

NAVER PLACE STRUCTURE ANALYSIS

법무법인 ** 안산사무소, 광고를 더 쓰기 전에 먼저 "검색에서 발견되고 문의로 이어지는 구조" 부터 점검해야 합니다.

현재 귀사의 대표키워드(보이스피싱변호사, 이혼전문변호사, 형사전문변호사, 개인회생, 개인파산)를 진단하고, 귀사의 제품 및 서비스와 이에 맞는 잠재 고객을 정밀하게 분석하여 맞춤형 광고 설계를 진행합니다.

진단 대상

법무법인 ** 안산사무소

지역 및 업종

안산 · 법률사무소

진단 담당

대인C&C 광고기획본부

최종 분석일

2026. 09. 09.



우선 점검 포인트

대표키워드 중 일부는 검색 화면에서 존재감이 약해 실제 고객에게 노출되는 빈도가 현저히 떨어집니다.



현재 활용 가능한 기반

귀사의 잠재 고객을 분석하여 최적화된 키워드를 도출·설계할 수 있습니다.



추가 성장 기회

귀사에 최적화된 키워드를 설계하여 노출을 확대하고, 실제 매출로 이어질 수 있는 고객 도달을 극대화할 수 있습니다.

[안내 및 디스클레이머] 본 진단은 광고계정 내부 데이터가 아닌 네이버 검색 화면, 네이버 플레이스 URL, 검색광고 API 검색량, 홈페이지 URL 등 공개·외부 확인 가능 정보를 기준으로 한 1차 광고 구조 진단입니다. 검색 노출은 위치, 시간, 기기, 네이버 화면 구조에 따라 달라질 수 있습니다. 세부 광고비와 매체별 집행 금액은 정밀 제안서 단계에서 별도로 산정합니다. 분석으로 선정된 잠재 고객 분석 기준 키워드의 성별·연령 분포는 Ruvi 네이버 광고 키워드 API의 genderRatio·ageRatio 값을 백분율로 표시하며, 대표키워드는 검색량뿐 아니라 월 예산 안에서의 집중 운영 적합성까지 함께 고려합니다.

PLACE CONFIGURATION

종합 플레이스 최적화도



업체 소개글·플레이스 키워드·사진·제공 서비스·경쟁 리뷰 비교 점수와 기능별 운영 중/미등록 결과를 동일 비중으로 평균했습니다. 네이버주문은 음식점 업종에만 포함합니다.

강점 및 기회 요인

현재 확보된 기반

네이버 플레이스를 보유하고 있어 지역 검색 기반 광고 진단의 출발점은 마련되어 있습니다.

약점 및 개선 시급항목

우선 점검 대상

현재 대표키워드보다 검색량과 전환 의도가 더 큰 핵심 후보가 확인되어 대표키워드 재검토가 필요합니다.

대표키워드 설정 현황

보이스피싱변호사 · 이혼전문변호사 · 형사전문변호사 · 개인회생 · 개인파산

예산 집중 분석 키워드

입력 키워드 없이 자동 분석

안산형사전문변호사

넓은 검색수요는 놓치지 않되, 초기 예산은 “안산형사전문변호사”처럼 상담 목적이 더 구체적인 검색에 우선 집중합니다.

분석 근거: 현재 예산 기준 우선 운영 적합 · 검색 목적이 구체적이고 문의·상담 의도가 높음 · 플레이스 실제 대표키워드와 연결 · 플레이스 주소 지역과 일치 · 월 검색량 1,650회로 집중 운영에 필요한 수요 확인 · 플레이스 6위 관측 · “안산변호사”는 전체 수요 확인·확장 키워드로 별도 관리

월 검색량

1,650회

검색 고객 구성

여성 51.7% · 50대 이상
57.3% · 30대 17.1%

● 진단된 핵심 강점

- ✓ 네이버 플레이스를 보유하고 있어 지역 검색 기반 광고 진단의 출발점은 마련되어 있습니다.
- ✓ 플레이스 주소 기준으로 지역 확장 키워드 검토가 가능합니다.
- ✓ 플레이스 대표키워드 보이스피싱번호사, 이혼전문번호사, 형사전문번호사, 개인회생, 개인파산을 기준으로 검색광고 키워드 진단을 확장할 수 있습니다.
- ✓ 플레이스 쿠폰, 소식 운영 요소가 확인되어 전환 보완 요소로 활용할 수 있습니다.

● 시급 보완 권장사항

- ✓ 현재 대표키워드보다 검색량과 전환 의도가 더 큰 핵심 후보가 확인되어 대표키워드 재검토가 필요합니다.
- ✓ 일부 대표키워드는 검색량·전환 의도 기준에서 우선순위가 낮아 보입니다.
- ✓ 검색량과 전환 의도가 확인되는 전략 키워드가 소개글 문장 안에 충분히 녹아 있지 않습니다.
- ✓ 첫 문장에서 고객의 의심이나 문제를 붙잡는 후킹 문장이 약합니다.

네이버 플레이스 정보 노출 및 기능 구성 진단

플레이스 공개 화면과 API에서 확인된 구성 정보를 항목별로 대조합니다.



리뷰 수집 점수 산정 기준

자사 리뷰 88건을 경쟁 그룹 3개 업체의 중간값 25건 및 최고값 473건과 비교했습니다.

동일 업체가 여러 키워드 경쟁 그룹에 반복 노출된 경우 한 업체로 중복 제거하고, 가장 큰 리뷰 수를 사용합니다.

자사 리뷰

88건

경쟁 중간값

25건

경쟁 최고값

473건

업체설명 최적화 진단

종합 설명 최적화도

76점

업체설명 일부 보완 필요

현재 업체설명 1,946자를 기준으로 고객이 서비스를 이해하고 문의하기까지의 구조를 분석했습니다.

현재 첫 문장

비교할수록 결론은 법무법인대인입니다.

설명 분량

100점

고객이 서비스와 선택 근거를 이해하는 데 필요한 정보량

첫 문장 흡입력

55점

첫 문장에서 고객의 문제·관심·전문성을 전달하는 정도

서비스 설명력

87점

대표 서비스와 실제 상담·구매 상황을 구체적으로 설명하는 정도

전문성·신뢰 근거

100점

경력·자격·사례·이용 정보 등 고객 선택 근거의 충실도

검색 키워드 연결

38점

실제 검색 수요가 확인된 전략 키워드가 문장에 연결된 정도

문의 유도 구조

44점

전화·예약·상담 등 다음 행동을 분명하게 안내하는 정도

현재 설명의 강점

- 소개글 분량을 충분히 활용하고 있습니다.
- 주요 서비스와 업무 범위가 비교적 구체적으로 설명돼 있습니다.
- 전문성·신뢰 근거가 5개 유형으로 확인됩니다.

우선 보완 방향

- 첫 문장에서 고객의 문제와 선택 기준을 더 분명하게 제시하는 것이 좋습니다.
- 실제 검색 수요가 확인된 전략 키워드를 자연스러운 문장 안에 추가로 연결해야 합니다.
- 설명 마지막에 전화·예약·상담 등 다음 행동을 명확히 안내해야 합니다.

구체적인 업체설명 수정 문안은 정밀 제안 단계에서 제공하며, 본 제안서에는 현재 최적화 수준과 개선 방향만 표시합니다.

기능 운영 상태 판정 기준

네이버예약·네이버톡톡은 Place API의 명시 필드를 우선 사용하고, 네이버페이은 제공된 플레이스와 정확히 일치하는 네이버 공개 업체 구간을 보조 근거로 확인합니다. 네이버주문은 음식점 업종일 때만 진단 항목으로 표시합니다. 각 기능 결과는 운영 중 또는 미등록으로만 표시합니다.

지역 내 경쟁 그룹 비교 데이터

각 검색 키워드에서 함께 노출되는 주요 경쟁 업체의 순위·업종·리뷰 규모를 가로형 카드로 비교합니다.

노출 키워드 안산시이혼전문변호사

1위 안산변호사 법률사무소 현문 이혼 전문 변호사

전문,기술서비스 > 법률사무소

리뷰 25건

노출 키워드 안산이혼전문변호사

1위 안산변호사 법률사무소 현문 이혼 전문 변호사

전문,기술서비스 > 법률사무소

리뷰 25건

노출 키워드 안산시형사전문변호사

1위 법무법인 대륜 안산분사무소 기업형사민 사이혼전문변호사

전문,기술서비스 > 법률사무소

리뷰 473건

노출 키워드 안산형사전문변호사

1위 법무법인 대륜 안산분사무소 기업형사민 사이혼전문변호사

전문,기술서비스 > 법률사무소

리뷰 473건

노출 키워드 안산시개인파산

1위 안산개인회생파산지원센터

전문,기술서비스 > 법무사사무소

리뷰 12건

플레이스 대표키워드 진단 및 기회 분석

현재 대표키워드와 검색량을 분리해 진단하고, 사용 제외 단어와 실제 주소가 아닌 세부 지역 키워드는 후보에서 제거합니다.

실제 업체 주소를 기준으로 지역 적합성을 검증했습니다. "추천" 등 플레이스 대표키워드 사용 제외 단어와 실제 주소가 아닌 다른 구·동·상권 키워드는 검색량이 높아도 검토 후보에서 제외합니다.

검토 키워드 리스트의 범위

검토 키워드 리스트는 분석 대표키워드와 중복되지 않는 신규 지역·업종 확장 후보만 표시합니다.

별도 분석 영역에서 다루는 항목: 예산 집중 분석 키워드 "안산형사전문변호사"

검토 키워드	PC	모바일	총 검색량	경쟁도	검토 사유
안산변호사	820	5,300	6,120	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산교통사고변호사	50	950	1,000	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산개인회생변호사	20	820	840	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산형사변호사	140	490	630	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산성범죄변호사	130	220	350	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산이혼변호사	140	120	260	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.

검토 키워드	PC	모바일	총 검색량	경쟁도	검토 사유
안산법무법인	50	90	140	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산법률상담	50	90	140	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산강제추행변호사	110	30	140	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산변호사상담	20	110	130	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산상속포기	0	120	120	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.
안산이혼상담	70	40	110	높음	실제 업체 주소의 시·군 지역 범위와 일치하며, 업종·서비스 관련성이 있는 확장 후보입니다.

전략 키워드별 네이버 플레이스 실시간 순위 진단

등록 대표키워드 여부와 관계없이 입력 키워드와 업종·서비스·주소·검색수요를 바탕으로 선정한 전략 키워드의 현재 노출 위치를 확인합니다.

전략 후보 키워드 검색량 22,780회

안산시이혼전문변호사

전략 기준: 이혼전문변호사

7위

리뷰 정보 44건 확인
/api/place/search

전략 후보 키워드 검색량 14,130회

안산시형사전문변호사

전략 기준: 형사전문변호사

8위

리뷰 정보 44건 확인
/api/place/search

확장 전략 키워드 검색량 6,120회

안산변호사

3위 ▼1

리뷰 정보 44건 확인
/api/place/latest · 전략 키워드 순위

전략 후보 키워드 검색량 5,500회

안산개인회생

1위

리뷰 정보 44건 확인
/api/place/latest

추가 관측 대상 키워드

전략 후보 키워드 안산개인파산 월간 3,160회	2위	핵심 전략 키워드 안산형사전문변호사 월간 1,650회	6위
전략 후보 키워드 안산이혼전문변호사 월간 990회	7위	전략 후보 키워드 안산시개인회생 월간 130회	1위
전략 후보 키워드 안산보이스피싱변호사 월간 110회	1위	전략 후보 키워드 안산시보이스피싱변호사 월간 검색량 미집계	1위
전략 후보 키워드			

안산시개인파산

월간 검색량 미집계

2위

검색 순위는 위치, 기기, 시간, 네이버 업데이트 주기에 따라 달라질 수 있습니다.

예산 집중 분석 키워드

조회 완료 입력 키워드 없이 자동 분석

월 검색량

1,650회

예산 적합도

우선 운영 적합

안산형사전문변호사

넓은 검색수요는 놓치지 않되, 초기 예산은 “안산형사전문변호사”처럼 상담 목적이 더 구체적인 검색에 우선 집중합니다.

현재 관측 순위

6위

왜 검색량 1위가 아니라 이 키워드인가?

넓은 검색수요는 놓치지 않되, 초기 예산은 “안산형사전문변호사”처럼 상담 목적이 더 구체적인 검색에 우선 집중합니다.

“안산변호사”는 월 6,120회 규모의 전체 수요를 보여주는 확장 키워드입니다. 반면 “안산형사전문변호사”는 월 1,650회 규모로 검색 의도가 더 구체적이어서, 입력한 월 예산 범위에서 불특정 수요로 예산이 넓게 분산되는 부담을 줄이고 상담 가능성이 높은 고객에게 먼저 도달하기 위한 예산 집중 분석 키워드로 선정했습니다.

전체 수요·확장 키워드

안산변호사

월 6,120회 · 경쟁강도 높음

검색 범위가 넓어 전체 수요를 확인하고 향후 확장할 때 활용합니다.

예산 집중 분석 키워드

안산형사전문변호사

월 1,650회 · 우선 운영 적합

검색 목적이 더 구체적인 수요에 예산을 우선 집중해 상담 연결 가능성을 높이는 방향입니다.

선정 기준

등록 대표키워드·업종·서비스·실제 주소·검색량·경쟁강도·문의 의도·현재 순위와 월 예산 적합도를 자동 분석해 예산 집중 분석 키워드를 선정합니다.

실제 클릭단가와 광고비는 광고계정, 입찰 경쟁, 품질지수, 노출 시점에 따라 달라집니다. 본 진단은 실제 CPC를 단정하지 않고 검색량·경쟁강도·키워드 구체성을 기준으로 상대적인 예산 효율을 판단합니다.

AUTOMATIC KEYWORD ANALYSIS

입력 키워드 없이도 플레이스 기반으로 자동 분석했습니다

플레이스 실제 대표키워드, 업종·서비스, 주소, 검색량, 경쟁강도와 현재 노출을 기준으로 후보를 구성했습니다. 별도 키워드를 입력하지 않아도 동일한 분석 기준 키워드 선정 흐름이 유지됩니다.

예산 집중 분석 키워드
안산형사전문변호사

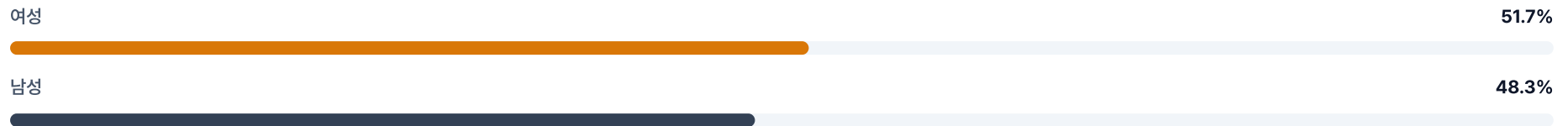
월 검색량 1,650회

안산형사전문변호사

안산형사전문변호사: 50대 이상 57.3%로 가장 높음 · 여성 51.7%로 가장 높음

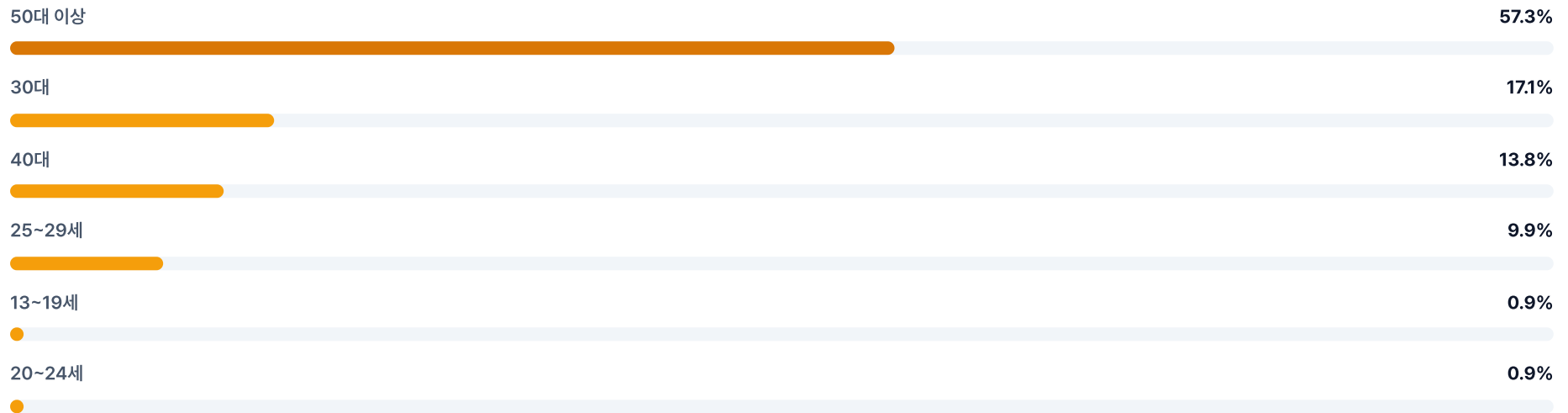
성별 검색 비중

percent 기준



연령별 검색 비중

percent 기준



CUSTOMER INSIGHT

검색 고객 구성과 광고 전략 시사점

예산 집중 분석 키워드의 성별·연령 분포를 확인하고, 고객이 비교 과정에서 필요로 할 정보를 정리했습니다.

검색 고객 구성 해석

50대 이상 57.3% 중심 · 30대 17.1%도 주요 검색층 · 여성 51.7%로 검색 비중 우세

- 50대 이상 검색 비중이 57.3%로 가장 높아, 해당 연령층이 쉽게 이해할 수 있는 정보 구조와 신뢰 근거를 우선 검토할 필요가 있습니다.
- 여성 검색 비중이 51.7%로 상대적으로 높습니다. 다만 성별 분포는 특정 고객을 배제하는 기준이 아니라 전체 검색 수요의 구성 참고값입니다.
- 30대도 17.1%로 의미 있는 비중을 보여, 한 연령대에만 치우치지 않는 정보 구성이 적합합니다.

광고-플레이스 전략 시사점

안산형사전문변호사 검색 고객에게 우선 안내할 정보

초기 대응의 중요성

전문성과 상담 신뢰

절차·비용의 명확성

빠른 상담 연결

검색 고객이 비교 과정에서 궁금해할 가능성이 높은 정보를 플레이스와 광고 문구에서 명확하게 안내하는 방향을 검토합니다.

단계적 확장 방향

많이 노출되는 광고보다, 예산이 상담 가능성이 높은 검색에 먼저 닿도록

초기에는 “안산형사전문변호사”를 중심으로 운영하고, 실제 클릭·문의 데이터가 축적되거나 예산이 확대되면 “안산변호사”를 확장 키워드로 단계적으로 검토합니다.

데이터 해석 안내

성별·연령 백분율은 집계된 검색 행동 참고값입니다. 특정 성별·연령을 배제하거나 실제 의뢰인 구성을 단정하는 기준으로 사용하지 않습니다.

데이터 활용 원칙

성별·연령 값은 Ruvi 네이버 광고 키워드 API의 genderRatio·ageRatio 값을 백분율로 사용하며 요일 데이터는 사용하지 않습니다. 실제 클릭단가와 광고비는 광고계정·입찰 경쟁·품질지수·노출 시점에 따라 달라지므로, 대표키워드의 예산 적합성은 검색량·경쟁강도·키워드 구체성을 기준으로 상대적으로 판단합니다.

매체 운영 포트폴리오 방안

세부 금액보다 매체별 역할과 운영 강도를 우선 제안합니다.

1순위 네이버 플레이스 광고

플레이스는 보유하고 있으나 대표키워드 노출 보완이 필요합니다. 지역 기반 문의나 예약 목적에 적합합니다. 검색량이 있는 키워드에서 플레이스 보완 노출이 필요합니다.

역할: 대표키워드에서 플레이스 발견 가능성을 보완하는 노출 매체



2순위 네이버 파워링크

상담·문의 의도가 강한 검색 고객을 확보하기 좋습니다. 대표키워드 검색량이 있어 검색광고 테스트 가치가 있습니다.

역할: 검색 의도가 강한 고객을 상담으로 연결하는 검색광고



3순위 블로그/파워컨텐츠

비교·검토가 필요한 업종은 사례와 설명 콘텐츠가 신뢰를 보완합니다. 대표키워드 노출이 약한 경우 콘텐츠 보완으로 검색 접점을 늘릴 수 있습니다.

역할: 사례와 설명 콘텐츠로 비교 고객을 설득하는 보조 채널



보조·확장 검토 매체

카카오 상담/채널

보조 운영

문의 후 재상담과 안내가 필요한 업종에 적합합니다.

예산 운영 방침

본 1차 제안서에서는 세부 금액 배분을 노출하지 않고, 매체별 운영 우선순위와 방향을 먼저 제안합니다.

현존 위험 분석과 대인C&C 솔루션

검색량·순위·대표키워드·플레이스·경쟁 환경을 교차 분석해 현재 업체에 영향이 큰 3개 위험을 선정했습니다.

심각성: 높음

위험 분석 1

분석 기준: 자사·상위 경쟁 플레이스 리뷰 및 연결 기능

상위 경쟁 플레이스와 고객 신뢰 신호의 격차가 확인됩니다.

식별 증거: 귀사의 플레이스 리뷰는 44건이며, 비교된 상위 경쟁 후보는 법무법인 대륜 안산분사무소 기업형사민사이혼전문변호사 473건, 법무법인 YK 안산 분사무소 형사이혼전문변호사 245건, 알찬법무사사무소 177건으로 확인됩니다.

예상 위험: 고객이 여러 업체를 동시에 비교하는 상황에서 리뷰·예약·홈페이지·콘텐츠 신호의 격차가 크면 전문성과 상담 안정성을 확인하기 전에 경쟁 업체를 선택할 수 있습니다.

대인C&C 해결 방향

실제 이용 경험을 기반으로 한 리뷰 확보, 전문 서비스 설명, 사진·소식 콘텐츠, 예약·상담 연결 정보를 고객의 비교 순서에 맞춰 보강합니다.

심각성: 중간

위험 분석 2

분석 기준: 월 검색량·실시간 플레이스 순위

검색 수요가 확인된 키워드에서 현재 노출 위치가 충분하지 않습니다.

식별 증거: “안산시형사전문변호사” 월 14,130회·현재 8위로 확인됩니다.

예상 위험: 검색 수요가 이미 존재하는 키워드에서 노출 위치가 낮으면 고객이 귀사의 정보를 확인하기 전에 상위 경쟁 업체를 먼저 비교하고 이탈할 가능성이 커집니다.

대인C&C 해결 방향

월 검색량과 현재 순위를 함께 비교해 “안산시형사전문변호사”부터 플레이스 정보·콘텐츠·광고 보완 우선순위를 설정하고, 노출 개선 여부를 주기적으로 측정합니다.

분석 기준: 업체설명 분량·첫 문장·서비스·신뢰 근거·키워드·문의 유도

플레이스 업체설명의 강점을 유지하면서 검색 고객의 문의 행동까지 더 분명하게 연결해야 합니다.

식별 증거: 업체설명은 1,946자·종합 76점입니다. 주요 보완 영역은 검색 키워드 연결 38점, 문의 유도 구조 44점, 첫 문장 흡입력 55점입니다. 전략 키워드는 3개가 반영되고 5개가 추가 연결 대상으로 진단됐습니다.

예상 위험: 설명 분량이나 전문성 근거가 충분해도, 고객의 검색 목적과 대표 서비스, 문의 방법이 한 흐름으로 연결되지 않으면 고객이 강점을 이해한 뒤에도 다음 행동으로 이동하지 않을 수 있습니다.

대인C&C 해결 방향

현재 업체설명의 경력·전문성·업무 범위는 유지하고, 첫 문장 → 고객 문제 → 대표 서비스 → 신뢰 근거 → 전화·예약·상담 안내 순서로 재구성해 검색 유입을 문의로 연결합니다.

광고 성과를 만드는 익명 운영 사례 레퍼런스

아래 레퍼런스는 고객사명이나 성과 수치를 노출하지 않고, 실제 광고 운영에서 자주 확인되는 문제와 개선 흐름을 사례형으로 정리한 섹션입니다.

익명 운영 사례 B

전문상담 업종

전문상담 업종 상담 전환 구조 개선 사례형 레퍼런스

상황: 고객이 검색 후 바로 문의하기보다 전문성, 상담 가능 분야, 비용, 절차를 비교하는 업종

AS-IS

검색 노출은 일부 있었지만 고객이 신뢰 요소와 상담 가능 분야를 한 번에 확인하기 어려운 구조

TO-BE

단순 방문보다 비교 후 상담으로 이어질 수 있는 전환 중심 구조로 개선

실행 흐름: 검색광고는 긴급 상담 키워드 중심, 플레이스는 신뢰 확인, 콘텐츠는 비교 설득 역할로 분리

전문 업종 광고는 노출보다 “신뢰하고 문의할 이유”를 만드는 것이 중요합니다.

네이버 플레이스 전환 요소 개선 사례형 레퍼런스

상황: 고객이 검색 후 플레이스를 방문하지만, 문의 버튼을 누를 이유가 충분히 정리되지 않은 상태

AS-IS

소개글, 사진, 서비스 항목, 소식·쿠폰·이벤트, 문의 버튼이 따로 존재해 전환 흐름이 약한 구조

TO-BE

검색 유입이 단순 조회로 끝나지 않고 전화·예약·상담 같은 다음 행동으로 이어질 가능성을 높이는 구조

실행 흐름: 대표키워드, 서비스 설명, 사진, 소식/혜택, 전화·예약·상담 버튼을 고객 행동 순서에 맞춰 재정리

플레이스는 광고의 도착지가 아니라 문의가 시작되는 전환 지점입니다.

검색광고와 콘텐츠 역할 분리 사례형 레퍼런스

상황: 파워링크, 플레이스, 블로그/콘텐츠를 동시에 검토해야 하지만 각 매체의 역할이 불분명한 상태

AS-IS

여러 매체를 쓰더라도 같은 메시지만 반복되어 광고비가 분산되고 고객 설득 흐름이 약한 구조

TO-BE

고객의 검색 단계에 따라 매체별 역할이 명확해지고, 상담 전환을 보완하는 흐름으로 개선

실행 흐름: 검색광고는 즉시 문의, 플레이스는 신뢰 확인, 콘텐츠는 비교 설득 역할로 분리

매체를 많이 쓰는 것보다 매체별 역할을 정확히 나누는 것이 먼저입니다.