرات



يهيمن على زيارات الذكاء الاصطناعي ChatGPT حصة الزيارات التي ترسلها مساعدات الذكاء الاصطناعي إلى المواقع، مارس-أغسطس 2026 (3,099 موقعًا)



الذكاء الاصطناعي يتقدّم على العضوي العضوي، حسب الشهر (3,099 موقعًا) Google جلسات الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة من بحث



كلمة من المؤلف

هل يأخذ الذكاء الاصطناعي زيارتنا؟ أجبنا بالبيانات، لا بالآراء.

لسنوات، كانت كل محادثة عن SEO تبدأ بـ Google. وفي 2026 تبدأ معظمها بسؤال مختلف: هل يأخذ الذكاء الاصطناعي زيارتنا؟ في SEOcrawl AI كانت لدينا البيانات للإجابة عنه بالحقائق — بيانات Google Search Console و Google Analytics 4 لأكثر من 16,000 موقع — ففعلنا.

الإجابة أدق مما توحى به العناوين. فالذكاء الاصطناعي لا يلتهم الزيارات بعد: إنه يرسل نحو زيارة واحدة مقابل كل مئة يرسلها Google. لكن Google يرسل نقرات أقل كل شهر، وقناة الذكاء الاصطناعي تنمو أسرع من أي قناة أخرى. وجزء منها لا يُسجّل أصلاً على أنه ذكاء اصطناعي.

هذا التقرير موجّه إلى فرق SEO والتسويق التي تريد اتخاذ قراراتها بأرقام حقيقية. استخدموه وشاركوه، وإذا أردتم رؤية هذه الأرقام لموقعكم، فراسلوني.

David Kaufmann

الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس، SEOcrawl AI

البريد info@seocrawl.com [linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b](https://www.linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b) **LINKEDIN**

seocrawl.ai الموقع **X** @Davidkaufmann16



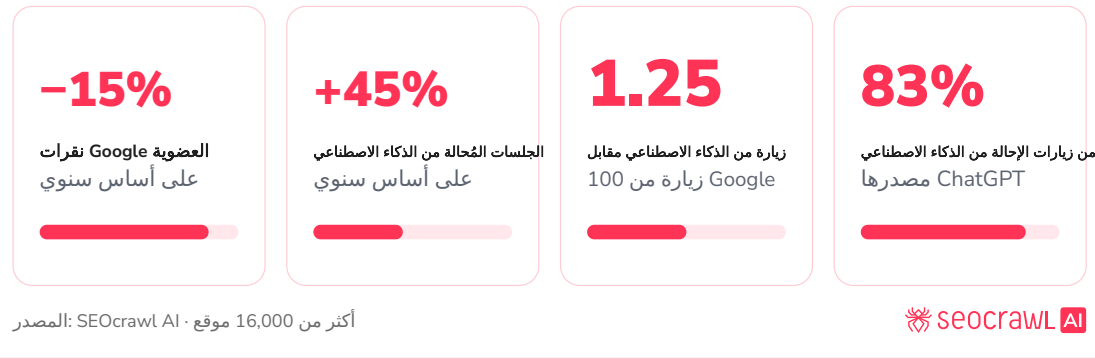
4	الملخص التنفيذي وكيف قسنا	0
6	بحث Google العضوي	1
10	زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي	2
16	أيّ المساعدات ترسل الزيارات	3
20	قطاعًا بقطاع	4
27	الزيارات التي لا يحصيها أحد	5
28	ما العمل الآن	6
29	الملحق: البيانات	A

عن هذا التقرير. كل رقم مصدره بيانات حقيقية مجمّعة ومجهولة الهوية من Google Search Console و Google Analytics 4 لمواقع مرتبطة بـ SEOcrawl AI أذن مالكوها بتحليلها على نحو مجهول. لا يمكن التعرف على أي موقع بعينه، ولا يستند أي رقم إلى أقل من عشرة مواقع. يمكن إعادة استخدام الرسوم البيانية مع ذكر المصدر ووضع رابط إلى seocrawl.ai/blog/ai-traffic-vs-organic-search-study.

زيارات الذكاء الاصطناعي تنمو بسرعة. لكنها لا تحل محل Google — بعد.

أرقام 4: Google الذكاء الاصطناعي مقابل

ما تكشفه أكثر من 16,000 موقع عن البحث في 2026



«العنوان السهل سيكون أن الذكاء الاصطناعي بدأ يلتهم الزيارات بالفعل، وهذا ليس صحيحًا بعد. المهم هو السرعة — وبهذا المعدل لم يعد الاستعداد للبحث بالذكاء الاصطناعي أمرًا اختياريًا.»

David Kaufmann، الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس، SEOcrawl AI

1. تراجعت نقرات Google العضوية بنسبة 15% على أساس سنوي في 16,661 موقعًا. وخسر الموقع الوسيط 20%، وسجل 69% من المواقع تراجعًا.
2. التراجع يتسارع: من -7.5% على أساس سنوي في مايو 2025 إلى -21.8% في أغسطس 2026.
3. نمت الجلسات الفحالة من الذكاء الاصطناعي بنحو 45% (41% في المجموعة الصارمة المكوّنة من 3,099 موقعًا).
4. الذكاء الاصطناعي لا يزال صغيرًا: 1.25 زيارة من الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة عضوية من Google، ارتفاعًا من 0.70 قبل عام (1.52 في أغسطس 2026).
5. يرسل ChatGPT نسبة 83% من زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي. وكان Claude (×6.6) و Gemini (×2.8) الأسرع نموًا؛ وتراجع Perplexity إلى النصف.
6. الوظائف و SaaS والتعليم الأكثر خسارة لنقرات Google؛ والسفر (+120%) والتجارة الإلكترونية (+54%) الأسرع نموًا في إحالات الذكاء الاصطناعي.

بيانات حقيقية من مواقع حقيقية، لا استطلاعات

بحث **Google العضوي**: نقرات Search Console ومرات الظهور على مستوى الخاصية، لجميع البلدان والأجهزة، مايو 2024 - أغسطس 2026 (28 شهرًا).

زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي: جلسات GA4 التي يكون مصدرها نطاق مساعد ذكاء اصطناعي (، chatgpt.com، gemini.google.com، perplexity.ai، claude.ai، copilot.microsoft.com وغيرها)، مارس 2025 - أغسطس 2026. مع استبعاد الوسائط المدفوعة.

فترات المقارنة: Google: سبتمبر 2025 - أغسطس 2026 مقابل الأشهر الاثني عشر السابقة؛ الذكاء الاصطناعي: مارس - أغسطس 2026 مقابل مارس - أغسطس 2025.

لماذا القيمة الوسيطة: تستحوذ أعلى 1% من المواقع على نحو 70% من جميع النقرات، لذا تعتمد أرقام القطاعات والأحجام على الموقع الوسيط، ولا تُنشر إلا للمجموعات التي تضم 25 موقعًا أو أكثر.

كيف قسنا: بيانات حقيقية لا استطلاعات

SEOcrawl AI لمواقع مرتبطة بـ GA4 و Search Console بيانات مجمعة ومجهولة الهوية من

مصادر البيانات	مجموعات ثابتة	القواعد
Google Search Console النقرات ومرات الظهور · 28 شهرًا	16,661 Google موقعًا · اتجاه	النقرات لا مرات الظهور Google من &num=100 تغيير
	3,949 (لوحة الذكاء الاصطناعي) GA4 موقعًا لديها	المواقع نفسها كل شهر لا انضمام ولا خروج
	3,099 بمسجل كامل للذكاء الاصطناعي	القيم الوسيطة حسب المجموعة لا يهمن موقع واحد
Google Analytics 4 جلسات إحالة الذكاء الاصطناعي · 18 شهرًا	1,193 موقعًا كبيرًا · اختبار المتانة	مواقع أو أكثر لكل رقم 10 مجهولة الهوية بالكامل
	6,728 موقعًا في 15 قطاعًا	

أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر



■ 1

بحث Google العضوي

في المواقع الـ 16,661 نفسها، يرسل Google نقرات أقل كل شهر — والفجوة مع العام الماضي تتسع باستمرار.

69%

من المواقع خسرت نقرات Google

-20.1%

التغير لدى الموقع الوسيط

-15.0%

إجمالي نقرات Google، على أساس سنوي

Google يرسل نقرات أقل بنسبة 15% مما كان عليه قبل عام

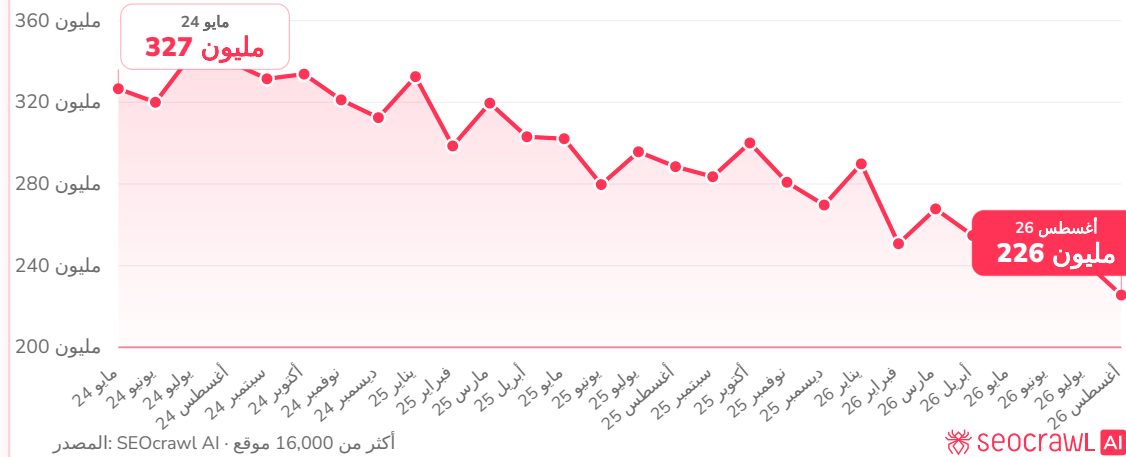
تراجعت نقرات Google العضوية من **3.72 مليار** (سبتمبر 2024 – أغسطس 2025) إلى **3.16 مليار** (سبتمبر 2025 – أغسطس 2026): أي 559 مليون نقرة أقل.

الوسيط أسوأ من الإجمالي. فالمجموع تدعمه أكبر المواقع، لذا خسر الموقع النموذجي نقرة من كل خمس نقرات من Google. ومن مايو 2024 إلى أغسطس 2026 تراجعت النقرات الشهرية للمجموعة بنسبة 31%.

الخلاصة الرئيسية: الموسمية لا تفسّر ذلك — فيمقارنة أغسطس بأغسطس، تراجعت النقرات بنسبة 21.8%.

تواصل التراجع Google نقرات

العضوية الشهرية (بالملايين)، المواقع الـ 16,661 نفسها Google نقرات



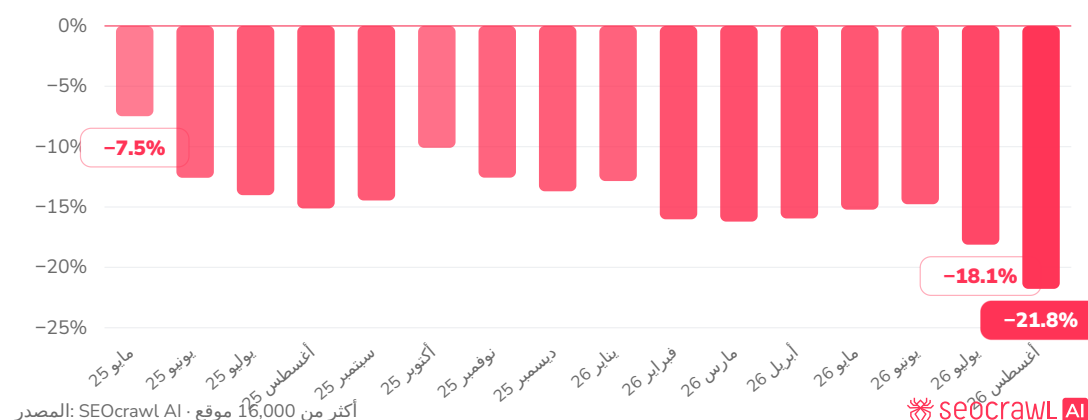
التراجع يتسارع ولا يستقر

جاء كل شهر منذ مايو 2025 أدنى من الشهر نفسه قبل عام. كانت الفجوة من خانة واحدة في ربيع 2025 (-7.5% في مايو)، ثم استقرت بين -10% و-16% خلال الشتاء، ثم اتسعت مجددًا: -18.1% في يوليو و-21.8% في أغسطس 2026، وهو أشد انخفاض في السلسلة.

يتسق هذا النمط مع عالم تُجاب فيه عمليات بحث أكثر داخل صفحة النتائج نفسها — في AI Overviews وAI Mode وغيرها من النتائج المنسقة.

التراجع العضوي يتسارع

حسب الشهر، المواقع الـ 16,661 نفسها Google التغير السنوي في نقرات



الظهور صمد. النقرات لم تصمد.

بقي إجمالي مرات الظهور مستقرًا على أساس سنوي (+0.4%) بينما تراجع النقرات بنسبة 15%. لا تزال المواقع تظهر، لكن النقر عليها أصبح أقل.

ارتفعت مرات الظهور خلال معظم 2025 بينما تراجعت النقرات تدريجيًا — وهي العلامة الكلاسيكية لانضغاط نسبة النقر. ومنذ سبتمبر 2025، أدى إلغاء Google لمعلّمة النتائج المئة إلى خفض مرات الظهور المسجلة في القطاع كله، لذا فإن الجزء المظلل من الرسم هو في معظمه تغيير في القياس.

ما العمل ✓

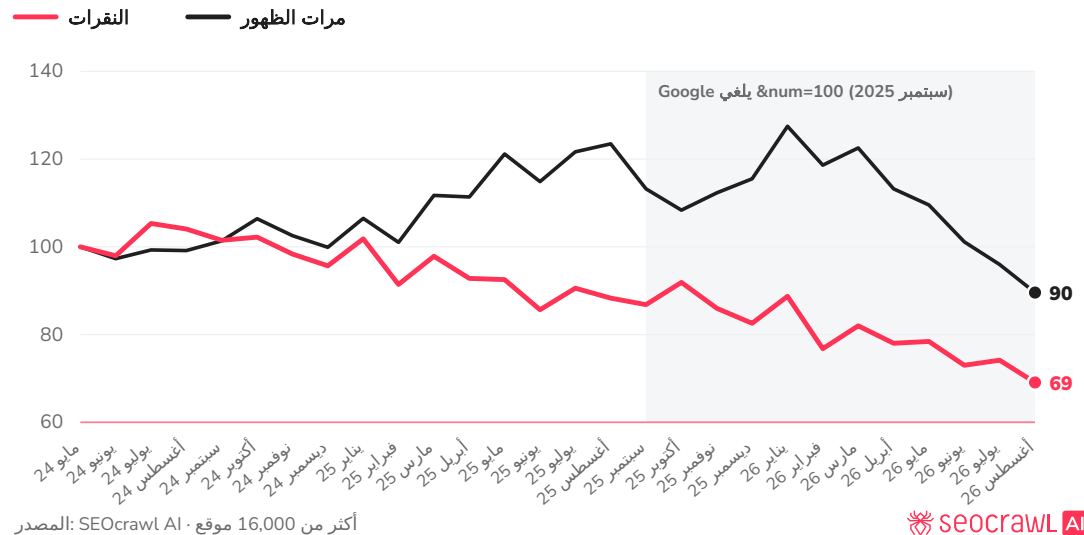
☐ تتبّع النقرات لا مرات الظهور كمؤشر لصحة زيارتك العضوية.

☐ قارن كل شهر بالشهر نفسه من العام الماضي.

☐ تحقّق من الاستعلامات التي خسرت نقرات مع احتفاظها بمرات الظهور: فهذه تُجاب داخل صفحة النتائج.

.الظهور صمد. النقرات لم تصمد.

مؤشر، مايو 2024 = 100، المواقع الـ 16,661 نفسها



2.

زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي

مساعات الذكاء الاصطناعي هي أسرع مصادر زيارات المواقع نموًا. وبالمقاييس على مواقع حقيقية، لا تزال ترسل نحو زيارة واحدة مقابل كل مئة من Google.

0.36%

من إجمالي جلسات المواقع

1.25

زيارة من الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة
عضوية من Google

+44.6%

الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي، على
أساس سنوي

الزيارات العضوية تتراجع وزيارات الذكاء الاصطناعي ترتفع

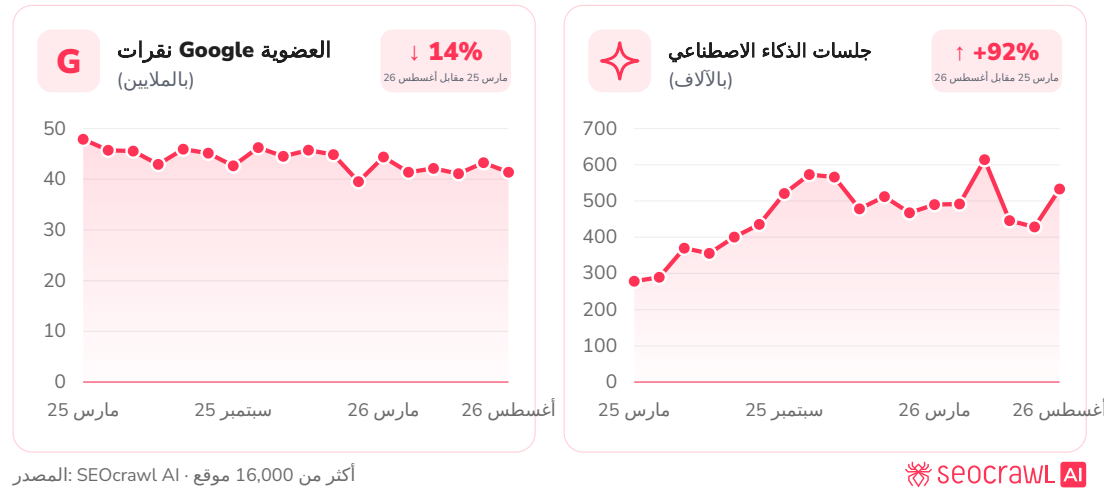
في المواقع الـ 3,099 نفسها ذات السجل الكامل في GA4،
تراجعت نقرات Google العضوية بنسبة 14% بين مارس
2025 وأغسطس 2026، بينما نمت الجلسات المُحالة من
الذكاء الاصطناعي بنسبة 92%.

على أساس سنوي (مارس - أغسطس 2026 مقابل 2025)،
نمت جلسات الذكاء الاصطناعي بنسبة 44.6% في لوحة
المواقع الـ 3,949 وبنسبة 41.1% في المجموعة الصارمة: من
2.13 مليون إلى 3.00 مليون جلسة.

ليس الجميع رابحًا: نمت جلسات الذكاء الاصطناعي في
57.6% من المواقع. وشهدت أربعة من كل عشرة مواقع
استقرارًا أو تراجعًا في إحالات الذكاء الاصطناعي.

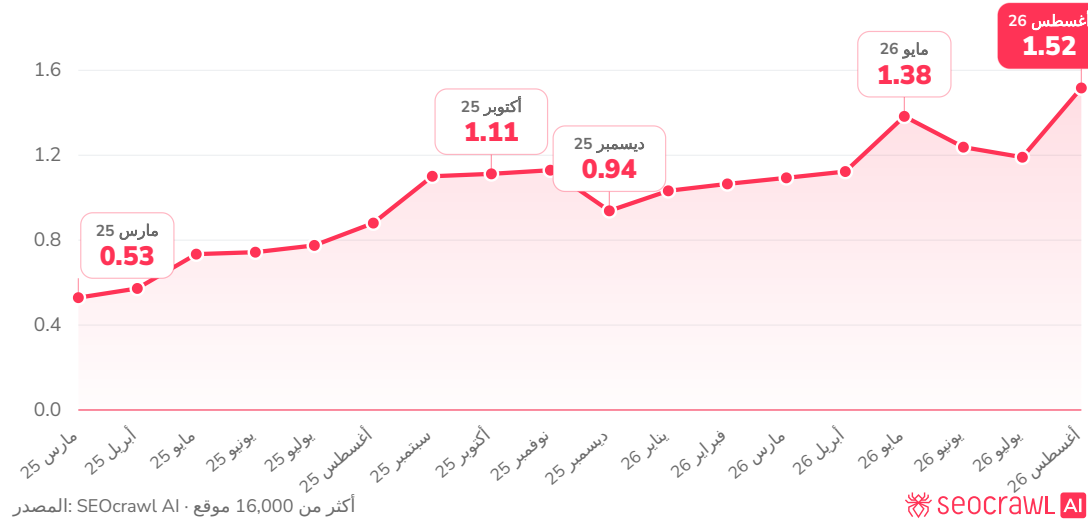
الزيارات العضوية تتراجع وزيارات الذكاء الاصطناعي ترتفع

العضوية وجلسات الذكاء الاصطناعي حسب الشهر (المواقع الـ 3,099 نفسها) Google نقرات



الذكاء الاصطناعي يتقدّم على العضوي

العضوي، حسب الشهر (3,099 موقعًا) Google جلسات الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة من بحث



2 · زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي

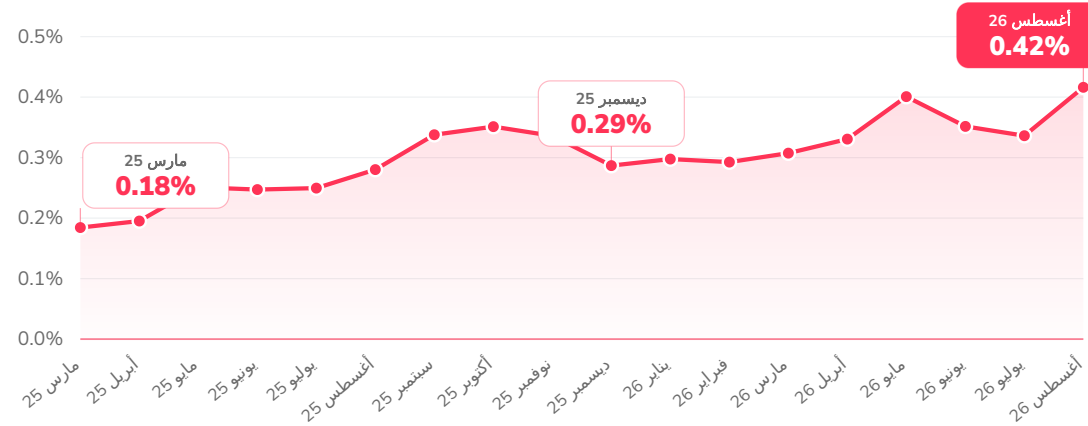
نحو زيارة واحدة من الذكاء الاصطناعي مقابل كل 100 من Google

مقابل كل 100 جلسة تصل من بحث Google العضوي، ترسل مساعدات الذكاء الاصطناعي الآن **1.25** (مارس – أغسطس 2026)، ارتفاعًا من 0.70 قبل عام. وفي أغسطس 2026 بلغت النسبة **1.52**.

لم يكن النمو خطًا مستقيمًا: ارتفعت إحالات الذكاء الاصطناعي بسرعة خلال خريف 2025، ثم استقرت بين نوفمبر وأبريل، ثم عادت إلى الصعود منذ مايو 2026.

الذكاء الاصطناعي لا يزال أقل من نصف 1% من الزيارات

الجلسات المُخالَة من الذكاء الاصطناعي كنسبة من إجمالي جلسات المواقع، حسب الشهر (3,099 موقعًا)



أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

2 • زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي

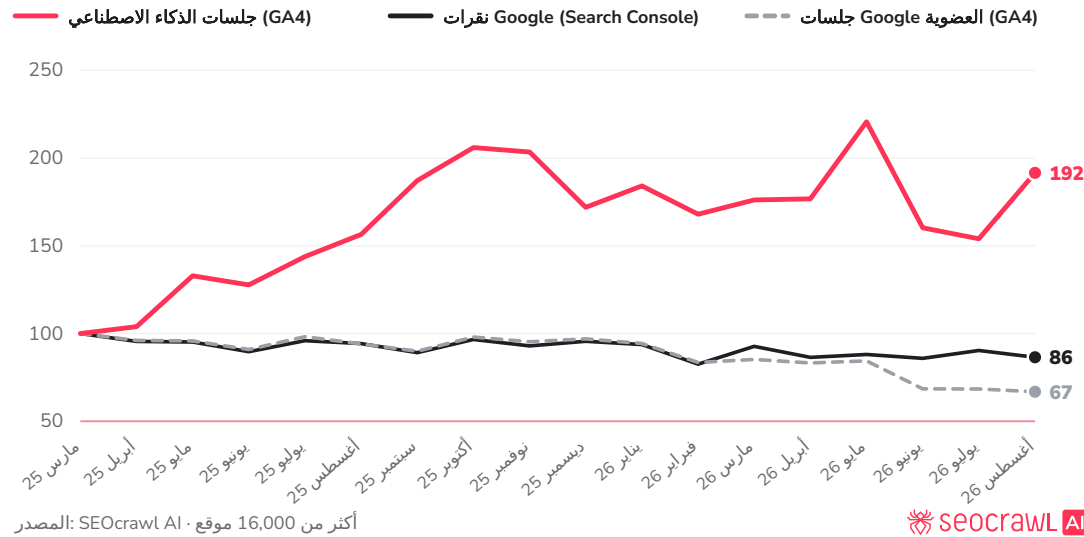
قناة سريعة النمو، من قاعدة صغيرة جدًا

كنسبة من إجمالي جلسات المواقع، انتقل الذكاء الاصطناعي من 0.23% (مارس - أغسطس 2025) إلى 0.36% (مارس - أغسطس 2026)، وبلغ 0.42% في أغسطس 2026 — أي لا يزال أقل من نصف واحد في المئة من جميع الزيارات.

للسياق: لا يزال بحث Google العضوي يرسل زيارات أكثر بنحو 80 مرة من جميع مساعدات الذكاء الاصطناعي مجتمعة.

Google الذكاء الاصطناعي يرتفع بينما يتراجع

مؤشر، مارس 2025 = 100، المواقع الـ 3,099 نفسها



2 • زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي

الذكاء الاصطناعي يرتفع بينما يتراجع Google

بمؤشر أساسه مارس 2025، تضاعفت الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي تقريبًا (المؤشر 192 في أغسطس 2026). وخلال الأشهر نفسها، تراجعت جلسات GA4 من Google العضوي إلى 67 ونقرات Search Console إلى 86.

الخطوط على مقاييس مختلفة جدًا: نحو 0.5 مليون جلسة من الذكاء الاصطناعي شهريًا في هذه المجموعة مقابل 35-50 مليونًا من Google. ومضاعفة رقم صغير لا تعوّض بعدُ تراجع رقم كبير جدًا.

الاتجاه نفسه أيًا كانت طريقة القياس

لأن أرقام GA4 تتغير حين تغيّر المواقع إعدادات التتبع، تحققنا من النسبة بثلاث طرق.

المقياس	2025	2026
الذكاء الاصطناعي لكل 100 جلسة عضوية من GA4 (3,099) في Google	0.70	1.25
النسبة نفسها، المواقع الكبيرة فقط (1,193)	0.68	1.21
Search Console الذكاء الاصطناعي لكل 100 نقرة في Console	0.78	1.18

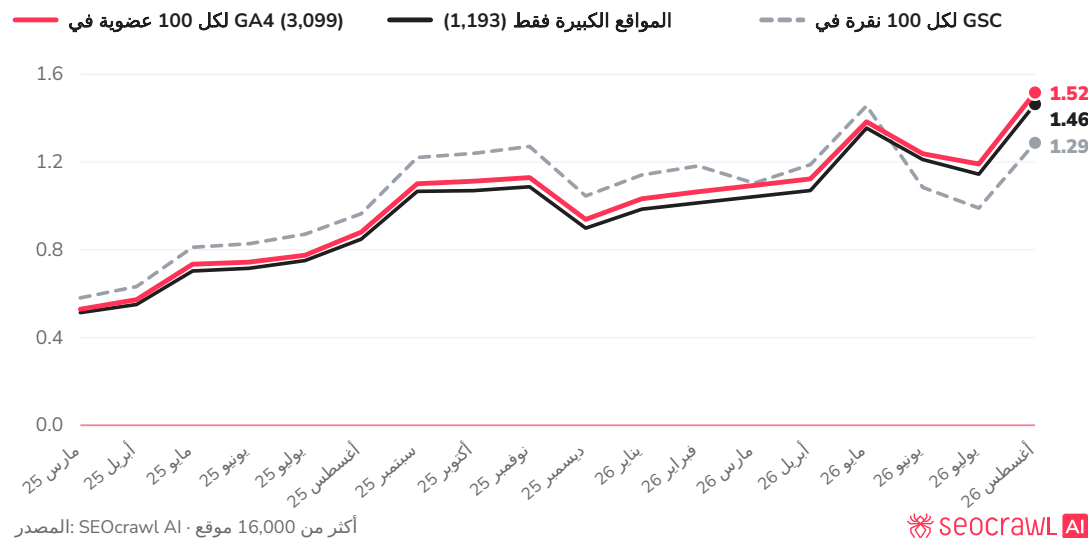
مارس - أغسطس من كل عام. وفي كل الحالات، تضاعف الذكاء الاصطناعي تقريبًا قياسًا إلى Google خلال 18 شهرًا، ولا يزال قريبًا من زيارة واحدة لكل 100.

ما العمل ✓

- ☐ قسّم جلسات GA4 القادمة من نطاقات مساعدات الذكاء الاصطناعي حسب المساعد.
- ☐ قارنها بزيارات Google العضوية كل شهر — فهذه النسبة هي خط الأساس لديك.
- ☐ انتبه إلى زيارات التطبيقات التي تصل كزيارات مباشرة: التأثير الحقيقي للذكاء الاصطناعي أعلى.

الاتجاه نفسه أيًا كانت طريقة القياس

بثلاث طرق قياس، Google، جلسات الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة من



3.

أيّ المساعدات ترسل الزيارات

زيارات الذكاء الاصطناعي أكثر تركّزًا بكثير مما كان عليه البحث في أي وقت — وترتيب المنافسين يتغير باستمرار.

-50%

إحالات Perplexity، على أساس سنوي

×6.6

نمو إحالات Claude

83.3%

من إحالات الذكاء الاصطناعي مصدرها

ChatGPT

3 . أي المساعدات ترسل الزيارات

ChatGPT يرسل 83% من زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي

في مارس - أغسطس 2026، استحوذ ChatGPT على 83.3% من الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي، يليه Gemini (6.0%) و Perplexity (4.7%) و Claude و Copilot (3.7%) (2.1%). وفي أغسطس 2026 وحده، بلغت حصة ChatGPT نسبة 91%.

بالنسبة إلى أي علامة تجارية، يُحسم الظهور في قناة الذكاء الاصطناعي اليوم إلى حد كبير داخل منتج واحد.

يهيمن على زيارات الذكاء الاصطناعي ChatGPT

حصة الزيارات التي ترسلها مساعدات الذكاء الاصطناعي إلى المواقع، مارس-أغسطس 2026 (3,099 موقعًا)

ChatGPT

83%

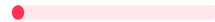
قبل عام % كانت 78



G Gemini

6%

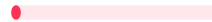
من % 3



P Perplexity

5%

من % 13



C Claude

4%

من % 1



C Copilot

2%

من % 4

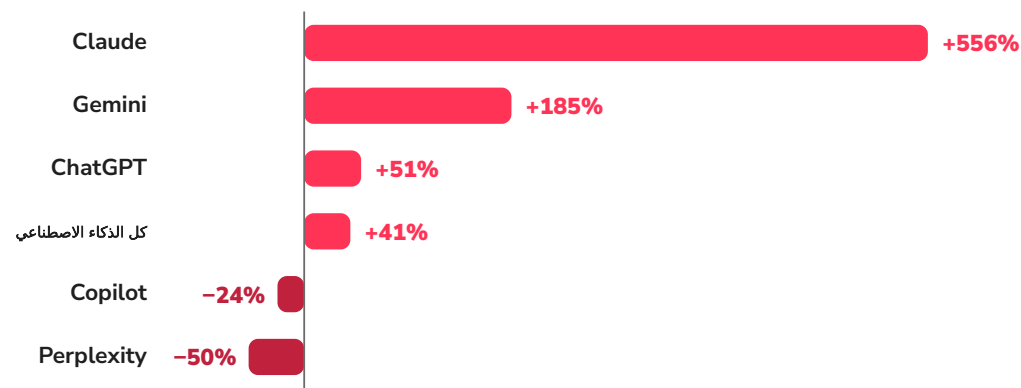


أكثر من 16,000 موقع • SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

الأسرع نموًا Gemini و Claude

التغير في الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي حسب المساعد، مارس-أغسطس 2026 مقابل مارس-أغسطس 2025



أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

3. أيّ المساعدات ترسل الزيارات

Claude و Gemini الأسرع نموًا؛ و Perplexity يتراجع إلى النصف

نمت إحالات Claude بمقدار 6.6 أضعاف (من 0.8% إلى 3.7% من زيارات الذكاء الاصطناعي) وتضاعفت إحالات Gemini ثلاث مرات تقريبًا (من 3.0% إلى 6.0%). ونما ChatGPT بنسبة 51%، أسرع من القناة ككل. وتراجعت إحالات Perplexity إلى النصف وانخفضت حصته من 13.1% إلى 4.7%؛ وتراجع Copilot بنسبة 24%.

مزيج الذكاء الاصطناعي، شهرًا بشهر

شهرًا بشهر، ارتفعت حصة ChatGPT من إحالات الذكاء الاصطناعي من 78% في مارس 2025 إلى 91% في أغسطس 2026. وسار Perplexity في الاتجاه المعاكس، من 18% إلى 2%.

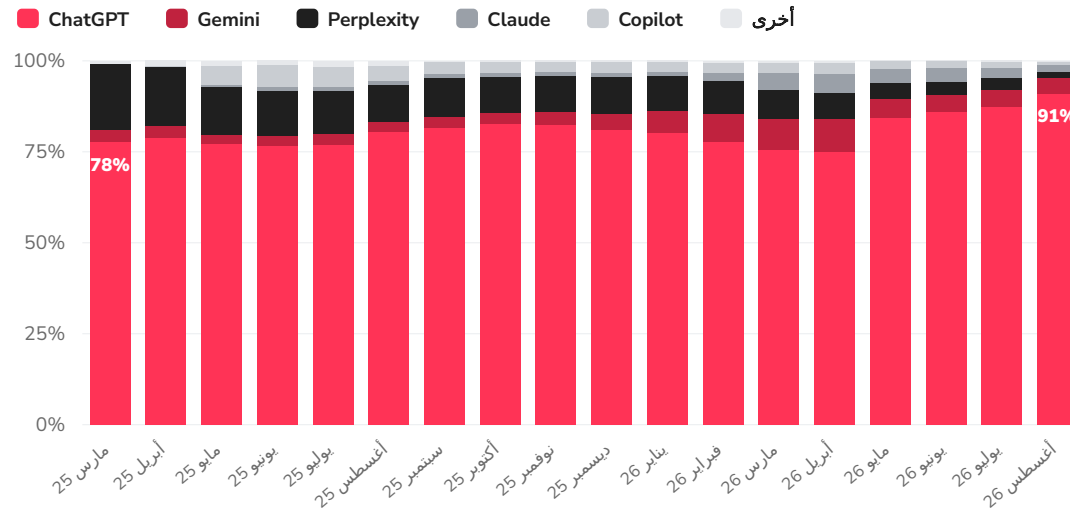
Claude و Gemini صغيران لكنهما في صعود، وقد تغيّر ترتيب المنافسين عدة مرات خلال 18 شهرًا.

ما العمل ✓

- ☐ حسن ل ChatGPT أولًا: فمنه تبدأ 83% من زيارات الذكاء الاصطناعي.
- ☐ تتبع Gemini و Claude أيضًا — فهما الأسرع نموًا.
- ☐ أعد مراجعة المزيج كل ربع سنة؛ فقد تغيّر عدة مرات خلال 18 شهرًا.

مزيج الذكاء الاصطناعي شهرًا بشهر

حصة الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي حسب المساعد (3,099 موقعًا)



أكثر من 16,000 موقع • SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

4.

قطاعًا بقطاع

صنّفنا أكبر 6,700 موقع — 99% من جميع النقرات — في 15 قطاعًا، وقارنًا الموقع الوسيط في كل منها، حتى لا يتمكن موقع كبير واحد من تحريف النتيجة.

2.68

زيارة من الذكاء الاصطناعي لكل 100 من
Google، التعليم

+120%

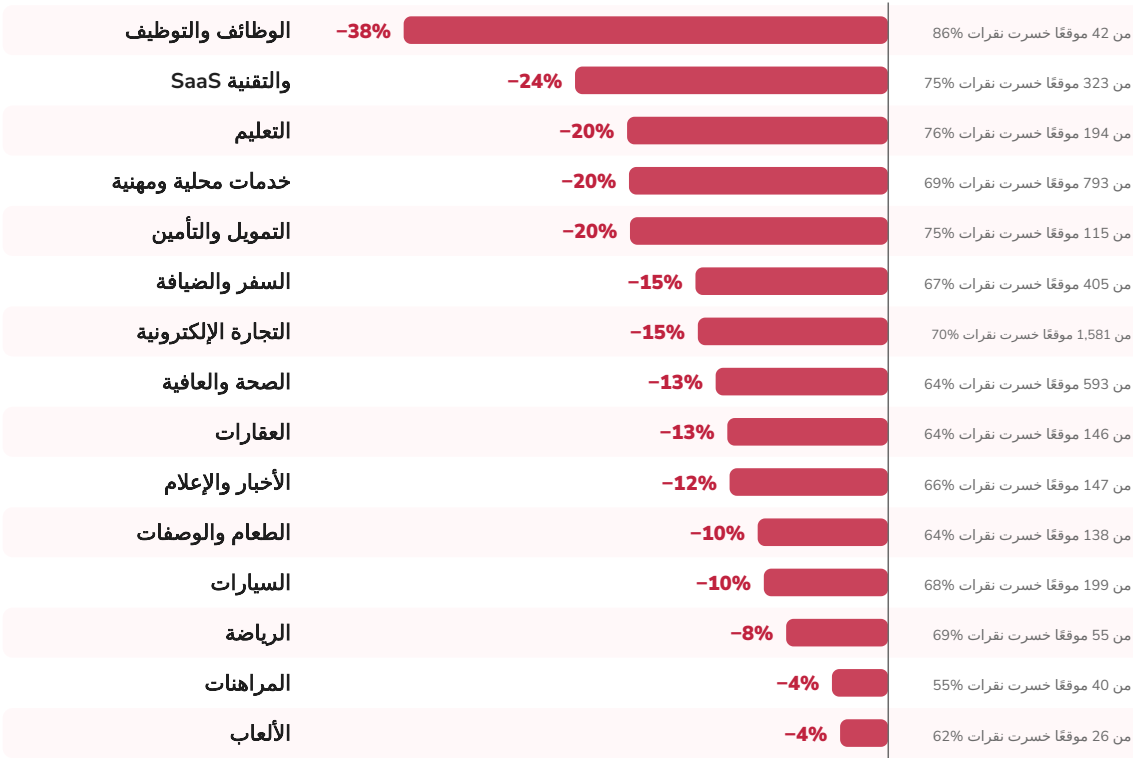
إحالات الذكاء الاصطناعي، الموقع الوسيط
في السفر

-38%

نقرات Google، الموقع الوسيط في الوظائف

حسب القطاع Google نقرات

العضوية لكل موقع، سبتمبر 2025-أغسطس 2026 مقابل العام السابق Google التغير الوسيط في نقرات



أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

4 • قطاعًا بقطاع

الوظائف وSaaS والتعليم الأشد تضررًا في Google

خسرت جميع القطاعات نقرات من Google، لكن بدرجات متفاوتة. فقد خسر الموقع الوسيط في قطاع الوظائف والتوظيف نسبة 38%، وسجل 86% من هذه المواقع تراجعًا. وخسرت SaaS والتقنية 24%؛ والتعليم والخدمات المحلية والتمويل نحو 20%. ولم تخسر الألعاب والمراهنات والرياضة سوى 4-8%.

القطاعات القائمة على الاستعلامات المعلوماتية — «كيف أفعل» والتعريفات والمقارنات وأسئلة المسار المهني — هي التي باتت Google والذكاء الاصطناعي تجيب فيها مباشرة. أما حيث يريد الناس اللعب أو المراهنة أو متابعة مباراة أو الشراء، فالنقرة تصمد.

التعليم وSaaS والسفر تحصل على أكبر قدر من زيارات الذكاء الاصطناعي

قياسًا إلى زياراتها من Google، تحصل مواقع التعليم على أكبر قدر من زيارات الذكاء الاصطناعي: 2.68 لكل 100 زيارة عضوية من Google في الموقع الوسيط، مقابل 1.71 في جميع المواقع المصنفة.

تليها SaaS والتقنية (2.24) والسفر (2.15) والخدمات المحلية والتمويل (2.09) والتجارة الإلكترونية (1.99). أما الأخبار (0.76) والطعام (0.83) والصحة (1.02) فتحصل على الأقل.

من يحصل على أكبر قدر من زيارات الذكاء الاصطناعي

لكل موقع، مارس-أغسطس 2026 القيمة الوسيطة لجلسات الذكاء الاصطناعي لكل 100 جلسة عضوية من

التعليم	2.68	n=45
SaaS والتقنية	2.24	n=95
السفر والضيافة	2.15	n=129
خدمات محلية ومهنية	2.09	n=350
التمويل والتأمين	2.09	n=36
التجارة الإلكترونية	1.99	n=459
العقارات	1.70	n=33
السيارات	1.45	n=53
الصحة والعافية	1.02	n=228
الطعام والوصفات	0.83	n=42
الأخبار والإعلام	0.76	n=33

أكثر من 16,000 موقع • SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

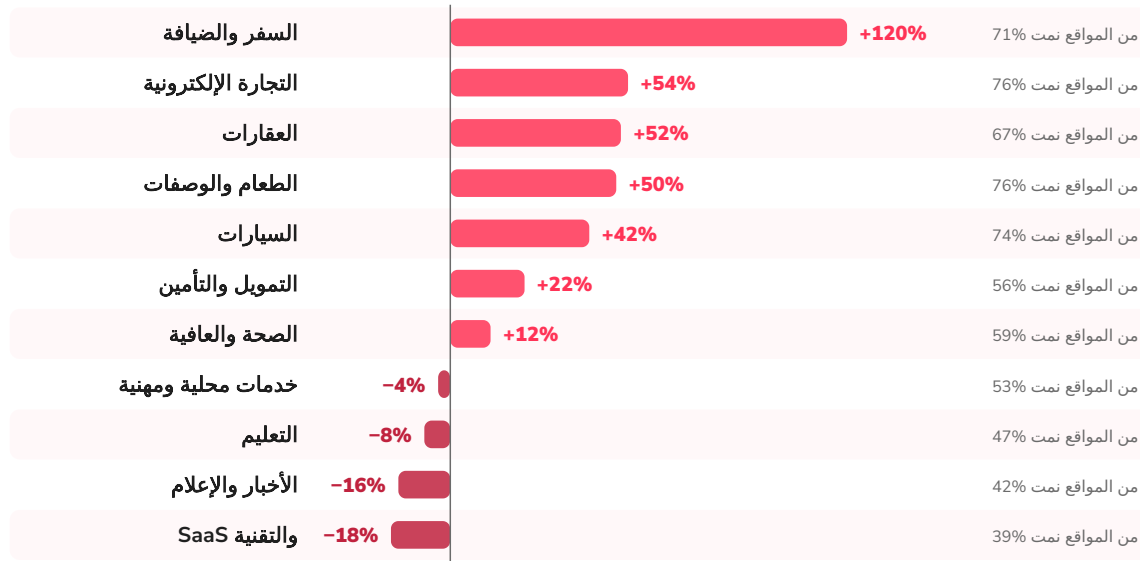
نمو الذكاء الاصطناعي: السفر والتسوق في الصدارة

أما القطاعات التي تنمو فيها زيارات الذكاء الاصطناعي فقائمة مختلفة. فقد زادت إحالات الذكاء الاصطناعي لدى الموقع الوسيط في قطاع السفر بأكثر من الضعف (+120%)؛ تليه التجارة الإلكترونية (+54%) والعقارات (+52%) والطعام (+50%) والسيارات (+42%) وفي هذه القطاعات، نمت زيارات الذكاء الاصطناعي لدى ما بين ثلثي المواقع وثلاثة أرباعها.

أما SaaS والتقنية والتعليم والأخبار فتسير في الاتجاه المعاكس: تراجعت إحالات الذكاء الاصطناعي لدى الموقع الوسيط.

السفر والتسوق في صدارة نمو الذكاء الاصطناعي

التغير الوسيط في الجلسات الفعالة من الذكاء الاصطناعي لكل موقع، مارس-أغسطس 2026 مقابل مارس-أغسطس 2025



أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

خسارة في Google ومكسب في الذكاء الاصطناعي؟

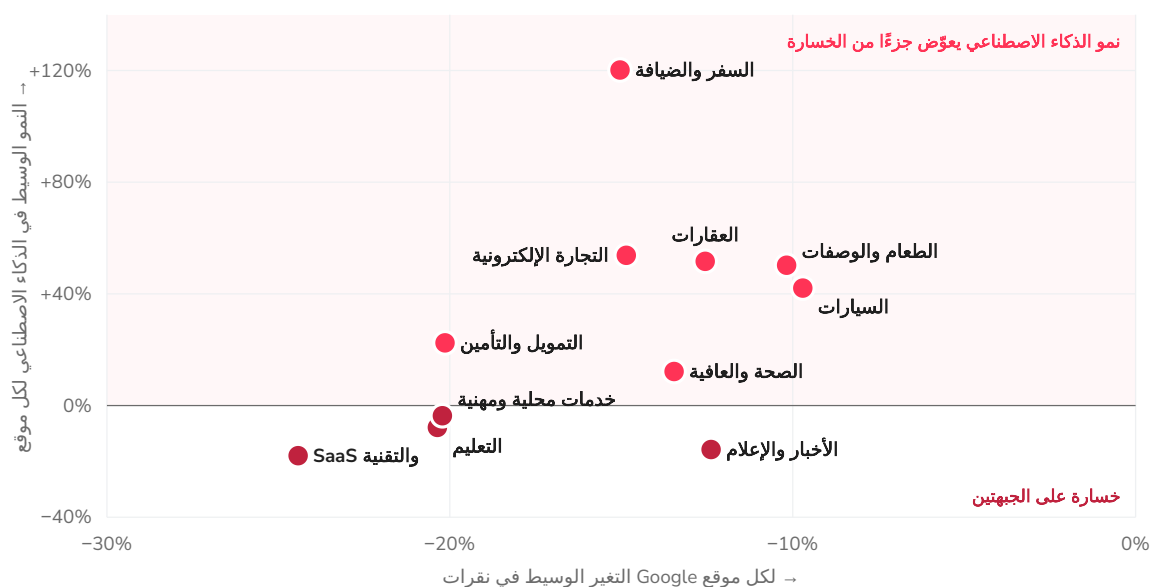
عند وضع التغير في Google لكل قطاع مقابل نموه في الذكاء الاصطناعي، تظهر مجموعتان.

القطاعات المعاملاتية — السفر والتجارة الإلكترونية والعقارات والطعام والسيارات — تخسر 10-15% من نقرات Google لكنها تنمي إحالات الذكاء الاصطناعي بنسبة 40-120%. فحجز رحلة أو شراء منتج لا يزال يحتاج إلى النقرة.

القطاعات المعلوماتية — SaaS والتقنية والتعليم والأخبار — تخسر على الجبهتين: إذ باتت المساعدات تجيب عن أسئلتها على نحو متزايد دون إرسال الزيارة.

ومكسب في الذكاء الاصطناعي؟ Google خسارة في

(y) مقابل النمو الوسيط في الذكاء الاصطناعي (x) Google كل نقطة قطاع: التغير الوسيط في



أكثر من 16,000 موقع • SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

لكل قطاع مزيجه الخاص من الذكاء الاصطناعي

يتصدر ChatGPT في كل مكان، لكن بدرجات متفاوتة. ففي السفر يرسل **96%** من إحالات الذكاء الاصطناعي.

وفي الأخبار والإعلام، يرسل **Perplexity** نسبة **21%**، أي أعلى بكثير من متوسطه البالغ **5%** — فهو يفضّل المصادر الحديثة المُستشهد بها.

أما **SaaS** والتقنية فهو القطاع الأكثر تنوعًا: يرسل Gemini نسبة **8%** و**Claude** نسبة **5.7%**، أي أكثر من خمسة أضعاف حصته في التجارة الإلكترونية.

لكل قطاع مزيجه الخاص من الذكاء الاصطناعي

حصة الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي حسب المساعد، مارس-أغسطس 2026

	ChatGPT	Gemini	Perplexity	Claude
السفر والضيافة	96.2%	1.4%	1.3%	0.4%
التجارة الإلكترونية	90.4%	4.0%	3.3%	1.0%
السيارات	89.8%	4.1%	3.3%	1.1%
الصحة والعافية	85.1%	4.9%	5.1%	1.8%
التعليم	84.8%	5.1%	4.8%	2.1%
والتقنية SaaS	78.2%	8.0%	5.9%	5.7%
الأخبار والإعلام	62.8%	5.2%	21.4%	4.4%

أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

المواقع المتوسطة الحجم هي الأشد تضررًا

عند تجميع المواقع حسب زياراتها من Google قبل التراجع، خسرت المواقع المتوسطة الحجم التي تتراوح نقراتها بين 1,000 و10,000 نقرة شهريًا أكثر من غيرها: -28% في الوسيط، مع تراجع 78% منها. وصمدت أصغر المواقع (-14%) وأكبرها (-16%) بشكل أفضل.

كما أن المواقع الأصغر أكثر انكشافًا على الذكاء الاصطناعي: فالمواقع التي تقل نقراتها عن 1,000 نقرة شهريًا تحصل على نحو 4 زيارات من الذكاء الاصطناعي لكل 100 زيارة من Google، أي أربعة أضعاف النسبة لدى أكبر المواقع (1.02).

المواقع المتوسطة الحجم تخسر أكثر

الشهرية قبل التراجع (سبتمبر 2024-أغسطس 2025) حسب متوسط نقرات

<100 نقرة / شهر	100-1k نقرة / شهر	1k-10k نقرة / شهر	10k-100k نقرة / شهر	100k+ نقرة / شهر
-14% Google وسيط نقرات ! من 5,377 موقعًا 60%	-19% Google وسيط نقرات ! من 4,806 موقعًا 69%	-28% Google وسيط نقرات ! من 3,915 موقعًا 78%	-21% Google وسيط نقرات ! من 1,571 موقعًا 76%	-16% Google وسيط نقرات ! من 397 موقعًا 77%
3.98 لكل 100 زيارات Google زيارة من سنويًا %الذكاء الاصطناعي +3	3.84 لكل 100 زيارات Google زيارة من سنويًا %الذكاء الاصطناعي +50	2.48 لكل 100 زيارات Google زيارة من سنويًا %الذكاء الاصطناعي +43	1.61 لكل 100 زيارات Google زيارة من سنويًا %الذكاء الاصطناعي +34	1.02 لكل 100 زيارات Google زيارة من سنويًا %الذكاء الاصطناعي +44

أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

ما العمل ✓

- ☐ قارن نفسك بوسيط قطاعك، لا بعناوين السوق.
- ☐ إذا كنت تعتمد على محتوى «كيف أفعل»، فخطّط لنقرات أقل من Google ومن الذكاء الاصطناعي معًا.
- ☐ المواقع المعاملاتية: تأكد من أن مساعدات الذكاء الاصطناعي تستطيع التوصية بك ووضع رابط إليك.

5 • الزيارات التي لا يحصيها أحد

لماذا الأرقام الحقيقية للذكاء الاصطناعي أعلى

كل ما في هذا التقرير حدُّ أدنى لا حدُّ أقصى.

1. زيارات التطبيقات دون مُحيل. كثيرًا ما تصل الزيارات من تطبيقات ChatGPT للهاتف وسطح المكتب دون معلومات الإحالة. فيسجلها GA4 زيارات مباشرة، لا زيارات من الذكاء الاصطناعي.

2. إجابات Google الذكية تبدو عضوية. تُسجّل النقرات من AI Overviews و AI Mode في Search Console نقراتٍ عضوية عادية.

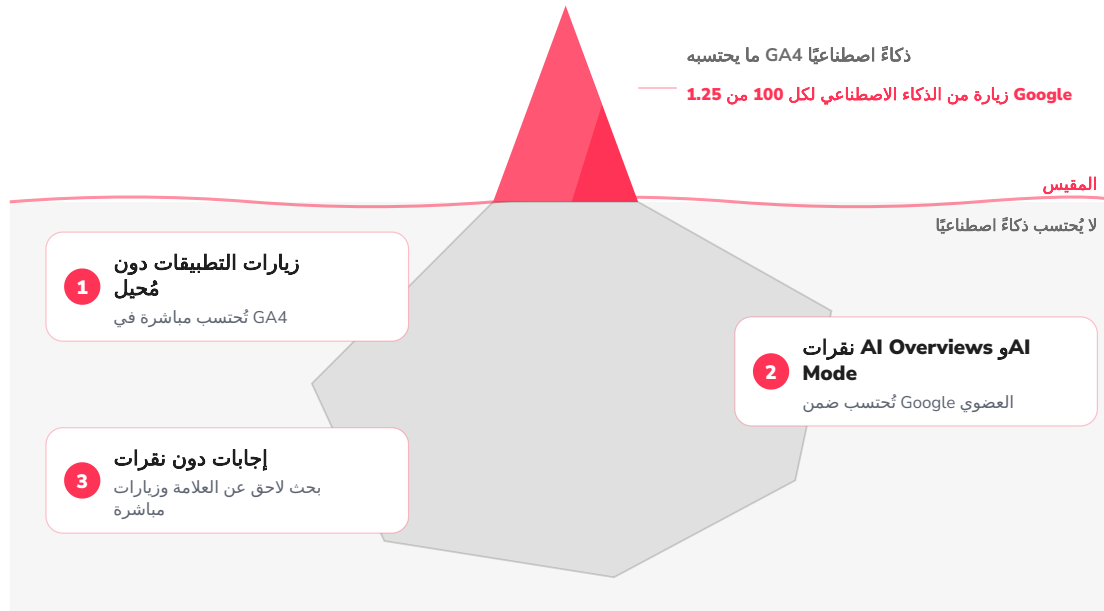
3. إجابات دون نقرات. يقرأ الناس توصية، ثم يبحثون عن العلامة التجارية أو يكتبون عنوان الموقع لاحقًا.

«ضعوا في اعتباركم أننا لا نرى سوى قمة جبل الجليد: فجزء من زيارات الذكاء الاصطناعي لا يُسجّل أصلًا على أنه كذلك.»

David Kaufmann، الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس،
SEOcrawl AI

أدوات التحليل لا ترى سوى قمة جبل الجليد

لماذا تمثل زيارات الذكاء الاصطناعي المقيسة حدًّا أدنى لا حدًّا أقصى



أكثر من 16,000 موقع • SEOcrawl AI: المصدر

seocrawl AI

الخطوات التالية: 6 خطوات

والتسويق، مبنية على أكثر من 16,000 موقع SEO خطة عملية لفرق

هذا الأسبوع

هذا الشهر

هذا الربع



01

قيس إحالات الذكاء الاصطناعي

حسب GA4 قسّم جلسات المساعد وقارنها بزيارات العضوية كل شهر Google.



03

تتبع ما يقوله الذكاء الاصطناعي

راقب الأسئلة التي يطرحها عملاؤك: هل تذكر وتُستشهد بك؟



05

خطة بديلة لمحتوى «كيف أفعّل»

استثمر فيما لا يستطيع الذكاء الاصطناعي استبداله: الأدوات والبيانات والمجتمع والطلب على علامتك.



02

قارن نفسك بقطاعك

Google قارن تغييرك في والذكاء الاصطناعي بوسيط قطاعك، لا بالعناوين الصحفية.



04

اكسب النقرة المتبقية

العناوين والمقتطفات والبيانات المنظمة AI والاستشهادات في Overviews الزيارة.



06

ChatGPT تصدّر في وراقب الباقي

من زيارات الذكاء 83% ChatGPT! الاصطناعي مصدرها الأسرع Gemini وClaude نموًا.

يرسل زيارات أكثر بنحو 80 مرة من جميع مساعدات الذكاء الاصطناعي Google **دائماً** وأصل الاستثمار في البحث العضوي. لا يزال

أكثر من 16,000 موقع · SEOcrawl AI · المصدر

seocrawl AI

6 • ما العمل الآن

ست خطوات لفرق SEO والتسويق

ما تخسره المواقع في البحث التقليدي لا يُستعاد عبر الذكاء الاصطناعي — على الأقل بأحجام اليوم. لكن قناة الذكاء الاصطناعي تنمو بسرعة، والمراكز داخل المساعدات تُحجز الآن.

سيكون الخطأ هو الانتظار حتى يكبر الذكاء الاصطناعي قبل العمل عليه.

قيسه في مكان واحد: يعرض SEOcrawl AI بيانات Google Search Console، وإحالات الذكاء الاصطناعي من GA4 حسب المساعد، وما يقوله الذكاء الاصطناعي عن علامتك التجارية، جنباً إلى جنب.

بحث Google العضوي، شهرًا — 16,661 موقعًا

الشهر	النقرات (بالملايين)	مرات الظهور (بالمليارات)	النقرات على أساس سنوي
يوليو 25	295.8	10.90	-14.0%
أغسطس 25	288.5	11.07	-15.1%
سبتمبر 25	283.6	10.15	-14.5%
أكتوبر 25	300.1	9.71	-10.1%
نوفمبر 25	280.8	10.07	-12.6%
ديسمبر 25	269.7	10.35	-13.7%
يناير 26	289.8	11.43	-12.8%
فبراير 26	250.8	10.63	-16.0%
مارس 26	267.8	10.98	-16.2%
أبريل 26	254.8	10.15	-16.0%
مايو 26	256.2	9.82	-15.2%
يونيو 26	238.4	9.06	-14.8%
يوليو 26	242.2	8.60	-18.1%
أغسطس 26	225.6	8.03	-21.8%

الشهر	النقرات (بالملايين)	مرات الظهور (بالمليارات)	النقرات على أساس سنوي
مايو 24	326.6	8.96	-
يونيو 24	320.0	8.72	-
يوليو 24	344.0	8.90	-
أغسطس 24	339.8	8.89	-
سبتمبر 24	331.5	9.09	-
أكتوبر 24	333.8	9.54	-
نوفمبر 24	321.2	9.19	-
ديسمبر 24	312.5	8.95	-
يناير 25	332.5	9.55	-
فبراير 25	298.6	9.06	-
مارس 25	319.6	10.01	-
أبريل 25	303.1	9.98	-
مايو 25	302.2	10.86	-7.5%
يونيو 25	279.7	10.30	-12.6%

تتأثر مرات الظهور منذ سبتمبر 2025 بإلغاء Google لمعلّمة &num=100.

زيارات الإحالة من الذكاء الاصطناعي، شهريًا — 3,099 موقعًا

الشهر	جلسات الذكاء الاصطناعي	لكل 100 عضوية من GOOGLE	الحصة من إجمالي الجلسات	CHATGPT	GEMINI	PERPLEXITY	CLAUDE	COPILOT
مارس 25	278,167	0.53	0.18%	77.8%	3.5%	17.9%	0.1%	0.0%
أبريل 25	289,169	0.57	0.20%	78.9%	3.2%	16.2%	0.2%	0.1%
مايو 25	369,672	0.73	0.25%	77.2%	2.6%	12.9%	0.5%	5.5%
يونيو 25	355,239	0.74	0.25%	76.6%	2.8%	12.3%	1.2%	5.9%
يوليو 25	400,249	0.78	0.25%	76.9%	3.1%	11.7%	1.3%	5.5%
أغسطس 25	435,379	0.88	0.28%	80.5%	2.7%	10.3%	1.1%	4.2%
سبتمبر 25	520,705	1.10	0.34%	81.6%	3.0%	10.8%	1.1%	3.2%
أكتوبر 25	573,115	1.11	0.35%	82.7%	3.2%	9.7%	1.1%	2.9%
نوفمبر 25	565,987	1.13	0.34%	82.5%	3.4%	10.1%	1.2%	2.5%
ديسمبر 25	478,309	0.94	0.29%	80.9%	4.6%	10.1%	1.1%	2.9%
يناير 26	512,128	1.03	0.30%	80.2%	6.1%	9.5%	1.1%	2.7%
فبراير 26	467,276	1.06	0.29%	77.8%	7.7%	9.0%	2.2%	2.9%
مارس 26	489,974	1.09	0.31%	75.5%	8.6%	8.0%	4.5%	3.0%
أبريل 26	491,708	1.12	0.33%	75.2%	8.8%	7.1%	5.2%	3.3%
مايو 26	613,916	1.38	0.40%	84.5%	5.0%	4.6%	3.8%	2.1%
يونيو 26	445,820	1.24	0.35%	86.1%	4.6%	3.6%	4.0%	1.7%
يوليو 26	428,419	1.19	0.34%	87.3%	4.8%	3.1%	3.0%	1.5%
أغسطس 26	532,941	1.52	0.42%	91.1%	4.1%	1.8%	1.8%	1.0%

حصص المساعدات محسوبة من إجمالي الجلسات المُحالة من الذكاء الاصطناعي؛ ويشكّل DeepSeek والمساعدات الأخرى الباقي.

القطاعات — الموقع الوسيط

القطاع	المواقع (GOOGLE)	نقرات GOOGLE، التغير الوسيط	مواقع خسرت نقرات	زيارات الذكاء الاصطناعي لكل 100 من GOOGLE	إحالات الذكاء الاصطناعي، التغير الوسيط	مواقع نما فيها الذكاء الاصطناعي
الوظائف والتوظيف	42	-38%	86%	-	-	-
والتقنية SaaS	323	-24%	75%	2.24	-18%	39%
التعليم	194	-20%	76%	2.68	-8%	47%
الخدمات المحلية والمهنية	793	-20%	69%	2.09	-4%	53%
التمويل والتأمين	115	-20%	75%	2.09	+22%	56%
السفر والضيافة	405	-15%	67%	2.15	+120%	71%
التجارة الإلكترونية والتجزئة	1,581	-15%	70%	1.99	+54%	76%
الصحة والعافية	593	-13%	64%	1.02	+12%	59%
العقارات	146	-13%	64%	1.70	+52%	67%
الأخبار والإعلام	147	-12%	66%	0.76	-16%	42%
الطعام والوصفات	138	-10%	64%	0.83	+50%	76%
السيارات	199	-10%	68%	1.45	+42%	74%
الرياضة	55	-8%	69%	-	-	-
المراهقات	40	-4%	55%	-	-	-
الألعاب	26	-4%	62%	-	-	-

Google: سبتمبر 2025 – أغسطس 2026 مقابل العام السابق، المواقع التي تحصل على 1,000 نقرة شهرياً أو أكثر من Google. الذكاء الاصطناعي: مارس – أغسطس 2026 مقابل 2025، المواقع التي لديها GA4. «-» حيث يقل عدد المواقع التي لديها بيانات الذكاء الاصطناعي عن 25-30.

قِس زيارتك من الذكاء الاصطناعي مقابل زيارتك العضوية

أعدت هذه الدراسة باستخدام SEOcrawl AI، منصة SEO وGEO التي تقيس ظهورك وزيارتك عبر Google ومساعدات الذكاء الاصطناعي في لوحة واحدة.

Search Console على نطاق واسع

النقرات والمراكز والصفحات والاستعلامات وراء كل تغيير — وأيضًا داخل ChatGPT وClaude عبر MCP من SEOcrawl AI.

Prompt Tracking

هل تذكر مساعدات الذكاء الاصطناعي علامتك التجارية وتستشهد بها في الأسئلة التي يطرحها عملاؤك، مقارنةً بمنافسيك.

زيارات الذكاء الاصطناعي من GA4

كم زيارة يرسلها إليك Gemini وChatGPT وPerplexity وClaude وCopilot، بجانب بحث Google العضوي، شهرًا بشهر.

ابدأ مجانًا على seocrawl.ai

David Kaufmann

الرئيس التنفيذي والشريك المؤسس، SEOcrawl AI · مؤلف هذه الدراسة

الموقع seocrawl.ai

X @Davidkaufmann16

LINKEDIN linkedin.com/in/david-kaufmann-79a5b72b

البريد info@seocrawl.com



طريقة الاستشهاد: SEOcrawl AI، «تقرير زيارات الذكاء الاصطناعي مقابل البحث العضوي 2026»، أكتوبر 2026، seocrawl.ai/blog/ai-traffic-vs-organic-search-study · للتواصل:

info@seocrawl.com · © 2026 SEOcrawl AI