사장님의 가능성에 플러스!
ceo-plus+

PART 1

온라인 노출

보여야 찾아와요.
네이버 플레이스에서 눈에 띄는 법

01

플레이스 순위, 딱 세 가지만 기억하세요

1 적합도

검색어랑 우리 사업장 정보가 잘 맞나요?

카테고리, 대표키워드, 소개글, 메뉴명이 여기에 들어가요.

2 인기도

손님들이 실제로 반응하나요?

리뷰, 저장, 클릭, 길찾기, 전화, 예약이 쌓일수록 올라가요.

3 최신성

정보가 살아 있나요?

최근 리뷰, 새소식, 정보 업데이트가 꾸준해야 해요.

한 줄 정리 **정보를 꼼꼼히 채우는 건 "출전 자격", 순위를 올리는 건 손님들의 반응이에요**

PART 1 · 온라인 노출

정보만 채워선 안 떠요. 플레이스도 "들어오는 손님"이 필요해요

인기도는 손님의 반응으로 쌓이고, 반응은 손님이 플레이스에 들어와야 시작돼요.

새로 연 사업장의 현실

- 리뷰 0, 저장 0, 클릭 0
- 정보를 잘 채워도 인기도는 제자리
- 근처 경쟁 사업장과의 비교 대상에도 못 올라가요
- 안 보이니까 손님이 안 오고, 안 오니까 계속 안 보여요

트래픽이 하는 일

- 플레이스를 찾아 들어오는 손님을 만들어요
- 저장, 길찾기, 전화 같은 첫 반응이 생겨요
- 인기도에 "살아 있는 사업장"이라는 신호가 켜져요
- 순위가 오르면 자연 유입이 따라붙어요

현장 팁 트래픽도 리뷰처럼 속도가 중요해요. 하루에 확 몰리기보다 매일 조금씩 꾸준히 늘어나는 흐름이 가장 오래가요.

PART 1 · 온라인 노출

기본 정보, 이 8가지부터 채워 주세요

네이버는 정확하고, 최신이고, 손님과 소통하는 사업장을 "믿을 만한 사업장"으로 봐요.

1 영업시간·휴무일

명절이나 임시 휴무는 생기는 즉시 바꿔 주세요

2 위치·연락처

층·호수, 주차, 오는 길까지 적어 두면 좋아요

3 대표 사진

외관·내부·대표 메뉴로 5장 이상, 계절마다 교체

4 매장 소개

어떤 손님에게 어떤 경험을 주는지 구체적으로

5 메뉴·가격

가격이 없으면 손님이 가장 먼저 떠나요

6 편의시설

주차, 반려동물, 단체석, 포장, 키즈존 여부

7 리뷰 답변

아쉬운 리뷰에도 내용을 짚어 성의 있게

+ 새소식·예약

스마트콜까지, 네이버 기능은 다 쓰는 게 이득

PART 1 · 온라인 노출

뭐가 순위에 제일 크게 작용할까요?

현장에서 느끼는 영향력을 점 세 개로 표시했어요. (공식 수치는 아니에요)

카테고리	● ● ●	주력 업종을 1순위로. 잘못 잡으면 검색에 아예 안 떠요
방문자 리뷰 (영수증·예약)	● ● ●	총 개수보다 최근 한 달 동안 꾸준히 늘고 있는지가 중요해요
저장 수	● ● ●	"또 오고 싶다"는 신호예요. 매장 QR로 저장을 부탁해 보세요
대표키워드	● ● ○	검색어와 사업장을 이어 주는 역할. 혼자서 순위를 올리진 못해요
소개글·찾아오는 길	● ● ○	키워드가 문장 속에 자연스럽게 들어가 있으면 도움이 돼요
블로그 리뷰	● ● ○	방문자 리뷰보단 약하지만 검색 유입과 신뢰도에 좋아요
유입·클릭·길찾기·전화	● ● ●	손님이 들어와 움직인 흔적. 트래픽이 가장 먼저 채워 주는 부분이에요
새소식·쿠폰	● ○ ○	정보가 살아 있다는 신호. 일주일에 한 번은 올려 주세요
사진 수·품질	● ○ ○	순위보다는 "눌러 보고 싶게" 만드는 힘이 더 커요

대표키워드 5개, 이렇게 나눠 담으세요

검색량 큰 단어 5개를 몰아넣기보다, 역할을 나눠 조합하는 게 훨씬 잘 먹혀요.

1 지역 + 업종	2 대표 메뉴	3 상황·목적	4 특징	5 세부 지역
의정부 고깃집	숙성삼겹살	회식장소 데이트코스	주차가능 단체석	민락동 맛집

한 줄 정리 대표키워드에 넣은 단어가 소개글·메뉴명·새소식·리뷰에도 나올 때 효과가 제일 좋아요

현장 팁 대표키워드에만 있고 다른 곳엔 한 번도 안 나오는 단어는 힘이 약해요.

소개글은 손님이 검색하는 말로 써 주세요

이렇게 써 보세요

- 첫 두세 줄에 지역, 업종, 대표 메뉴를 문장으로
- 예) "의정부 민락동에서 48시간 숙성한 삼겹살을 굽는 고깃집이에요."
- 핵심 키워드는 글 전체에 두세 번이면 충분해요
- 찾아오는 길에도 역 이름, 랜드마크를 적어 두세요

이건 피해 주세요

- 키워드를 쉼표로 줄줄이 나열한 소개글
- 업체명에 키워드 붙이기 (예: "○○식당 의정부맛집 삼겹살")
- 간판이나 사업자 정보와 다른 이름 쓰기
- 수정 요청을 받거나 노출이 제한될 수 있어요

현장 팁 지점명(○○역점)처럼 실제로 쓰는 이름만 붙이면 안전해요.

PART 1 · 온라인 노출

리뷰는 "몇 개"보다 "어떻게 쌓이느냐"예요

1 꾸준하게

한꺼번에 몰린 리뷰보다 매주 조금씩 쌓이는 리뷰가 더 좋은 신호예요.

2 사진과 자세한 후기

사진이 있고 내용이 자세한 리뷰가 새 손님의 마음을 움직여요.

3 키워드 리뷰 설계

"음식이 맛있어요" 같은 상위 항목이 곧 우리 기업 이미지예요. 강조하고 싶은 강점이 위로 오도록 서비스를 설계해 보세요.

주의 저장·클릭·리뷰가 짧은 기간에 갑자기 몰리면 걸러지면서 오히려 순위가 떨어질 수 있어요. 늘어나는 속도는 자연스럽게 가져가세요.