INFINITH AI DISCOVERY · 11월 현황 진단

뷰성형외과 AI 검색 11월 현황 진단

9·10월 진단 이후 영문·국문 홈페이지, 공식 외국인 환자 안내, "korea plastic surgery" 키워드는 무엇이 달라졌는가

버전 **v2.0** 작성 **2026-11-19** 기준선 **10월 진단 v1.2** **대외비 · 내부 검토용**

영문 홈페이지	국문 홈페이지 GEO	공식 외국인 환자 안내 (영문)	키워드 AI 개요 호명	GBP 경로 상담 행동
67 B	61 B	83 A	3 /6	48 건
10월과 같음 · AEO 81 · GEO 44	9월 56(C) · 종합 54 → 63	AEO 84 · GEO 55	9월 0 · korea plastic surgery	11-02~15 · 434세션

대외비 · 뷰성형외과 내부 검토용입니다. 다른 의료기관의 실명과 비교 결과를 담고 있어 광고·홍보물·보도자료에 인용하거나 외부에 배포할 수 없습니다. 의료법 제56조 제2항은 다른 의료기관과 비교하는 의료광고를 금지합니다.

---

0. 요약

1. **영문 홈페이지 점수는 10월과 같습니다.** 같은 기준으로 다시 채점한 결과 종합 67점(B), AEO(답변 준비도) 81점(A), GEO(출처 준비도) 44점(C)입니다. 비교 병원도 JK 34점(D), ID 36점(D)으로 거의 그대로입니다. 점수가 움직이지 않은 이유는 병원 구조화 데이터가 없고, 의료진 구조화 데이터가 의사 상세 페이지에만 있어 홈·시술 페이지와 연결되지 않은 상태가 그대로이기 때문입니다.
2. **점수 밖에서 바뀐 것은 있습니다.** 영문 블로그 4편의 비용·회복 단락에 병원명이 들어갔고(본문 단락 중 병원명이 들어간 단락 **0개 → 6개**), 하단 주소 지번이 바로잡혔고, Google 비즈니스 프로필에 대표번호가 등록됐습니다. 사이트맵은 503개 URL, 최신 갱신 2026-11-18로 활발히 관리되고 있습니다.
3. **광고 유입은 줄었지만 상담 행동 건수는 늘었습니다.** 10-01~28과 11-09~15의 하루 평균을 비교하면 Google 광고 유입은 1,020 → 773세션으로 24% 줄었는데, 온라인 상담 페이지 도착은 12.1 → 21.1회, 문의 제출은

2.4 → 4.0건, 빠른 상담 제출은 4.3 → 7.3건으로 약 1.7배입니다. 들어온 경로별로 보면 증가분은 주로 미국 일반 검색 광고에서 나왔습니다(이 캠페인의 문의 제출 하루 0.50 → 2.43건). 11월 초 광고 구성·설정 변경 여부는 병원에 확인하고 있습니다. 같은 기간 AIO2O가 제공한 측정 링크로 **Google 비즈니스 프로필에서 온 방문을 처음 따로 셀 수 있게 됐고**, 11-02~15 두 주 동안 **434세션, 상담 행동 48건**(문의·빠른 상담 제출 12건, WhatsApp 상담 클릭 36건)이 확인됐습니다.

4. **공식 외국인 환자 안내는 AI가 읽기 좋은 구조를 이미 갖췄습니다.** 같은 기준으로 채점하면 **종합 83점(A)**, AEO 84점(A), GEO 55점(C)입니다. 영문 홈페이지에 없는 병원 구조화 데이터, 공식 채널 연결 12개, FAQ 구조화, 갱신일 표기가 있고, 외국인 환자 질문에 답하는 영문 글 8편과 국문 글 5편이 공개돼 있습니다. guide 이전 후 바로 반영할 작업은 5-3장에 정리했습니다.
5. **AI 답변 인용 측정은 병원 도메인 이전 후 새 주소로 진행합니다.** 11-02 공개 때 지금 주소로 Google·Bing·네이버에 검색 등록을 요청했고, 아직 검색 결과에 반영되기 전입니다. 중·장기적으로 공신력을 갖추기 위해 안내를 병원 공식 도메인 아래로 옮긴 뒤 새 주소로 다시 등록하고, AI 답변 인용을 측정합니다. 그래서 이번 리포트는 준비도로 비교합니다.
6. **다음 단계는 안내를 병원 주소 아래로 옮기는 것입니다.** guide.viewplasticsurgery.com으로 옮기고 영문 홈페이지 하단에서 링크를 받으면, Google이 이 안내를 뷰성형외과의 공식 정보로 알아보고 등록할 가능성이 가장 높아집니다. 다음 주 병원 담당자분이 복귀하셔서 도메인 담당자를 알려 주시면, 이전과 검색 등록은 저희가 바로 진행합니다.
7. **효과는 한 번에 나오지 않습니다.** 검색 등록에 수일에서 수주가 걸리고, AI 답변 인용은 그 뒤 수주에서 수개월에 걸쳐 나타납니다. 저희는 같은 질문을 6~8주 간격으로 다시 측정하고, 그 사이 안내 글을 꾸준히 발행하며 영문 블로그에 넣을 병원명·수치 문장을 제안해 인용될 수 있는 글을 늘립니다.
8. **국문 홈페이지는 9월보다 올랐습니다.** 같은 방법으로 다시 채점한 결과 **종합 54점(C) → 63점(B)**, **AEO 42점(C) → 49점(C), GEO 56점(C) → 61점(B)**입니다. 병원에서 반영한 의료기관 구조화 데이터, 공식 채널 연결 8개, 서술형 H1, 대표번호 통일이 점수를 올렸습니다(9장).
9. **"korea plastic surgery" 키워드에서 Google AI 개요가 뷰를 처음 호명했습니다.** **변형 6개 중 3개(korea plastic surgery·korean plastic surgery 첫 번째, korea plastic surgery clinic 두 번째)**에서 뷰가 나왔습니다. **9월에는 0개였습니다.** 6개 키워드 × 4개 검색 표면에서 뷰가 호명된 횟수는 **1회 → 4회**입니다(10장).
10. **이 변화를 굳히려면 12월 말까지 이어서 진행해야 합니다.** 지금 나타난 변화는 시작 단계입니다. 공식 외국인 환자 안내 주소 이전과 검색 등록, 영문 홈페이지 구조화 데이터 적용, 병원 밖 정보 정비, 12-08 재측정과 그 결과에 따른 보완이 12월 말까지 이어져야, 처음 나타난 AI 답변 속 호명이 반복해서 인용되는 상태로 이어질 수 있습니다(7-3장).

---

1. 이 리포트가 답하는 질문

질문	답이 있는 곳
10월 진단 이후 영문 홈페이지 점수는 어떻게 바뀌었는가	2장
10월에 제안한 개선 과제는 무엇이 반영됐는가	3장
영문 홈페이지 방문과 상담 행동의 최근 추이, 경로별 상담 행동은 어떤가	4장
공식 외국인 환자 안내는 AI 답변 준비도가 어느 수준인가	5장
국문 홈페이지는 9월 진단과 비교해 어떻게 바뀌었는가	9장
"korea plastic surgery" 키워드 점유율은 9월과 비교해 어떤가	10장
AI 답변 인용 측정을 위해 무엇이 필요한가	6장
앞으로 언제 무엇을 확인하고, 12월 20일 준비도는 어느 수준인가, 12월 말까지 무엇을 이어서 하는가	7장, 8장

용어

- **AEO(답변 준비도)**: AI가 사이트에서 정확한 답을 찾아 뽑아 쓸 수 있는 정도입니다.
- **GEO(출처 준비도)**: AI가 사이트와 병원 정보를 믿을 만한 출처로 판단하고 인용할 수 있는 정도입니다.
- **공식 외국인 환자 안내**: 외국인 환자가 상담 전에 묻는 질문(체류 기간, 회복 일정, 의료비자, 안전 기준 등)에 병원 공식 자료로 답하는 안내 사이트입니다. 기존 홈페이지는 그대로 두고, 질문과 답 형태의 정보를 이 안내에 담습니다.
- **색인(검색 등록)**: 검색엔진이 페이지를 읽어 검색 결과에 낼 수 있도록 저장한 상태입니다. 색인되지 않은 페이지는 검색 결과와 Google AI 개요에 나오지 않습니다.

진단 방법

항목	내용
영문 사이트 진단	10월과 같은 도구·같은 조건. AI 답변 준비도 진단 기준 중 자동 판정 22항목, 병원당 홈 + 대표 시술 페이지, 자바스크립트를 실행하지 않은 HTML 기준
10월 점수 재현	10월 원자료를 이번 채점 도구로 다시 계산해 10월 점수(뷰 67 · JK 34 · ID 37)가 그대로 나오는 것을 확인한 뒤 11-19 값을 비교했습니다

항목	내용
반영 과제 확인	10월 7장·9장의 과제를 11-19 영문 홈페이지 화면, 블로그 원문, Google 비즈니스 프로필 기록과 대조
방문 추이	영문 홈페이지 GA4(VIEW_en) 표준 보고서. 10-01~28(시작 기준), 11-02~08, 11-09~15 세 구간을 하루 평균으로 비교
공식 외국인 환자 안내	운영 주소(viewpl.webforai.kr)를 같은 기준으로 채점. 영문 첫 화면 + 귀국 일정 글, 국문 첫 화면 + 사후관리 글
국문 사이트 진단	9-07 진단과 같은 방법. 기준표 v2(AEO·GEO 각 100점), 36개 항목 실측(홈 + 가슴성형 페이지 자동 판정)과 9월에 사람이 판정한 항목의 재확인
키워드 점유율	9-30과 같은 조건. 변형 6개를 미국 기준으로 Google 일반 검색 1페이지·Google AI 개요·ChatGPT 검색·Perplexity에서 2026-11-19 1회 측정
AI 답변 실측 (60문항)	이번에는 하지 않았습니다. 같은 60문항 × 3개 서비스 재측정은 12-08에 진행합니다(7장)

---

2. 영문 사이트 진단: 10월과 지금

병원	10월 종합	11월 종합	AEO 10월 → 11월	GEO 10월 → 11월
뷰성형외과	**67 / B**	**67 / B**	81 → 81 (A)	44 → 44 (C)
JK성형외과	**34 / D**	**34 / D**	21 → 21 (D)	8 → 8 (D)
ID병원	**37 / D**	**36 / D**	27 → 26 (D)	37 → 37 (D)

분야별 점수

분야	뷰 10월 → 11월	JK	ID	읽는 법
접근성 (AI 크롤러 허용·본문 읽기)	92 → 92	86	61	그대로입니다

분야	뷰 10월 → 11월	JK	ID	읽는 법
병원 정보 정의 (구조화 데이터·주소·전화)	37 → 37	0	17	뷰의 가장 낮은 분야가 그대로 남아 있습니다
콘텐츠 (정의문·FAQ·수치·표·갱신)	72 → 72	17	22	그대로입니다
사이트 관리 (이미지 설명·용량·모바일)	83 → 83	42	83 → 67	ID는 메인 이미지 211개 중 22개(10%)에 설명이 빠져 내려갔습니다

점수는 같지만 근거 값은 움직였습니다

항목	10월	11-19
사이트맵	URL 482개, 최신 갱신 2026-09-09	URL 503개, 최신 갱신 2026-11-18
AI가 읽는 본문 분량 (첫 화면)	약 79,600자	약 82,100자
첫 화면 응답 속도	0.87초	0.46초
메인 이미지 설명(alt)	500개 모두 있음	505개 모두 있음

자동 판정 22항목은 병원·의료진 구조화 데이터, 공식 채널 연결처럼 사이트 구조를 봅니다. 10월 이후 영문 홈페이지에서 바뀐 것은 블로그 문장, 주소 표기, 외부 프로필이라 자동 판정 점수에는 잡히지 않습니다. 이 변화는 3장에 따로 적었습니다.

---

3. 10월 진단 이후 달라진 것: Before & After

10월 진단 7장(개선이 필요한 점)과 9장(개선 우선순위)의 과제를 하나씩 대조했습니다.

3-1. 영문 홈페이지

과제	10월 (Before)	11-19 (After)	상태
핵심 단락의 병원명	블로그 비용·회복 단락에 병원명이 없어, AI가 인용해도 답변에 병원 이름이 빠짐	블로그 4편(가슴 확대 비용, V라인 비용, 가슴 확대 회복, 사각턱) 본문에 병원명 문장 6건 반영. 모티바 페이지·첫 화면 컨시어지·CCTV 단락 수정 문장은 11-19 전달. 본문 단락 중 병원명이 들어간 단락 0개 → 6개(페이지 제목·하단 사업자 정보 제외). 오타 4건도 정정	**반영**
블로그 비용·회복 정보	가격표 일부, 가슴 회복 비행 대기 7~10일	가슴 확대 $10,000~25,000, V라인 $8,500~14,000으로 갱신. 가슴 회복 비행 대기 7~14일로 정정	**반영**
지방흡입 블로그	회복 일정이 사후관리 페이지와 다름(실밥·압박복·운동 시기)	병원 11-17 회신 기준 수정 문장 11-19 전달 (병원 반영 대기)	전달
주소 표기	하단 주소에 지번 201-14 병기	201-16으로 정정(첫 화면·사후관리 페이지 하단)	**반영**
다른 전화번호 표시	개인정보 처리방침 페이지에 대표번호와 다른 번호가 보임	모든 페이지 하단 개인정보 처리방침 본문에 개인정보 보호책임자 번호 02-2138-1305가 함께 읽힘. 표기 자체는 필요하므로 대표번호 02-539-1177과 구분되는지만 확인	확인 필요
정의문	"뷰성형외과는 어떤 병원인가"를 말하는 문장이 메타 설명에만 있음	이번에 다시 판정하지 않음 (자동 판정 범위 밖)	확인 필요
병원 정보 구조화	의료기관 유형 구조화 데이터 없음, 공식 채널 연결 목록(sameAs) 비어 있음	그대로	**남음 (GEO 점수의 주원인)**
의료진 구조화	홈·대표 시술 페이지에 의사(Physician) 구조화 데이터 없음	같음. 11-19에 의사 상세 페이지를 추가로 확인한 결과, 상세 페이지에는 의사 구조화 데이터가 있으나 병원 정보와 연결되지 않고 진료과 값이 표준 값이 아님(Breast)	보완 필요 (GEO 점수의 주원인)
시술 페이지 비용 범위	대표 시술 페이지(Motiva)에 비용 범위 없음	그대로	**남음**

과제	10월 (Before)	11-19 (After)	상태
FAQ	가슴성형 1개 섹션, FAQ 구조화 데이터 없음	그대로. 사각턱 블로그 하단 FAQ 5문항은 수정 과정에서 빠짐	**남음**
다국어 연결	10개 언어 연결 중 8개가 넘겨지는 주소	그대로	**남음**
갱신 신호	482개 URL, 2026-09-09	503개 URL, 2026-11-18	유지 (강점)

3-2. 홈페이지 바깥

과제	10월 (Before)	11-19 (After)	상태
Google 비즈니스 프로필 전화	전화번호 없음	02-539-1177 등록 (10-29 확인)	**반영**
Google 비즈니스 프로필 리뷰	4.9점 · 901건 (08-31)	4.9점 · 963건 (10-29)	증가
Google 비즈니스 프로필 웹사이트 버튼	버튼으로 들어온 방문을 따로 보기 어려움	AIO2O 측정 링크로 따로 집계. 11-02~15 두 주 434세션, 상담 행동 48건(4-4)	**측정 시작**
한국관광공사 (VisitKorea) 영문 디렉터리	진료 분야 비어 있음, 연혁 2023년에서 멈춤	갱신 요청 문안 완료, 병원에서 발송 예정	진행 중
공식 외국인 환자 안내	없음	11-02 공개. 영문 글 8편·국문 글 5편, 회복 일정 플래너, 방문 안내 등 26페이지	**공개** · 검색 등록 요청(11-02), 병원 도메인 이전 후 새 주소로 재등록 (6장)
위키데이터 병원 항목	없음	항목 초안과 독립 출처 3건 준비	진행 중
의료관광 플랫폼 (Bookimed 등) 정보 점검	정보 확인 필요	다음 단계로 진행 예정	예정

4. 영문 홈페이지 방문 추이 (GA4)

영문 홈페이지 GA4(VIEW_en)를 세 구간으로 나눠 하루 평균으로 비교했습니다. 10월 구간에는 짧은 시간 머무는 자동화 방문이 대량으로 섞여 있어, 비율은 전체 세션이 아니라 **참여 세션 100건당**으로 냈습니다.

구간	기간	참여 세션 (하루 평균)
시작 기준	10-01 ~ 10-28	1,320.9
안내 공개 첫 주	11-02 ~ 11-08	706.0
둘째 주	11-09 ~ 11-15	782.0

4-1. 상담 행동

항목	10-01 ~ 10-28	11-02 ~ 11-08	11-09 ~ 11-15	10-01~28 → 11-09~15
온라인 상담 페이지 도착 (하루)	12.1	19.9	21.1	+74%
문의 제출 (하루)	2.36	1.57	4.00	+69%
빠른 상담 제출 (하루)	4.25	6.86	7.29	+72%
문의 폼 진입 (참여 세션 100건당)	2.40	3.60	4.15	+73%
WhatsApp 상담 버튼 (참여 세션 100건당)	4.32	5.75	5.52	+28%
채팅 상담 열기 (참여 세션 100건당)	1.88	2.29	2.19	+16%

문의 제출·빠른 상담 제출은 GA4 이벤트 이름 기준이며, 건수가 작아(11-09~15 문의 제출 28건) 주 단위로 크게 움직일 수 있습니다.

4-2. 들어온 경로 (하루 평균 세션)

경로	10-01 ~ 10-28	11-02 ~ 11-08	11-09 ~ 11-15
Google 광고	1,020	798	773

경로	10-01 ~ 10-28	11-02 ~ 11-08	11-09 ~ 11-15
Google 자연 검색	199.9	173.0	190.1
Bing 자연 검색	15.0	11.7	28.1
ChatGPT에서 넘어온 방문	13.9	11.4	9.4
Google 비즈니스 프로필 웹사이트 버튼	측정 전	30.6	31.4
공식 외국인 환자 안내에서 넘어온 방문 (구간 합계)	18	9	16

공식 외국인 환자 안내 10-01 ~ 10-28의 18건은 공개 전 검수 기간의 방문입니다.

4-3. 들어온 경로별 상담 행동 (하루 평균)

GA4 트래픽 획득 보고서를 세션 캠페인·세션 소스/매체 기준으로 나눠 봤습니다.

경로	행동	10-01 ~ 10-28	11-02 ~ 11-08	11-09 ~ 11-15
미국 일반 검색 광고	문의 제출	0.50	1.00	2.43
미국 일반 검색 광고	빠른 상담 제출	1.54	4.29	4.57
자연 검색 (Google 비즈니스 프로필 포함)	문의 제출	0.96	0.29	0.43
자연 검색 (Google 비즈니스 프로필 포함)	빠른 상담 제출	0.89	1.43	1.00
자연 검색 (Google 비즈니스 프로필 포함)	WhatsApp 상담 클릭	6.25	5.57	6.86
직접 방문	문의 제출	0.50	0.29	0.29

미국 일반 검색 광고는 하루 세션이 181 → 127로 줄었는데 문의 제출은 늘어, 이 캠페인의 문의 제출률이 크게 올랐습니다.

4-4. Google 비즈니스 프로필 경로 (AIO2O 측정 링크)

AIO2O가 10-27 정비 가이드로 제공한 측정 링크를 병원이 Google 비즈니스 프로필 웹사이트 버튼에 넣으면서 (10-28 무렵), 이 경로의 방문과 상담 행동을 처음으로 따로 셀 수 있게 됐습니다. 이전에는 이 방문이 자연 검색에 섞여 있었습니다.

항목	11-02 ~ 11-08	11-09 ~ 11-15	2주 합계
세션 (참여 세션)	214 (167)	220 (170)	434 (337)
문의 제출	1	2	3
빠른 상담 제출	4	5	9
WhatsApp 상담 클릭	15	21	36
상담 행동 합계	20	28	**48**

이 경로의 참여율은 약 78%, 평균 참여 시간은 1분 22초~2분 5초로, 10월 자연 검색(참여율 약 76%)과 비슷하고 광고 유입(약 59~70%)보다 높습니다.

읽는 법

1. **상담으로 가는 비율은 올랐습니다.** 상담 관련 행동이 모두 10-01 ~ 10-28보다 11월 두 주에서 높습니다.
2. **상담 건수 증가는 주로 미국 일반 검색 광고에서 나왔습니다(4-3).** 광고 세션은 줄었는데 이 캠페인의 문의 제출은 늘었습니다. 입찰 전략·키워드·전환 설정 같은 광고 운영 변화와 함께 봐야 하는 값이라, 4번 확인 결과를 받아 다시 보고드립니다. 11-02~08 주는 문의 제출이 하루 1.57건으로 10월보다 낮았습니다.
3. **Bing 자연 검색 방문이 늘었습니다.** 하루 15.0 → 28.1입니다. ChatGPT 검색은 Bing 색인을 쓰기 때문에 계속 지켜볼 값입니다. ChatGPT에서 넘어온 방문은 하루 9~14회 수준입니다.
4. **11-07(토)부터 여러 경로의 방문이 함께 줄었습니다.** 광고·자연 검색·직접 방문이 같은 날 함께 줄어, 이 무렵 광고 집행이나 홈페이지 설정에 변경이 있었는지 병원에 확인을 부탁드렸습니다. 확인 결과에 따라 11월 비교값을 다시 읽겠습니다.
5. **1~2주 값은 초기 신호입니다.** 효과로 판단하려면 같은 방식으로 몇 주 더 쌓아 봐야 합니다.

5. 공식 외국인 환자 안내: AI 답변 준비도

5-1. 안내가 없을 때와 지금

외국인 환자가 영문으로 병원을 알아볼 때 AI가 읽을 수 있는 병원 공식 자료는, 안내가 없을 때는 영문 홈페이지뿐이었습니다. 지금은 공식 외국인 환자 안내가 더해졌습니다. 같은 기준으로 채점한 결과입니다.

영문	안내 없을 때 (영문 홈페이지)	지금 (공식 외국인 환자 안내, 영문)	차이
종합	67 / B	83 / A	+16
AEO (답변 준비도)	81 / A	84 / A	+3
GEO (출처 준비도)	44 / C	55 / C	+11

국문 (참고)	국문 홈페이지	공식 외국인 환자 안내, 국문	차이
종합	52 / C	90 / A	+38
AEO	27 / D	90 / A	+63
GEO	52 / C	78 / B	+26

11-01 공개 전 측정(영문 80점)보다 3점 올랐습니다. 공개 후 영문·국문 언어 연결(hreflang)을 추가했기 때문입니다.

5-2. AIO2O가 만든 공식 외국인 환자 안내가 더한 것 (영문 기준)

항목	영문 홈페이지	공식 외국인 환자 안내 (AIO2O 제작·운영)
병원 구조화 데이터 (의료기관 유형·주소·전화·진료시간·위치)	없음	**있음**
공식 채널 연결 (sameAs)	빈 목록	**12개 (SNS·강남언니·영문 홈페이지)**
FAQ 구조화 데이터	없음	**있음**
갱신일 표기 (dateModified)	없음	**있음 (최신 2026-11-17)**

항목	영문 홈페이지	공식 외국인 환자 안내 (AIO2O 제작·운영)
첫 화면 용량	594KB	34KB
응답 속도	0.46초	0.08초
질문 형태의 글	없음	영문 8편 · 국문 5편
글마다 의학 검토 표시·확인일·정정 기록	없음	13편 중 12편 의학 검토 표시(1편 검토 대기), 확인일·정정 기록은 전편

5-3. guide 이전 후 바로 반영할 작업 (현재 GEO 55점·C의 이유)

GEO는 AI가 이 안내를 믿을 만한 출처로 판단하는 근거를 봅니다. 자동 판정 항목별로 보면 다음과 같습니다.

GEO 항목 (배점)	지금	이유	올리는 방법	담당
출처의 적합성과 추적성 (15)	33%	안내 주소의 변형(www 포함)이 하나의 주소로 모이지 않습니다	guide 이전 때 모든 변형을 하나의 주소로 모읍니다	AIO2O (병원 도메인 설정 후)
전문성과 책임 주체 (15)	0%	의학 검토 원장 이름이 글 화면에는 있지만, 의사(Physician) 구조화 데이터로는 글 페이지에 표시돼 있지 않습니다	글마다 검토 원장을 의사 구조화 데이터로 표시합니다	AIO2O
병원 정보의 정합성 (15)	86%	병원 구조화 데이터·공식 채널 연결은 갖췄고, 위키데이터 병원 항목이 아직 없습니다	위키데이터 항목을 만듭니다	AIO2O
사실의 최신성과 정정 (10)	100%	갱신일과 정정 기록을 표시합니다	유지	
인용 식별자· 메타데이터 (5)	100%	구조화 데이터 문법이 유효합니다	유지	

주장과 근거의 일치, 원천 대비 추가 가치, 발행 관계의 투명성 3개 항목은 사람이 판정하는 항목이라 이 점수에서 제외했습니다(10월과 같은 기준). 남은 세 항목은 모두 AIO2O가 직접 반영할 수 있어, 주소 이전 후 바로

진행합니다. 예상 점수는 7-1장에 정리했습니다.

5-4. 안내가 답하는 질문

영문 글 8편의 제목은 외국인 환자가 실제로 묻는 질문입니다. 8편 중 7편은 첫 문단에서, 의료비자 글은 요약 단락에서 병원 이름과 함께 답합니다.

글	대응하는 질문
How long should I stay in Seoul after plastic surgery before flying home?	수술 후 귀국까지 체류 기간
What aftercare does VIEW Plastic Surgery provide for international patients?	외국인 환자 사후관리
What happens if I have complications after returning home from plastic surgery in Korea?	귀국 후 합병증 대응
Do I need a medical visa for plastic surgery in Korea as a tourist?	의료비자
Is plastic surgery in Korea safe for foreigners? What safety standards should I look for?	안전 기준
How do I verify a Korean plastic surgeon is board certified?	전문의 확인
What is the difference between V-line surgery and square jaw reduction?	시술 비교
What precautions should I follow before surgery and during recovery at VIEW Plastic Surgery?	수술 전후 주의사항

10월 측정에서 체류 기간(B-06)과 의료비자(B-07) 질문은 세 AI 서비스 모두 답변에 뷰를 넣지 않은 질문이었습니다. 안내의 글은 이 두 질문에 병원 이름과 함께 답하도록 썼습니다.

---

6. AI 답변 인용 측정을 위한 다음 단계

6-1. 지금 상태

항목	상태
안내 공개	11-02 공개. 26페이지(영문 글 8편, 국문 글 5편, 회복 일정 플래너, 방문 안내 등)
지금 주소	viewpl.webforai.kr (첫 공개 주소)
병원 공식 도메인 이전	guide.viewplasticsurgery.com 제안. 병원 도메인 담당자 회신 대기(담당자분 다음 주 복귀)
영문 홈페이지에서 안내로 가는 링크	이전 후 하단 링크 한 줄 요청
검색 등록	11-02 지금 주소로 등록 요청. 이전 직후 새 주소로 Google·Bing 재등록과 사이트맵 제출
AI 답변 인용 측정	12-08 본 측정(7장)

6-2. AI 서비스마다 경로가 다릅니다

AI 서비스	답변에 쓰는 정보	안내에 미치는 영향
Google AI 개요	Google 검색 색인	Google 등록 전에는 인용될 수 없습니다
ChatGPT 검색	Bing 색인	Google 등록과 별개입니다. Bing 등록 여부를 따로 확인합니다
Perplexity	자체 수집	Google 등록과 별개입니다

주소를 옮기면 지금 주소의 측정값은 바로 지난 값이 됩니다. 그래서 중간 측정은 하지 않고, 새 주소 기준으로 12-08 본 측정에서 세 서비스를 같이 봅니다.

6-3. 주소 이전이 필요한 이유

Google과 AI는 정보의 주인이 누구인지를 주소와 링크로 판단합니다. 믿을 만한 페이지에서 링크를 받은 주소를 먼저 가져가고, 병원 공식 도메인에 있는 정보를 병원의 공식 정보로 봅니다. 중·장기적으로 안내가 공신력을 갖추려면 병원 공식 도메인 아래에 있어야 합니다.

안내를 **guide.viewplasticsurgery.com**으로 옮기고 **영문 홈페이지 하단에서 링크를 받으면** 두 가지가 달라집니다.

1. Google과 AI가 안내를 뷰성형외과 공식 도메인의 정보로 알아봅니다.
2. 이미 Google에 잘 등록된 영문 홈페이지의 링크를 따라 안내를 찾아옵니다.

두 가지가 함께 있어야 효과가 큽니다. 주소만 옮기고 홈페이지 링크가 없으면 Google이 안내를 찾는 속도가 크게 나아지지 않습니다. 또 등록 요청은 Google에 먼저 읽어 달라고 알리는 것일 뿐, 등록 시점은 Google이 정합니다. 보통 수일에서 수주가 걸립니다.

6-4. 병원에서 해 주실 일

순서	할 일	담당
1	viewplasticsurgery.com 도메인(가비아) 관리 담당자 이름·이메일 알려 주기	병원
2	담당자가 guide 주소 설정 추가 (항목과 값은 저희가 보내 드립니다)	병원 도메인 담당자
3	영문 홈페이지 하단에 안내 링크 한 줄 추가	병원 홈페이지 담당
4	새 주소로 이전, 지금 주소에서 새 주소로 자동 이동, Google·Bing 등록 요청, 사이트맵 제출, 5-3장 GEO 보강	AIO2O (설정 후 1~2일)

기존 홈페이지 화면과 관리 방식은 그대로이고, 안내 글 작성과 관리는 지금처럼 저희가 합니다. 담당자분이 복귀하시는 다음 주에 1번을 알려 주시면 바로 진행하겠습니다.

---

7. 일정과 기대치

시점	할 일	확인할 것
도메인 담당자 회신 후	guide 주소 설정, 이전, 자동 이동, 등록 요청	새 주소 접속, Google·Bing 등록 요청 접수
이전 후 수일 ~ 수주	Google이 읽고 등록	Search Console 등록 페이지 수
12-08	10월과 같은 60문항 × 3개 서비스 재측정	뷰 언급률, 발견 질문 12문항 등장, 인용 출처에 안내·영문 홈페이지가 있는지
이후 6~8주 간격	같은 문항 재측정	인용과 병원 이름 언급의 변화

7-1. 12월 20일 준비도 예상

진행 중인 작업을 모두 반영했을 때 같은 기준(자동 판정 항목)으로 계산한 예상 점수입니다. 단계는 누적입니다.

공식 외국인 환자 안내 (영문)

단계	할 일	반영 주체	진행 상태	종합	AEO	GEO
지금				83 / A	84 / A	55 / C
1	병원 도메인(guide) 이전, 주소 변형을 하나로 정리	병원 도메인 설정 → AIO2O	요청서 전달(11-16), 병원 도메인 담당자 회신 대기	86 / A	84 / A	71 / B
2	글마다 검토 원장을 의사 구조화 데이터로 표시	AIO2O	주소 이전과 함께 반영	92 / A	84 / A	96 / A
3	위키데이터 병원 항목	AIO2O	항목 초안과 근거 자료 준비 완료(등록 대기)	93 / A	84 / A	99 / A
4	글의 표·제목 구조 보강	AIO2O	주소 이전과 함께 반영	96 / A	99 / A	99 / A

영문 홈페이지

영문 홈페이지 GEO는 홈페이지 코드에 병원·의료진 구조화 데이터가 들어가야 오르는 점수입니다. 영문 홈페이지는 병원 관리 업체가 코드를 수정하므로, AIO2O는 필요한 작업을 바로 적용할 수 있게 적용 요청서(웹에이전시용)로 정리해 11-19 병원에 전달했습니다. 업체에는 병원에서 넘겨 주시면 됩니다. 블로그 문장처럼 병원이 직접 고칠 수 있는 부분은 수정안을 드려 반영했습니다(3장).

단계	할 일	반영 주체	진행 상태	종합	AEO	GEO
지금				67 / B	81 / A	44 / C
1	위키데이터 병원 항목	AIO2O	항목 초안과 근거 자료 준비 완료(등록 대기)	68 / B	81 / A	47 / C
2	병원 구조화 데이터·공식 채널 연결	병원 홈페이지 관리 업체	적용 요청서 R1을 병원에 전달(11-19), 업체 전달은 병원	82 / A	81 / A	68 / B

단계	할 일	반영 주체	진행 상태	종합	AEO	GEO
3	의료진 구조화 데이터 보완·홈과 시술 페이지 연결	병원 홈페이지 관리 업체	적용 요청서 R2를 병원에 전달(11-19), 업체 전달은 병원	86 / A	81 / A	85 / A
4	FAQ 구조화 데이터·갱신일 표기	병원 홈페이지 관리 업체	적용 요청서 R1·R3·R4를 병원에 전달(11-19), 업체 전달은 병원	90 / A	93 / A	90 / A

12월 20일 현실적인 예상

- 공식 외국인 환자 안내: 다음 주 도메인 설정이 되면 1~2단계는 저희가 12월 초까지 반영할 수 있습니다. 3단계(위키데이터)는 항목 등록 일정이 정해지는 대로 알려 드립니다. **GEO 55 → 71~96, AEO 84 유지 (4단계까지 하면 99)**로 예상합니다.
- 영문 홈페이지: 2~4단계는 병원 홈페이지 관리 업체의 작업 일정에 달려 있습니다. 업체 반영이 없으면 **GEO 44 → 47**, 2단계까지 반영되면 **68(B)**로 예상합니다.

예상치를 읽을 때

- 자동 판정 항목만으로 계산해 항목 하나가 반영되면 점수가 크게 움직입니다. 사람이 판정하는 항목까지 넣으면 점수는 이보다 낮을 수 있습니다.
- 영문 블로그 지속 발행과 외부 정보 정비는 이 점수보다 AI 답변 인용(12-08 측정)에 영향을 줍니다.
- 이 점수는 AI가 읽고 인용하기 좋은 정도이며, 특정 시점의 인용을 약속하는 것이 아닙니다.

7-2. 꾸준한 관리

AEO·GEO 개선은 한 번에 끝나지 않습니다. 검색 등록 후에도 AI가 새 글을 답변에 인용하기까지 수주에서 수개월이 걸리고, AI 답변은 같은 질문에도 매번 조금씩 달라집니다. 그래서 한 번의 측정이 아니라 같은 질문을 반복 측정해 방향을 봅니다.

인용을 꾸준히 늘리려면 관리가 이어져야 합니다.

1. **안내 글을 꾸준히 발행하고, 영문 블로그에 넣을 문장을 제안합니다.** 외국인 환자가 묻는 질문을 제목으로, 첫 문단에 병원 이름·숫자·조건을 넣습니다. 영문 블로그는 저희가 병원명·수치 문장을 제안하고 병원에서 반영합니다. AI는 단락 단위로 인용하므로, 병원 이름이 들어간 단락이 많을수록 인용될 때 이름이 함께 나옵니다.
2. **병원 밖 정보를 같은 값으로 맞춥니다.** Google 비즈니스 프로필, 한국관광공사, 의료관광 플랫폼, 위키데이터가 영문 홈페이지와 같은 주소·전화·진료 분야·연혁을 말하게 합니다.

3. **바뀐 값은 바로 고칩니다.** 비용·회복 일정·의료진 정보가 바뀌면 영문 홈페이지와 안내를 함께 고치고 갱신일을 남깁니다.

7-3. 12월 말까지 이어서 할 일

이번 측정에서 Google AI 개요가 뷰를 처음 호명했고, 국문 홈페이지 점수가 올랐고, Google 지도 경로의 상담 행동을 처음 셀 수 있게 됐습니다. 다만 AI 답변은 날마다 달라지고 이번 값은 1회 측정이라, 지금의 변화는 시작 단계입니다. 이 변화를 반복해서 인용되는 상태로 굳히려면 아래 일이 12월 말까지 이어져야 합니다.

시기	할 일	확인할 변화
11월 말 (도메인 담당자 회신 후)	공식 외국인 환자 안내 guide 이전, 영문 홈페이지 하단 링크, Google·Bing 등록	안내가 검색 결과에 들어가는 출발점
11월 말 ~ 12월 초	웹에이전시 적용(R1~R4), 한국관광공사·Bookimed 정보 정비, 위키데이터 등록(일정 확정 후)	영문 홈페이지 GEO, Perplexity가 인용하는 출처의 정보
12-08	10월과 같은 60문항 × 3개 서비스 재측정, 키워드 6개 재측정	10월 대비 인용·호명 변화
12월 중순	측정 결과로 안내 글과 영문 블로그 문장 보완	인용되고도 병원 이름이 빠진 문항 줄이기
12월 말	결과 정리와 보고	1단계 성과와 다음 단계 계획

검색 등록 뒤 인용이 나타나기까지 수주에서 수개월이 걸립니다. 중간에 멈추면 변화가 나타나기 시작하는 시점에 측정과 보완을 하지 못해, 지금 시작된 변화를 확인하고 굳히기 어렵습니다.

---

8. 개선 우선순위 (갱신)

10월 9장의 우선순위에 지금 상태를 반영했습니다. 실행 우선순위는 뷰성형외과 마케팅 담당 부서에서 정합니다.

우선순위	과제	지금 상태	확인 방법
P0	공식 외국인 환자 안내를 병원 주소(guide) 아래로 이전, 영문 홈페이지 하단 링크	담당자분 복귀(다음 주) 후 바로 진행	Google·Bing 등록 페이지 수

우선순위	과제	지금 상태	확인 방법
P0	한국관광공사 영문 디렉터리 진료 분야·연혁 갱신	문안 완료, 병원 발송 예정	디렉터리 반영 확인, 키워드 재측정
P0	의료관광 플랫폼(Bookimed 등) 병원 정보 점검과 최신화	예정	발견 질문 12문항 재측정
P0	Google 비즈니스 프로필 외국인 환자 리뷰 확보	리뷰 963건(10-29). 안내 방식은 병원 법무 확인 후	K-05 AI 개요 호명 여부
P0	일반 시술 질문(가슴성형·쌍꺼풀 재수술)과 뷰를 잇는 영문 글	안내 글 확대 때 반영	C-02 · C-11 등장 여부
P1	인용되는 페이지의 핵심 단락에 병원 이름	블로그 4편 반영, 지방흡입 블로그·모티바·첫 화면 문장 11-19 전달	인용되고도 이름이 빠진 문항 수 재측정
P1	병원 구조화 데이터, 공식 채널 연결, 의료진 구조화 보완·연결 (영문 홈페이지)	**남음**. 공식 외국인 환자 안내에는 이미 있음. 웹에이전시용 적용 요청서 별도	GEO 재진단
P1	주소·전화 통일	지번 정정·GBP 전화 등록 완료. 하단 개인정보 보호책임자 번호가 대표번호와 구분되는지 확인 필요	표면별 정보 대조
P1	경고 신호·불만 질문(F-05) 대응: 상담·의료진 배정·마취 안전 설명 영문 페이지	예정	F-05 답변 논조 재측정
P1	Reddit 등 커뮤니티에서의 정확한 정보 확인	예정	커뮤니티 언급 점검
P1	병원 정보 앱(Unni 영문판)·제3자 뷰 소개 페이지 정보 확인	예정	키워드 1페이지 재확인
P1	위키데이터 병원 항목	초안·독립 출처 준비	항목 생성 확인
P2	시술 페이지 비용 범위, 정의문, H1을 병원명이 들어간 문장으로, FAQ 확대(사각턱 FAQ 복원 포함), 다국어 연결 주소 정리	**남음**	AEO 재진단

9. 국문 홈페이지 진단: 9월과 지금

9월에 전달한 국문 진단(종합 54점·C, 2026-09-07)과 같은 방법으로 2026-11-19에 다시 채점했습니다. 9월 원자료로 다시 계산해 9월 점수(종합 54, AEO 42, GEO 56)가 그대로 나오는 것을 확인한 뒤 비교했습니다.

구분	9월 (2026-09-07)	11월 (2026-11-19)	차이
종합 (36개 항목)	54 / C	63 / B	+9
AEO (답변 준비도)	42 / C	49 / C	+7
GEO (출처 준비도)	56 / C	61 / B	+5

GEO는 60.6점으로 B 기준(61점)에 반올림으로 걸쳐 있습니다.

9-1. 오른 항목

항목	9월	11월	근거 (11-19 확인)
AEO5 정보 구조와 가독성 (10)	0	6.7	H1이 영문 라벨 5개("VIEW SELFIE" 등)에서 서술형 1개("강남 신논현 성형외과, 뷰성형외과")로 바뀜
GEO4 병원 정보의 정합성 (15)	7.0	11.3	의료기관 구조화 데이터(PlasticSurgery)에 주소·전화·진료시간·위치·진료 지역이 들어감. 공식 채널 연결(sameAs) 0개 → 8개. Google 비즈니스 프로필 대표번호 등록으로 표면 간 전화번호 통일

9-2. 바뀐 세부 신호

신호	9월	11월	내용
업종 구조화 데이터	1	3	Organization만 → PlasticSurgery + 주소·전화·진료시간·위치
공식 채널 연결	0	3	빈 목록 → 8개
제목 구조 (H1)	0	2	영문 라벨 5개 → 서술형 1개. H2 중복은 남음
표면 간 주소·전화 일치	1	2	전화 통일. 주소는 표기 형식 차이(서울특별시/서울, 빌딩명)만 남음

신호	9월	11월	내용
사이트맵·갱신	3	3	URL 3,618개, 최신 갱신 2026-11-18

9-3. 남은 항목 (점수가 열려 있는 곳)

항목	지금	내용	방법
AEO2 답변의 직접성 (20)	0	"뷰성형외과는 어떤 병원인가"를 한 문장으로 말하는 정의문이 첫 화면에 없음	첫 화면 첫 단락에 설립연도·위치·규모·주력 시술을 담은 정의문
GEO8 인용 식별자·메타데이터 (5)	1.7	첫 화면 구조화 데이터 3개 중 시술 목록(ItemList) 1개가 문법 오류로 무효(11번째 줄 쉼표 누락, 9월과 같음)	쉼표 하나 수정
GEO3 전문성과 책임 주체 (15)	6.0	의료진 구조화 데이터(Physician) 없음	의료진 페이지에 의사 구조화 데이터
AEO4 의사결정 정보 (15)	6.0	HTML 표 0개, 가격대 표기 없음	시술 페이지에 회복 일정·수술 시간 표
GEO1 주장과 근거의 일치 (20)	6.7	수상·순위 주장의 원문 출처 링크 없음	주장마다 출처·시점 표기
기술 위생 (점수 밖)		WordPress 5.5.3(2020년판), 첫 화면 이미지 281개 중 90개(32%) 설명 누락, 첫 화면 HTML 824KB	보안 업데이트, 이미지 설명, 용량 정리

국문 홈페이지 변경은 병원에서 반영한 것입니다. 가장 적은 작업으로 오르는 곳은 시술 목록 구조화 데이터의 쉼표 수정(GEO8)과 첫 화면 정의문(AEO2)입니다.

---

10. "korea plastic surgery" 키워드 점유율: 9월과 지금

외국인이 검색창에 짧게 치는 대표 키워드의 변형 6개를 9-30과 같은 조건(미국 기준)으로 2026-11-19에 다시 측정했습니다. 괄호는 9월 값입니다.

10-1. 키워드별 결과

키워드	Google 일반 검색 1페이지	Google AI 개요	ChatGPT 검색	Perplexity
K-01 korea plastic surgery	세 병원 없음 (없음)	**뷰 1번째**, JK 2번째 (호명 없음)	호명 없음 (없음)	호명 없음 (없음)
K-02 korean plastic surgery	JK 3위 (없음)	**뷰 1번째**, JK 2번째 (호명 없음)	호명 없음 (없음)	호명 없음 (없음)
K-03 plastic surgery in korea	세 병원 없음 (없음)	JK 1번째 (호명 없음)	호명 없음 (없음)	호명 없음 (없음)
K-04 best korea plastic surgery	세 병원 없음 (없음)	다른 병원 5곳 (JK)	호명 없음 (없음)	JK 1번째 (JK 3번째, 뷰 4번째)
K-05 korea plastic surgery clinic	세 병원 없음 (없음)	**뷰 2번째** (다른 병원 3곳)	JK 2번째, ID 3번째, **뷰 4번째** (ID 1번째, JK 4번째)	JK 1번째 (JK 1번째)
K-06 korea plastic surgery for foreigners	세 병원 없음 (없음)	호명 없음 (JK)	호명 없음 (없음)	호명 없음 (없음)

10-2. 병원별 점유율 (6개 키워드 × 4개 표면 = 24칸)

항목	뷰 9월 → 11월	JK 9월 → 11월	ID 9월 → 11월
Google 일반 검색 1페이지 자사 사이트	0 → 0	0 → 1	0 → 0
Google AI 개요 호명	**0 → 3**	2 → 3	0 → 0
ChatGPT 검색 호명	0 → 1	1 → 1	1 → 1
Perplexity 호명	1 → 0	2 → 2	0 → 0
24칸 중 호명	**1 → 4**	5 → 7	1 → 1
한 곳 이상에서 호명된 키워드	**1 → 3**	3 → 5	1 → 1

K-01과 K-02는 Google AI 개요 답변 본문이 같았습니다(같은 답변이 두 키워드에 나옴).

10-3. 읽는 법

1. **Google AI 개요에서 뷰가 처음 호명됐습니다.** 가장 넓은 키워드 K-01·K-02에서 AI 개요는 강남·청담의 대표 병원으로 뷰를 첫 번째로 들었습니다. 같은 답변은 병원을 고를 때 확인할 것으로 마취과 전문의 상주, 실시간 모니터링, 수술실 CCTV를 들었습니다. 뷰 영문 홈페이지 첫 화면이 안내하는 안전 시스템 항목과 같습니다. 다만 AI 개요의 근거 링크가 공개되지 않았고 이 항목들은 업계 공통 안전 기준이기도 해, 뷰 홈페이지를 근거로 썼는지는 확인되지 않습니다.
2. **"clinic"이 붙은 K-05에서는 Google 지도 정보가 작동합니다.** 9월 진단에서 이 키워드는 지도 평점·리뷰로 병원을 고른다고 분석했습니다. 이번 AI 개요는 뷰를 두 번째로 들면서 주소(107 Bongeunsa-ro)와 진료시간을 함께 적었습니다. 10월 말 정비한 Google 비즈니스 프로필의 값과 같습니다.
3. **Perplexity에서는 9월보다 줄었습니다.** K-04에서 9월에는 뷰가 4번째였지만 이번에는 나오지 않았습니다. 이 키워드의 Perplexity 답변은 Bookimed 병원 목록을 가장 많이 인용했고(9월에 뷰를 든 근거도 Bookimed), 다른 키워드에서는 한국관광공사(VisitKorea) 영문 사이트를 주로 인용했습니다. Bookimed·VisitKorea 정보 정비가 이 표면에 중요합니다.
4. **Google 일반 검색 1페이지는 여전히 중개 플랫폼·가이드·커뮤니티가 차지합니다.** 세 병원 중 자사 사이트가 1페이지에 오른 곳은 K-02의 JK 하나입니다.
5. **1회 측정입니다.** AI 개요와 AI 답변은 같은 검색어에도 날마다 조금씩 달라집니다. 방향을 보는 값으로 읽어 주십시오.

---

11. 읽을 때 유의할 점

1. **사이트 점수의 판정 방식이 다릅니다.** 영문 사이트(2장)와 공식 외국인 환자 안내(5장)는 자동 판정 항목 기준이고, 병원당 2개 페이지만 봤습니다. 국문 홈페이지(9장)는 9월 진단과 같이 사람이 판정한 항목을 포함하므로, 영문과 국문 점수를 직접 비교하지 않습니다. 블로그 문장·외부 프로필처럼 자동 판정 범위 밖의 변화는 3장에 따로 적었습니다.
2. **이번에는 AI 답변을 다시 측정하지 않았습니다.** 10월 보고서의 60문항 결과(뷰 언급률, 발견 질문 등장 수)는 12-08 재측정 전까지 10월 값이 최신입니다.
3. **GA4 비교는 2주 값입니다.** 경로별로 보면 상담 증가분은 주로 미국 일반 검색 광고에서 나왔고(4-3), 11월 초 광고·홈페이지 설정 변경 여부는 병원에 확인하고 있습니다. 초기 신호로만 읽어 주십시오.

4. **검색 등록과 AI 인용 시점은 각 서비스가 정합니다.** 이 리포트의 일정은 측정 일정이며, 특정 시점의 인용을 약속하는 것이 아닙니다.

변경 이력

버전	날짜	내용
v1.2	2026-09-30	경쟁 비교 진단(영문 사이트 3곳, AI 답변 60문항 × 3개 서비스, 키워드 6개)
v2.0	2026-11-19	11월 현황. 국문 홈페이지 9월 대비 재채점(9장), "korea plastic surgery" 키워드 재측정(10장) 추가. 영문 사이트 3곳 재채점(10월 점수 재현 확인), 10월 과제 Before & After, 영문 홈페이지 GA4 추이, 공식 외국인 환자 안내 AI 답변 준비도와 GEO 남은 항목, 병원 도메인 이전, 12월 20일 준비도 예상, 일정과 우선순위 갱신