INFINITH AI Discovery · AEO / GEO Audit v1.0

AI Answer Readiness

뷰성형외과

성형외과 (강남 신논현)

https://www.viewclinic.com

실측일 2026-09-07 · 검증 항목 32 / 36 · 미검증 항목은 분모 제외

54

AI Answer Readiness

C 48.1 / 89점

A. AI 크롤러 접근성	20점	98% · 미검증 1
B. 엔티티 식별·구조화	20점	25% · 전 항목 검증
C. 답변 인용 가능 콘텐츠	25점	44% · 전 항목 검증
D. AI 인용 표면 확보	20점	68% · 전 항목 검증
E. AI 가시성 측정 인프라	10점	0% · 미검증 3
F. 기술 위생	5점	33% · 전 항목 검증

Answer & Source Readiness

v2.0-draft · AEO 답변 준비도와 GEO 출처 준비도를 각각 100점의 독립 지표로 본다. INFINITH 제품용 진단 기준이며 검색엔진의 공식 점수나 인용 확률이 아니다

42

Answer Readiness

AEO · 답변 준비도

고객의 질문에 얼마나 명확하고 충분하게 답하는가?

등급 **C** · 검증 8/8

56

Source Readiness

GEO · 출처 준비도

그 답을 얼마나 검증하고 신뢰할 수 있는 출처로 사용할 수 있는가?

등급 **C** · 검증 8/8

게이트 (점수가 아니라 상한)

G1 AI 크롤러 접근 · 통과 검색용 AI 봇이 차단되거나 CDN이 챌린지를 걸면 답도 출처도 될 수 없다. 점수 대신 상한 40으로 표시한다.

G2 본문 렌더링 · 통과 JS 미실행 HTML에 본문이 없으면 크롤러에게 빈 페이지다.

AEO · Answer Readiness

답변 준비도

고객의 질문에 얼마나 명확하고 충분하게 답하는가?

검증 8/8 · 42.3 / 100점

C

42

질문을 고르고, 답을 먼저 쓰고, 한 단락으로 완결하고, 결정에 필요한 정보와 다음 행동까지 닿게 하는가.

AEO1 **질문 수요 충족** 20점 · 반자동	사람들이 실제로 묻는 질문에 답하는 페이지가 있는가 v1.0 실측 파생 · C2=2	13.3 / 20
AEO2 **답변의 직접성** 20점 · 반자동	페이지 첫 단락에 답이 먼저 나오는가 v1.0 실측 파생 · C1=0	0 / 20

AEO3
답변 단위의 자기완결성
15점 · 사람

한 단락만 떼어내도 누가·어디서·무엇을이 들어 있는가
v1.0 실측 파생 · C8=1

5 / 15

AEO4
의사결정에 필요한 정보
15점 · 반자동

가격대·시간·회복·조건처럼 결정에 쓰는 정보가 텍스트로 있는가
v1.0 실측 파생 · C4=2 · C5=0

6 / 15

AEO5
정보 구조와 가독성
10점 · 자동

제목이 주제를 서술하고 계층이 논리적인가
v1.0 실측 파생 · C3=0

0 / 10

AEO6
다음 행동의 명확성
10점 · 사람

답을 읽은 사람이 무엇을 하면 되는지(예약·전화·방문) 바로 보이는가
모든 페이지 하단에 전화 02-539-1177·주소·온라인 상담 폼이 텍스트로 반복되고(수집기 반복 줄), /counsel/reservation/ 예약 페이지와 카카오톡 채널 링크가 있다. 전화·예약·방문 3경로가 텍스트로 연결됨
사람 판정

10 / 10

AEO7
핵심 답변의 텍스트 추출
5점 · 자동

답이 이미지가 아니라 텍스트로 존재하고 서버가 렌더하는가
v1.0 실측 파생 · A3=3 · F1=1

3.7 / 5

AEO8
사이트 내 답변 발견
5점 · 자동

크롤러가 답이 있는 페이지를 찾아갈 수 있는가
v1.0 실측 파생 · A5=3 · B6=2

4.3 / 5

GEO · Source Readiness

출처 준비도

그 답을 얼마나 검증하고 신뢰할 수 있는 출처로 사용할 수 있는가?

검증 8/8 · 56.4 / 100점
C
56

주장에 근거가 붙어 있고, 누가 책임지는지 보이고, 병원 사실이 표면마다 같고, 갱신·정정 기록이 있으며, 기계가 인용 식별자를 읽을 수 있는가.

GEO1
주장과 근거의 일치
20점 · 사람

수치·수상·효과 주장마다 근거(원문·출처·조건)가 붙어 있는가
"모티바 보형물 국내 사용량 1위(2023, 모티바코리아 전체 수술량 기준)"처럼 집계 주체·시점이 붙은 주장이 일부 있으나, 모티바 그랜드 어워드·KOL·렛미인 등 대부분의 권위 신호는 이미지·슬로건 안에 있고 원문 링크가 없다. "마취과 전문의 상주 43% vs 23.1%" 비교는 출처·기준 시점 없음
사람 판정

6.7 / 20

GEO2
출처의 적합성과 추적성
15점 · 자동

인용된 URL이 정본으로 수렴하고 시간이 지나도 같은 곳을 가리키는가
v1.0 실측 파생 · A4=3

15 / 15

GEO3
전문성과 책임 주체
15점 · 반자동

누가 썼고 누가 의학적으로 책임지는지 텍스트와 스키마로 보이는가
v1.0 실측 파생 · C7=2 · B3=0

6 / 15

GEO4
병원 엔티티와 사실의 정합성
15점 · 반자동

이 병원이 누구인지 사이트 안과 밖(강남언니·GBP·플레이스)에서 같은 사실로 확정되는가
v1.0 실측 파생 · B2=1 · B4=1 · B5=0 · D1=3 · D2=2 · D4=1 · D5=2 · D6=0

7 / 15

GEO5
사실의 최신성과 정정
10점 · 자동

언제 확인한 사실인지 적혀 있고, 틀린 것을 고친 기록이 있는가
v1.0 실측 파생 · C6=3

10 / 10

GEO6
원천 대비 추가 가치
10점 · 사람

다른 곳에 있는 문장을 옮긴 것이 아니라 여기서만 얻는 정보(체크리스트·조건 표·실측)가 있는가
수술 전·후 주의사항(부위별 8탭, 9,585자)·애프터케어 프로그램(4,572자)·검진센터 항목·안전수술시스템 절차는 병원 고유 정보다. 다만 표·체크리스트 형태가 없고(C5=0) 회복 일정은 문단에 흩어져 있다
사람 판정

6.7 / 10

GEO7
발행 관계와 투명성
10점 · 사람

누가 운영하고 누구의 지원을 받는지, 광고와 정보가 구분되는지 밝히는가
푸터에 대표·사업자등록번호·주소가 있어 운영 주체는 분명하다. 그러나 홈페이지에 게시한 후기 광고가 수술비 할인 대가를 표시하지 않아 2026-07-12 공정위 시정명령·공표명령을 받았고, 이벤트·전후·후기 섹션이 정보 페이지와 구분 없이 섞여 있다
사람 판정

3.3 / 10

GEO8
인용 식별자와 메타데이터 정합성
5점 · 자동

기계가 읽는 식별자(JSON-LD·메타)가 유효하고 화면 내용과 같은가
v1.0 실측 파생 · B1=1

1.7 / 5

What AI Sees

AI 답변엔진이 지금 이 업체를 어떻게 읽는지. 진단의 결론

크롤러 접근은 정상이다. AI가 사이트를 읽을 수 있다

robots.txt가 AI 검색봇 12종을 모두 허용하고, Cloudflare 차단도 없으며, WordPress가 본문을 서버에서 렌더링한다. 접근성 카테고리는 상위권. "AI에 안 나오는" 원인은 차단이 아니라 내용에 있다.

읽어도 "누구인지" 확정할 수 없다

MedicalClinic 스키마가 없고 Organization.sameAs가 비어 있으며, 시술 목록 JSON-LD는 쉼표 하나가 빠져 통째로 무효다. 주소 표기도 사이트 안에서 3가지(메인 2종 + 시술 페이지 1종). AI는 "뷰성형외과"라는 이름과 흩어진 사실을 하나의 엔티티로 묶을 근거를 얻지 못한다.

인용할 문장이 부족하다 (v1.1: 프리저베 페이지는 예외)

H1이 "VIEW SELFIE / VIEW EVENT / VIEW SHORTS..." 5개, HTML 표 0개, 병원 정의문 0개. 가슴성형 페이지의 첫 텍스트는 상담 폼이다. 프리저베 페이지만 H1 1개·FAQ 7문항·수술시간·회복 텍스트를 갖춰 인용 가능한 구조이며, 이 구조를 다른 시술 페이지로 확산하는 것이 과제다. 답변엔진이 패시지 단위로 잘라 가져갈 자기완결적 단락이 존재하지 않는다. 권위 신호(KOL·표창)는 있으나 이미지와 슬로건 안에만 있어 텍스트로 읽히지 않는다.

갱신 신호는 살아 있고, 블로그도 발행 중이다 (v1.1 정정)

시술 페이지의 article:modified_time(2026-04-17)과 sitemap 최신 lastmod(2026-08-31)를 확인했다. 이전 판에서 "블로그 2024-05 정지"로 판정한 것은 www의 post-sitemap만 본 오판이다. 블로그는 별도 서브도메인 blog.viewclinic.com에서 2026-09-07까지 발행 중이고, robots.txt가 OAI-SearchBot·PerplexityBot·GPTBot·ClaudeBot 등 AI 봇 14종을 명시 허용한다. 120문항 실측에서 ChatGPT가 이 블로그를 인용한 것도 이 때문이다. 다만 프리저베를 제외한 시술 페이지에는 FAQ와 수치가 없어 텍스트 근거는 여전히 블로그와 프리저베 한 페이지에 쏠려 있다.

강남언니는 강하다. GBP는 전화번호가 없고 웹사이트가 다르다

강남언니에 후기 19,316건·의료진 26명·이벤트 52건으로 병의원 AI 인용의 핵심 표면은 확보됐다. GBP도 4.9점(901 리뷰)에 소유자 게시물이 활성이다. 문제는 NAP다. GBP에 전화번호가 없고, 웹사이트는 viewclinic.com이 아닌 영문 사이트 viewplasticsurgery.com이며, 주소 표기가 표면마다 3종이다. AI가 세 표면을 한 병원으로 묶을 근거가 약하다.

Scorecard by Category

36개 항목 · 각 항목의 실측 근거와 근거 등급

A · Access & Crawlability

AI 크롤러 접근성

배점 20 · 검증 6/7
16.7 / 17점
98

AI 검색엔진이 사이트를 읽을 수 있는가. 크롤러 접근이 막히면 나머지 항목은 전부 무효다.

A1 **검색용 AI 봇 허용** 5점	12개 AI 봇 전부 허용. OAI-SearchBot·PerplexityBot·GPTBot UA로 GET → 전부 200 `robots.txt: User-agent: * / Disallow: /wp-admin/` 실측 · 직접 통제 · 자동	검색봇 전부 허용 + 200 응답	5 / 5
A2 **CDN/WAF AI 차단 없음** 3점	Server: nginx 직접 응답, Cloudflare 헤더 없음, AI UA 챌린지 없음 실측 · 직접 통제 · 자동	CDN 차단 없음 확인	3 / 3
A3 **서버 렌더링 본문** 3점	WordPress 서버 렌더링. JS 미실행 HTML에서 본문 텍스트 10,757자 추출 실측 · 직접 통제 · 자동	80% 이상 (SSR/정적)	3 / 3

A4
HTTPS·리다이렉트 정합
2점

http://viewclinic.com → 301 → https://www.viewclinic.com/ 정본 수렴

실측 · 직접 통제 · 자동

전부 301로 정본 수렴

2 / 2

A5
sitemap.xml 제공
3점

robots.txt에 sitemap 선언, 200 응답, AIOSEO 3.7.1 동적 생성, URL 3,636개. page/portfolio-sitemap lastmod 최신 2026-08-31. www의 post-sitemap은 2024-05-31에서 멈췄으나 블로그는 별도 서브도메인 blog.viewclinic.com에서 2026-09-07까지 발행 중 (v1.1 정정)

실측 · 직접 통제 · 자동

선언·200·lastmod 최신

3 / 3

A6
Bing 색인 (ChatGPT 검색 경로)
3점

Bing Webmaster Tools 등록 여부는 오너 계정 접근 필요

벤더 · 직접 통제 · 수동

미검증

A7
응답 속도·크롤 예산
1점

TTFB 0.135s (양호) / 초기 HTML 838KB (비대). 시술 페이지 862KB

추정 · 직접 통제 · 자동

TTFB < 0.5s, HTML > 300KB

0.7 / 1

B · Entity & Structured Data

엔티티 식별·구조화

배점 20 · 검증 7/7
5 / 20점
25

AI가 "이 병원이 누구인지"를 기계적으로 확정할 수 있는가. NAP 일관성과 스키마 위생.

B1
JSON-LD 문법 유효성
3점

JSON-LD 2블록 중 ItemList 블록이 문법 오류(쉼표 누락, line 11)로 파싱 실패 → 시술 목록 구조화 데이터 전체 무효

```
Expecting ',' delimiter: line 11 column 7
```

실측 · 직접 통제 · 자동

일부 무효

1 / 3

B2
업종 엔티티 스키마 (MedicalClinic / LegalService / LocalBusiness)
5점

Organization + WebSite + WebPage만 존재. MedicalClinic/LocalBusiness 없음 → 주소·전화·진료시간이 구조화되어 있지 않음

학술 · 직접 통제 · 자동

Organization만

1.7 / 5

B3
전문가 스키마 (Physician / Attorney)
3점

Physician 스키마 없음. 의료진 정보는 HTML 텍스트·이미지로만 존재

학술 · 직접 통제 · 자동

없음

0 / 3

B4
NAP 사이트 내 일관성
3점

주소 3가지 표기 혼재: "서울 강남구 봉은사로 107 뷰성형외과 빌딩" / "서울특별시 강남구 봉은사로 107, 뷰성형외과빌딩" / 시술 페이지 "서울시 강남구 봉은사로 107, 뷰성형외과빌딩(논현동...". 전화 02-539-1177·02-539-1132 + 휴대폰 혼재

실측 · 직접 통제 · 자동

3개 이상 표기 변형

1 / 3

B5
sameAs 연결
2점

Organization.sameAs: [] (빈 배열). 푸터에 YouTube·Instagram·Facebook·네이버블로그 링크가 있으나 스키마에 미연결

학술 · 직접 통제 · 자동

비어 있음

0 / 2

B6
canonical·중복 제거
2점

rel=canonical self-referencing 존재

실측 · 직접 통제 · 자동

있음

1.3 / 2

B7
다국어 hreflang
2점

영문 사이트가 별도 도메인(viewplasticsurgery.com, en-US)으로 존재하나 두 사이트 어디에도 hreflang 없음. 다국어 페이지가 있는데 미연결

벤더 · 직접 통제 · 자동

다국어 페이지 있으나 미연결

0 / 2

C · Answer-Ready Content

답변 인용 가능 콘텐츠

배점 25 · 검증 8/8
11 / 25점
44

패시지 단위로 잘라내도 자기완결적인 사실 덩어리가 있는가. 정의문·FAQ·수치·표·의료진 근거.

C1
정의문형 첫 문단
4점

메인 첫 화면은 슬라이더·"VIEW SELFIE" 등 라벨. "뷰성형외과는 …에 있는 … 병원입니다" 형태의 정의문 없음. 시술 페이지 첫 텍스트는 오시는길·상담폼

학술 · 직접 통제 · 반자동

없음 (슬로건·이미지만)

0 / 4

C2
FAQ 섹션
4점

v1.1 정정: 프리저베 페이지(/preserve/)에 FAQ 7문항과 유효한 FAQPage 스키마 존재. 모바일 분기로 2문항이 중복. 메인·가슴성형(/breast/main/)·코성형·오시는길에는 FAQ 없음 → 시술별 확산 전이라 레벨 2

`https://www.viewclinic.com/preserve/ JSON-LD #1 FAQPage (2026-09-07 파싱 성공)`

학술 · 직접 통제 · 자동

FAQ 섹션 존재

2.7 / 4

C3
제목 계층 의미성
3점

H1 5개: "VIEW SELFIE / VIEW EVENT / VIEW SHORTS / VIEW FILM / VIEW SPECIALITY". 전부 영문 라벨. H2는 같은 문구가 2회씩 중복(모바일/PC 분기). 가슴·코·오시는길 페이지 H1 없음. 프리저베 페이지만 H1 1개 서술형 (2026-09-07 재확인)

실측 · 직접 통제 · 자동

H1 없음 또는 5개 이상

0 / 3

C4
구체 수치 (가격·시간·회복)
4점

v1.1 정정: 프리저베 페이지에 수술시간 20~40분·마취(국소 또는 수면)·회복 1~3일, 코성형 페이지에 수술시간 1~2시간·실밥 7일·일상 5~7일, 안면윤곽 페이지에 1~2시간·전신마취·당일 또는 1일 입원이 텍스트로 있음. 가격대 표기는 없음. 가슴성형 메인(/breast/main/)은 여전히 주장형 문구만

학술 · 직접 통제 · 반자동

시술별 일부 수치

2.7 / 4

C5
표·비교 구조
2점

HTML <table> 없음. 비교 정보는 이미지로 추정

벤더 · 직접 통제 · 자동

없음

0 / 2

C6
신선도 신호
3점

시술 페이지에 article:modified_time·dateModified 2026-04-17 존재, page/portfolio-sitemap lastmod 최신 2026-08-31. blog.viewclinic.com은 2026-09-07 게시까지 활발 (v1.1 정정: 이전의 "블로그 2024-05 정지"는 www post-sitemap만 본 오판)

학술 · 직접 통제 · 자동

3개월 이내 + dateModified 표기

3 / 3

C7
전문가 E-E-A-T (의료진 / 변호사)
3점

원장·전문의·의료진 언급 17회, 모티바 글로벌 KOL·보건복지부장관표창·갈더마 방문 등 권위 신호 존재. 단 구조화 안 됨

학술 · 직접 통제 · 반자동

자격·경력 텍스트

2 / 3

C8
패시지 자기완결성
2점

H2 "철저한 정밀 검진 / ONE_STOP 시스템 / 1:1 전담 마취시스템". 단독으로 떼면 어느 병원의 무엇인지 알 수 없음

학술 · 직접 통제 · 수동

20~50%

0.7 / 2

D · Off-site Surfaces

AI 인용 표면 확보

배점 20 · 검증 6/6
13.7 / 20점

68

실제로 AI가 인용하는 외부 표면(강남언니·GBP·오픈웹)에 존재하는가. 네이버 자산은 글로벌 AI에 기여도 0.

D1
업종 버티컬 프로필 (병의원: 강남언니 / 법률: 로톡)
6점

강남언니 hospitals/189 등록. 후기 19,373건(2026-09-04 재확인, 08-28 19,316건), 이벤트 52건, 의료진 26명(정재현 9.6·후기 3,236 등), 병원정보 10건(CCTV·마취과 상주), 진료시간 표기

`https://www.gangnamunni.com/hospitals/189`

실측 · 직접 통제 · 수동

+ 전문가·가격 갱신 3개월 이내

6 / 6

D2
Google 비즈니스 프로필
4점

GBP 존재. 평점 4.9(리뷰 901), 소유자 제공 게시물 2일 전(소유·활성). 단 전화번호 미등록("장소의 전화번호 추가" 상태), 웹사이트가 국문 홈페이지가 아닌 viewplasticsurgery.com

실측 · 직접 통제 · 수동

소유·기본 정보

2.7 / 4

D3
오픈웹 언급 (티스토리·유튜브·언론)
4점

자체 YouTube 채널 활발(영상 1,215편, 2026-09-04). blog.viewclinic.com 활발(AI 봇 14종 명시 허용, 2026-09-07). 언론 보도 1,137건·매체 254곳(2026-09-04 수집). NAP 불일치로 "일관된 언급" 레벨 3은 보류

학술 · 영향 가능 · 반자동

유튜브 + 언론/티스토리

2.7 / 4

D4
표면 간 NAP 완전 일치
3점

주소 표기 3종 혼재: 홈페이지 "서울 강남구 봉은사로 107 뷰성형외과 빌딩" / 강남언니 "서울 강남구 봉은사로 107 (논현동)" / GBP "서울특별시 강남구 봉은사로 107". GBP 전화 누락, 웹사이트 도메인 불일치

실측 · 직접 통제 · 수동

주소 표기 상이

1 / 3

D5
네이버 플레이스 (AI 브리핑 전용)
2점

네이버 플레이스 존재(리뷰 776건, 2026-04 INFINITH 리포트 기준). 홈페이지 링크 연결 여부 미확인 → 보수적으로 2

실측 · 직접 통제 · 반자동

연결·리뷰 활성

1.3 / 2

D6
위키데이터/위키백과 엔티티
1점

Wikidata에서 "뷰성형외과" 검색 결과 없음 (wbsearchentities ko, 2026-08-31)

추정 · 영향 가능 · 자동

없음
0 / 1

E · Measurement
AI 가시성 측정 인프라

배점 10 · 검증 1/4
0 / 2점
0

개선을 증명할 수 있는가. 소유 신호(크롤러 로그·GA4 AI 유입) 계측 여부.

E1
AI 크롤러 로그 (IP 검증)
3점

서버 로그 접근 필요 (nginx 직접 호스팅, Cloudflare AI Crawl Control 미사용)

실측 · 직접 통제 · 수동

미검증

E2
GA4 AI 유입 채널
3점

GA4 접근 필요

실측 · 직접 통제 · 수동

미검증

E3
GSC AI Overviews 노출
2점

GSC 접근 필요

벤더 · 직접 통제 · 수동

미검증

E4
기준선 스팟체크
2점

기준선 스팟체크 미실시

학술 · 직접 통제 · 수동

없음
0 / 2

F · Technical Hygiene
기술 위생

배점 5 · 검증 4/4
1.7 / 5점
33

이미지 대체텍스트·CMS 보안·페이지 무게·모바일. 보조 지표.

F1
이미지 대체텍스트
2점

이미지 302개 중 111개(37%) alt 누락 또는 빈 값

실측 · 직접 통제 · 자동

20~50% 누락
0.7 / 2

F2
CMS 보안·최신성
1점

meta generator: WordPress 5.5.3 (2020-10 출시, 6년 전) + WPBakery. 보안 패치 미적용 위험

추정 · 직접 통제 · 자동

3년 이상 구버전
0 / 1

F3
페이지 무게
1점

초기 HTML 838KB (기준 300KB의 2.8배)

추정 · 직접 통제 · 자동

> 800KB
0.3 / 1

F4
모바일 대응
1점

viewport meta 존재, 반응형. CWV 미측정

실측 · 직접 통제 · 자동

반응형
0.7 / 1

Action Plan

우선순위별 실행 항목. 각 항목이 어느 기준을 올리는지 연결

P0 **즉시: 크롤러 접근·엔티티·측정**

깨진 JSON-LD 수정 + MedicalClinic 스키마 삽입 1일

GBP 전화번호 등록 + 4개 표면 NAP 통일 1주

ItemList 블록 쉼표 누락 수정(1시간). Organization → MedicalClinic으로 승격하고 address·telephone·openingHoursSpecification·medicalSpecialty·geo 추가. sameAs에 YouTube·Instagram·Facebook·강남언니·네이버플레이스·GBP URL 연결.

B1 B2 B5

GBP에 02-539-1177 등록, 웹사이트를 viewclinic.com으로 변경(영문 사이트는 hreflang으로 연결). 홈페이지·강남언니·GBP·플레이스 주소를 "서울특별시 강남구 봉은사로 107 뷰성형외과빌딩"으로 통일. 두 도메인 간 hreflang 상호 연결.

D2 D4 B4 B7

측정 인프라 설치 (개선 증명의 전제) 1주

GA4 커스텀 채널그룹 (chatgpt.com·perplexity.ai·gemini.google.com·copilot·claude.ai) 생성. nginx access.log에서 AI 봇 히트 추출 + IP 검증 파이프라인. GSC·Bing Webmaster 등록 확인 + IndexNow. 질의 10개 × 5회 기준선 스팟체크.

E1 E2 E3 E4 A6

P1 4주 내: 콘텐츠 구조

메인·시술 페이지에 정의문 + FAQ 도입 2~4주

각 핵심 페이지 첫 단락에 "뷰성형외과는 서울 강남 신논현역 1분 거리의 가슴성형·안면윤곽 전문 성형외과로, 마취과 전문의가 상주한다"형 정의문. 시술별 FAQ 5~8개(가격대·수술시간·회복기간·보형물 종류·재수술)를 H3 질문형으로 작성 + FAQPage 스키마.

C1 C2 C4 C8

H1 재설계 + 이미지 속 정보의 텍스트화 2~4주

페이지당 H1 1개 서술형("뷰성형외과 UIU 가슴성형: 보형물 선택과 안전 시스템"). 모바일/PC 중복 H2 제거. 보형물 비교·시술 비교를 HTML <table>로. 의료진 페이지에 전문의 자격·경력·학회를 텍스트 + Physician 스키마로.

C3 C5 C7 B3

WordPress 5.5.3 → 최신 업그레이드 1주

6년 된 코어는 보안 위험이자 스팸 주입 시 AI 오인용 위험. 업그레이드 후 alt 누락 111개 보완, HTML 무게 절감(WPBakery 인라인 CSS 정리).

F2 F1 F3

P2 지속: 신선도·시딩

블로그와 시술 페이지 연결 + 오픈웹 시딩 지속

blog.viewclinic.com은 발행 중이고 AI 봇을 허용하므로(v1.1 정정) 재가동이 아니라 연결이 과제다. 블로그 글에서 해당 시술 페이지로, 시술 페이지에서 관련 블로그 글로 내부 링크를 걸고, 유튜브 영상을 블로그 글로 전사해 매월 갱신. 티스토리·언론 기고로 naver.com 외 언급 도메인 확보. 네이버 블로그는 AI에 안 보이므로 글로벌 AEO 용도로는 쓰지 않는다.

C6 D3

What We Don't Sell

근거 없는 것은 팔지 않는다. 이 리포트의 정직성 규약

하지 않을 것

- **llms.txt 제작**
  Google 공식(2026-06) 효과 0, 채택률 0.13%, 서버 로그에 요청 자체가 없음. 위약이다.
- **"스키마 넣으면 AI가 인용합니다" 약속**
  인과 증거 없음. 스키마는 엔티티 식별을 돕는 위생 조치로만 설명한다.
- **단발 조회로 순위·노출 보고**
  LLM 답변 분산 10~34%. 반복 측정 + 신뢰구간으로만 보고한다.
- **답변엔진 UI 자동 조회**
  OpenAI·Perplexity 약관 위반. 주력 측정은 오너가 소유한 신호(로그·GA4)로 한다.
- **네이버 블로그 증량**
  blog.naver.com robots.txt가 AI 크롤링을 전면 금지. 글로벌 AI 답변 기여도 0. 네이버 AI 브리핑은 별도 트랙.

측정 조건

- 실측 대상: 메인 페이지 + /breast/main/ (가슴성형) 2개 URL, JS 미실행 HTML 기준
- 크롤러 접근성: robots.txt 파싱 + 12개 AI 봇 UA 실제 GET 요청
- 강남언니·Google 비즈니스 프로필은 공개 페이지를 실측(2026-08-28). GBP 소유권 클레임 여부·인사이트와 측정 인프라(GA4·GSC·Bing·서버로그)는 오너 접근 필요 → 미검증 처리, 분모 제외
- 답변엔진 언급률은 측정하지 않았다 (단발 조회는 무효, 반복 측정은 별도 기준선 단계에서 수행)
- 2026-08-31 자동 채점기(audit_aeo_geo.py) 재채점으로 A5·B4·C6·D6 4항목 보정 (전체 sitemap·시술 페이지 meta·Wikidata까지 실측 범위 확장)
- 2026-09-07 재검증(v1.1): 홈·프리저베·가슴·코·오시는길 5개 URL 원본 HTML 재수집. 프리저베 페이지의 FAQ 7문항(FAQPage 스키마 유효, 모바일 분기로 2문항 중복)과 수술시간 20~40분·마취·회복 1~3일 텍스트를 확인해 C2·C4 정정.

blog.viewclinic.com은 2026-09-07 게시까지 활발하고 robots.txt가 AI 봇 14종을 명시 허용. 총점 50→54(C). GBP 항목(D2·D4)은 2026-08-28 실측값 유지, 재확인 필요

점수는 **검증된 항목만**으로 정규화했습니다. 미검증 항목(강남언니·GBP·GA4·로그)을 확인하면 점수가 오를 수도, 내릴 수도 있습니다. 이 리포트는 답변엔진 노출을 보장하지 않으며, 크롤러 접근·엔티티·콘텐츠 구조라는 **전제조건**의 충족 여부를 진단합니다.

Scoring Rubric

AEO/GEO 채점 기준표 v1.0 · 36개 항목 · 100점

ID	항목	배점	근거	통제	채점	3점 기준
A. AI 크롤러 접근성 (20)						
A1	**검색용 AI 봇 허용** OAI-SearchBot·PerplexityBot·Claude-SearchBot·bingbot·Googlebot이 막히면 인용 자체가 불가능. 학습봇(GPTBot·ClaudeBot)과 구분해 평가. `robots.txt 파싱 + 각 UA로 실제 GET 200 확인 (crawler_audit.py)`	5	실측	직접 통제	자동	검색봇 전부 허용 + 200 응답
A2	**CDN/WAF AI 차단 없음** Cloudflare는 2025-07부터 신규 도메인에 AI 크롤러 기본 차단. 업체가 인지하지 못한 채 AI 검색에서 사라지는 주원인. `응답 헤더(server/cf-ray) + AI UA 요청 시 403/challenge 여부`	3	실측	직접 통제	자동	CDN 차단 없음 확인
A3	**서버 렌더링 본문** AI 크롤러는 JS를 실행하지 않거나 지연시킨다. 초기 HTML에 본문이 없으면 빈 페이지로 읽힌다. `JS 미실행 HTML의 텍스트 길이 / 렌더 후 텍스트 길이 비율`	3	실측	직접 통제	자동	80% 이상 (SSR/정적)
A4	**HTTPS·리다이렉트 정합** http/www 변형이 하나의 정본 URL로 301 수렴해야 엔티티가 분산되지 않는다. `http://, http://www, https:// 4변형 → 최종 URL 동일 여부`	2	실측	직접 통제	자동	전부 301로 정본 수렴
A5	**sitemap.xml 제공** 크롤러 발견 경로. robots.txt에 선언되어야 한다. `robots.txt Sitemap: 선언 + 200 + lastmod 존재`	3	실측	직접 통제	자동	선언·200·lastmod 최신
A6	**Bing 색인 (ChatGPT 검색 경로)** ChatGPT 검색은 Bing 인덱스에 상당 부분 의존. Bing Webmaster + IndexNow 등록 여부. `Bing Webmaster Tools 등록 확인 (오너 접근 필요) 또는 site: 검색 결과 수`	3	벤더	직접 통제	수동	색인 + IndexNow 연동
A7	**응답 속도·크롤 예산** TTFB가 느리거나 HTML이 비대하면 크롤러가 페이지를 덜 가져간다. `TTFB < 0.5s, HTML < 300KB`	1	추정	직접 통제	자동	TTFB < 0.5s, HTML < 300KB
B. 엔티티 식별·구조화 (20)						
B1	**JSON-LD 문법 유효성** 문법이 깨진 JSON-LD는 파서가 통째로 버린다. 있는데 무효인 것은 없는 것과 같다. `모든 ld+json 블록 JSON.parse 성공 여부`	3	실측	직접 통제	자동	전부 유효 + @graph 연결
B2	**업종 엔티티 스키마 (MedicalClinic / LegalService / LocalBusiness)** 엔티티 식별을 돕는 위생 조치. 인과 증거는 없으나 name·address·telephone·openingHours·전문분야(medicalSpecialty / areaServed)를 기계가 읽게 한다. `@type MedicalClinic|LegalService|LocalBusiness 존재 + 필수 속성 4개`	5	학술	직접 통제	자동	+ openingHours·전문분야·geo
B3	**전문가 스키마 (Physician / Attorney)** "누가 담당하나"는 병의원·로펌 질의의 핵심. 의사·변호사 이름과 자격·경력을 구조화하면 E-E-A-T 엔티티가 된다. `@type Physician|Attorney + name·전문분야·worksFor`	3	학술	직접 통제	자동	자격·소속·sameAs 포함
B4	**NAP 사이트 내 일관성** 같은 사이트 안에서 주소 표기가 다르면 외부 표면과 대조할 기준이 없다. 한 글자까지 동일해야 한다. `주소·전화 정규식 추출 → 고유 표기 수`	3	실측	직접 통제	자동	단일 표기

B5	**sameAs 연결** Organization.sameAs로 YouTube·Instagram·강남언니·GBP를 연결해야 AI가 흩어진 언급을 한 엔티티로 묶는다. `Organization.sameAs 배열 길이`	2	학술	직접 통제	자동	5개 이상 (SNS + 버티컬 + 지도)
B6	**canonical·중복 제거** 같은 내용이 여러 URL이면 인용 신호가 분산된다. `rel=canonical 존재 + self-referencing`	2	실측	직접 통제	자동	있음 + 파라미터 정리
B7	**다국어 hreflang** 외국인 환자 질의(영·중·일)는 별도 엔진 표면. 언어 버전이 있다면 hreflang으로 연결해야 한다. `link hreflang 태그 수`	2	벤더	직접 통제	자동	3개 이상 연결
C. 답변 인용 가능 콘텐츠 (25)						
C1	**정의문형 첫 문단** Google AI Mode의 query fan-out은 패시지 단위로 검색한다. "○○은 강남 신논현에 있는 가슴성형 전문 성형외과다"처럼 답을 먼저 써야 청크가 자기완결적이 된다. `메인·시술 페이지 첫 200자에 [상호+지역+전문분야] 정의문 존재`	4	학술	직접 통제	반자동	전 핵심 페이지 정의문
C2	**FAQ 섹션** 실제 질문 형태 그대로의 H2/H3 + 답변은 답변엔진이 가장 잘 가져가는 구조. FAQPage 스키마와 결합. `FAQ/Q&A 섹션 탐지 + FAQPage 스키마`	4	학술	직접 통제	자동	FAQ + FAQPage 스키마 + 시술별
C3	**제목 계층 의미성** H1은 페이지당 1개, 주제를 서술해야 한다. "VIEW SELFIE" 같은 라벨형 H1은 AI에게 아무 정보도 주지 않는다. `H1 개수 = 1, H1/H2 텍스트가 명사구 서술형인지, 중복 H2 비율`	3	실측	직접 통제	자동	H1 1개 서술형, H2 논리 계층
C4	**구체 수치 (가격·시간·회복)** 가격대·수술시간·회복기간·재수술률 같은 수치는 인용되는 콘텐츠의 공통 특징. (Princeton GEO 정합, 단 C-SEO Bench 반박 있음 → 효과 보장 아님) `시술 페이지에서 원/분/일/% 단위 수치 밀도`	4	학술	직접 통제	반자동	시술별 가격대·시간·회복 표기
C5	**표·비교 구조** AI가 인용하는 콘텐츠는 구조화·표 중심 (인블로그 조사). 보형물 비교표·시술 비교표가 대표 예. `<table> 또는 정의 리스트 존재 (이미지 표 제외)`	2	벤더	직접 통제	자동	HTML 표 다수
C6	**신선도 신호** dateModified·최종 수정일 명시. 1년 이상 갱신 없는 사이트는 "폐업했나?" 오정보 위험. `sitemap lastmod 최신값, article:modified_time, 본문 갱신일`	3	학술	직접 통제	자동	3개월 이내 + dateModified 표기
C7	**전문가 E-E-A-T (의료진 / 변호사)** 전문의 자격·경력·학회·수상, 변호사의 전관 경력·전문분야 등록이 텍스트로 존재해야 AI가 "믿을 만한 출처"로 판단할 근거가 생긴다. 이미지 안의 글자는 안 읽힌다. `전문가 페이지 텍스트에 자격·경력 명시 여부`	3	학술	직접 통제	반자동	+ 논문·학회·수상 + 전문가 스키마
C8	**패시지 자기완결성** 한 단락만 떼어내도 "누가·어디서·무엇을"이 들어 있어야 인용된다. 대명사·"저희"로 시작하는 단락은 맥락을 잃는다. `핵심 페이지 단락 샘플 10개 중 상호·시술명이 포함된 비율`	2	학술	직접 통제	수동	80% 이상
D. AI 인용 표면 확보 (20)						
D1	**업종 버티컬 프로필 (병의원: 강남언니 / 법률: 로톡)** 2026-08 실측: 병의원 질의는 강남언니(ai-input=yes 명시)·닥터나우가 AI 인용을 장악. 법률은 로톡·로앤굿 등 변호사 디렉터리가 같은 역할. 여기 없으면 AI에겐 없는 업체. `버티컬 프로필 존재·등록 항목 수·후기 수·최근 갱신 (병원 페이지 / 로펌·변호사 프로필)`	6	실측	직접 통제	수동	+ 전문가·가격 갱신 3개월 이내
D2	**Google 비즈니스 프로필** Gemini·Google AI Mode의 구조화 데이터 원천. 국내 성형외과 등록률이 낮아 선점 여지가 크다. `Google Maps 검색 → 소유권 확인·카테고리·사진·리뷰·NAP 일치`	4	실측	직접 통제	수동	소유·리뷰 응답·게시물 활성
D3	**오픈웹 언급 (티스토리·유튜브·언론)** Ahrefs 7.5만 브랜드: 웹 언급 상관 r=0.664 (백링크 0.218). 네이버 블로그·카페는 AI 차단이라 제외. `검색 그라운딩으로 상호 언급 도메인 집계 (naver.com 제외)`	4	학술	영향 가능	반자동	다수 오픈 도메인에서 일관된 언급
D4	**표면 간 NAP 완전 일치** 홈페이지·강남언니·GBP·플레이스의 주소·전화가 한 글자라도 다르면 답변엔진이 동일 업체로 묶지 못한다. `표면별 NAP 표를 만들어 대조`	3	실측	직접 통제	수동	완전 일치
D5	**네이버 플레이스 (AI 브리핑 전용)** 글로벌 AI에는 기여도 0. 단 네이버 AI 브리핑(검색의 20%→40%)은 별도 게임이며 플레이스↔홈페이지 연결이 중요. `플레이스 존재·홈페이지 링크·리뷰 수`	2	실측	직접 통제	반자동	연결·리뷰·소식 활성

D6	**위키데이터/위키백과 엔티티** LLM의 엔티티 앵커. 대형 병원만 해당하나 있으면 확정적. `Wikidata API 상호 검색`	1	추정	영향 가능	자동	항목 + 공식 사이트 연결
E. AI 가시성 측정 인프라 (10)						
E1	**AI 크롤러 로그 (IP 검증)** AI가 우리를 읽었는가(선행 지표). 크롤러 UA의 최대 81.8%가 위조 → IP 검증 히트만 인정. `Cloudflare AI Crawl Control 또는 서버로그 + bot_ip_verify.py`	3	실측	직접 통제	수동	IP 검증 히트 집계
E2	**GA4 AI 유입 채널** AI에서 사람이 왔는가(후행·매출 귀속). chatgpt.com·perplexity.ai 등 커스텀 채널그룹. 35~70%가 Direct로 유실되므로 하한값. `GA4 커스텀 채널그룹 존재 여부 (오너 접근 필요)`	3	실측	직접 통제	수동	커스텀 채널 (Perplexity 포함)
E3	**GSC AI Overviews 노출** Google AI 표면 노출 (2026-06~ Search Console UI 전용). `GSC 등록 + AI Overviews 필터 확인`	2	벤더	직접 통제	수동	월간 추적
E4	**기준선 스팟체크** 질의 10개 × 5~7회 반복 수동 측정 → 언급률+신뢰구간. 단발 조회는 무효(분산 10~34%). `04_baseline 진단 리포트 존재 여부`	2	학술	직접 통제	수동	분기 반복 측정
F. 기술 위생 (5)						
F1	**이미지 대체텍스트** 성형외과 사이트는 정보의 대부분이 이미지 안 글자. alt가 없으면 AI에게 그 정보는 없다. `alt 누락 이미지 비율`	2	실측	직접 통제	자동	5% 미만 누락
F2	**CMS 보안·최신성** 지원 종료 CMS는 해킹 시 스팸 페이지가 주입되어 AI가 엉뚱한 내용을 인용할 위험. `meta generator 버전 vs 최신 안정 버전`	1	추정	직접 통제	자동	최신
F3	**페이지 무게** HTML 크기가 크면 크롤 예산 소모·요약 품질 저하. `초기 HTML 바이트`	1	추정	직접 통제	자동	< 300KB
F4	**모바일 대응** 모바일 인앱 브라우저 유입(ChatGPT 앱)이 주 경로. `viewport meta + 반응형`	1	실측	직접 통제	자동	반응형 + CWV 양호

INFINITH

© 2026 INFINITH. All rights reserved. Infinite Marketing for Premium Medical Business & Marketing Agency

Privacy Policy Terms of Service