



SANGSAENG MARKETING

변호사 광고 전문

가상 맞춤 전략 보고서 예시

# 변호사 광고 전략 보고서

신규 개업·첫 광고·재설계를 위한

네이버·Google·AI 검색 90 일 실행 설계

|       |                                       |
|-------|---------------------------------------|
| 전략 대상 | 가상 사례 B · 서울 서남권 신규 개업 준비 1 인 변호사 사무실 |
| 주력 분야 | 개인회생·파산   보조 분야: 임대차·일반 민사            |
| 현재 조건 | 광고 운영 경험 없음 · 홈페이지·플레이스·콘텐츠 미완성       |
| 전략 기간 | 첫 90 일   확인 기준일: 2026 년 8 월 3 일       |

## 실행 구조를 설명하기 위한 가상 전략입니다

사무실·조건·예산·일정과 모든 수치는 임의로 설정했습니다. 실제 전략은 주력 분야, 지역, 보유 채널, 자료, 예산과 집행 시점의 최신 정책을 확인한 뒤 달라집니다. 검색 노출·조회수·상담 문의를 보장하지 않습니다.



## STRATEGY SUMMARY

## 첫 90 일에 만들어야 할 광고 기반

모든 채널을 동시에 시작하지 않고 발견·신뢰·이동·측정을 순서대로 완성합니다.

## 가상 사례 B의 출발조건

| 항목     | 가상 설정                                  |
|--------|----------------------------------------|
| 운영 단계  | 서울 서남권 신규 개업 준비                        |
| 광고 경험  | 별도 광고 운영 경험 없음                         |
| 초기 자산  | 홈페이지·플레이스·콘텐츠 체계 미완성                   |
| 초기 매체비 | 월 0 원 또는 20 만~30 만 원 수준부터 검토하는 가상 조건   |
| 우선 목표  | 검색 발견 가능성, 정보 신뢰도, 상담 문의 경로와 기준 데이터 확보 |

## 90 일 전략의 네 가지 목표

| 목표       | 90 일 내 상태                                   | 확인 지표                |
|----------|---------------------------------------------|----------------------|
| 발견       | 네이버·Google에서 사무실과 주력 분야 페이지가 수집·색인될 수 있는 상태 | 색인 페이지·검색 노출수·노출 검색어 |
| 선택       | 검색자가 주력 분야와 확인할 정보를 빠르게 이해                  | 조회수·검색 클릭·주요 페이지 이동  |
| 상담 문의 연결 | 홈페이지·플레이스·영상·콘텐츠에서 정상적인 신청 경로 완성            | 전화·이메일·신청 화면 진입·완료   |
| 개선       | 어떤 질문과 채널이 적합한 상담 문의로 이어졌는지 기록              | 상담 문의 수·적합도·최초 유입경로  |

## 다섯 가지 전략 결정

- 첫 90 일 주력 분야는 개인회생·파산으로 좁힙니다.
- 홈페이지·네이버 스마트플레이스·Google Business Profile을 기준정보 축으로 둡니다.
- 질문 콘텐츠는 검색 단계별 6개 질문군에서 시작합니다.
- 유료광고는 측정과 랜딩페이지가 준비된 뒤 한 플랫폼에서 소액 검증합니다.
- 노출수·조회수와 함께 다음 콘텐츠 이동, 신청 완료, 적합한 상담 문의를 봅니다.

## 전략의 중심

채널 수나 게시물 편수를 먼저 약속하지 않습니다. 주력 분야와 질문, 기준 원문, 상담 문의 경로, 측정 체계를 먼저 정한 뒤 실제 반응에 따라 확대합니다.

## GOAL & INQUIRY DEFINITION

# '적합한 상담 문의'를 운영 기준으로 정의합니다

사건 결과나 계약 가능성을 예측하는 기준이 아니라 광고가 주력 분야에 맞는 질문을 전달하는지 확인하는 기준입니다.

## 가상 전략에서 사용하는 기준

| 기준    | 운영 정의                        |
|-------|------------------------------|
| 분야    | 사무실이 실제로 제공하는 주력 분야와 관련되어 있음 |
| 지역·절차 | 사무실이 대응할 수 있는 지역과 절차 범위에 들어옴 |
| 질문    | 현재 상황과 확인하려는 사항을 최소한으로 설명함   |
| 경로    | 전화·이메일·신청 화면 등 정상적인 경로로 연락함  |
| 응대    | 사무실이 다음 확인 절차를 안내할 수 있음      |

## 상담 문의 신청 화면의 최소 설계

| 구분         | 항목                                             |
|------------|------------------------------------------------|
| 필수         | 성명 또는 호칭, 연락 가능한 수단, 문의 분야, 간단한 문의 내용, 개인정보 동의 |
| 선택         | 현재 절차 단계, 희망 연락 시간, 알게 된 경로                    |
| 최초 단계에서 지양 | 주민등록번호, 신분증, 상세 금융·의료·형사 기록, 보안이 확보되지 않은 문서 원본 |
| 완료 화면      | 접수 사실, 확인 절차, 예상 회신 방식, 민감자료 별도 안내             |

## 측정 순서

| 노출          | 선택    | 이동          | 의도           | 완료       | 적합도         |
|-------------|-------|-------------|--------------|----------|-------------|
| 검색·광고·영상 피드 | 조회·클릭 | 관련 콘텐츠 홈페이지 | 전화·이메일·신청 진입 | 상담 문의 접수 | 주력 분야·지역 일치 |

## 운영 체크

- 상담 문의의 최초 유입 채널과 콘텐츠명을 기록합니다.
- 광고 분석도구에 사건 내용이나 불필요한 민감정보를 전송하지 않습니다.
- 전화·폼 제출과 실제로 확인된 상담 문의를 서로 다른 지표로 관리합니다.
- 처음 30 일은 결과 증가율보다 정확한 기준값과 기록률을 먼저 만듭니다.

## FIELD, REGION & QUESTIONS

# 키워드와 함께 주력 분야와 질문을 정합니다

큰 키워드를 반복하기보다 검색자가 절차를 알아가는 순서대로 질문군을 설계합니다.

## 질문 설계의 세 축

주력 분야 × 서비스 가능 지역 × 검색 단계

가상 사례 B는 첫 90일에 개인회생·파산을 중심으로 질문을 쌓고, 반응이 확인된 이후 보조 분야를 별도 구조로 확장합니다.

## 우선 질문군 6개

| 검색 단계 | 대표 질문                                   | 다음 이동    |
|-------|-----------------------------------------|----------|
| 제도 탐색 | 일정한 소득이 있다면 개인회생과 개인파산 중 무엇을 먼저 확인해야 할까 | 소득·재산 질문 |
| 조건 확인 | 소득이 불규칙한 경우 무엇을 확인해야 할까                 | 준비자료 안내  |
| 재산 확인 | 임차보증금·자동차·보험은 어떻게 검토할까                  | 관련 원문    |
| 위험 확인 | 최근 발생한 채무는 어떤 자료를 확인해야 할까               | 상담 문의    |
| 절차 이해 | 신청 전 어떤 서류부터 준비해야 할까                    | 상세 원문    |
| 지역 탐색 | 서울 서남권에서 관련 상담 문의 전 무엇을 확인해야 할까         | 플레이스·신청  |

## 첫 90일 질문 우선순위 기준

| 평가 기준     | 배점 | 판단 질문                      |
|-----------|----|----------------------------|
| 주력 분야 적합도 | 30 | 지속적으로 설명하고 운영할 분야인가        |
| 검색 수요 가능성 | 25 | 검색자가 반복적으로 묻는 질문인가         |
| 상담 문의 의도  | 20 | 단순 호기심보다 다음 행동에 가까운가       |
| 차별화 가능성   | 15 | 기존 콘텐츠보다 더 명확히 설명할 수 있는가   |
| 확인자료 확보   | 10 | 법원·공공기관 등 직접 자료를 확인할 수 있는가 |

※ 콘텐츠 구조 · 키워드와 자연스러운 질문 → 먼저 읽을 결론 → 조건·예외 → 확인자료·공식 출처 → 관련 질문 → 상담 문의 또는 상세 페이지. 위 배점은 가상 전략 기준이며 검색 알고리즘 점수가 아닙니다.

## CHANNEL ARCHITECTURE

# 각 광고 채널은 서로 다른 일을 맡습니다

검색광고·홈페이지·플레이스·콘텐츠·영상은 서로 대체하지 않고 하나의 상담 문의 경로를 만듭니다.

## 채널별 역할과 순서

| 채널                        | 주요 역할                         | 순서 | 상담 문의 연결    |
|---------------------------|-------------------------------|----|-------------|
| 홈페이지                      | 사무실 정보·주력 분야·질문 원문·신청 화면의 기준점 | 1  | 전화·이메일·신청   |
| 네이버 스마트플레이스               | 위치·운영시간·전화·방문 정보 확인           | 1  | 전화·길찾기·홈페이지 |
| Google Business Profile   | Google 검색·지도에서 사무실 기본정보 확인    | 1  | 전화·지도·홈페이지  |
| 네이버·Google 검색광고           | 고의도 검색의 빠른 노출·검색어 검증          | 2  | 분야별 랜딩페이지   |
| 블로그·홈페이지 FAQ              | 질문을 결론·조건·자료와 함께 설명           | 2  | 관련 원문·신청    |
| 지식 iN·카페                  | 실제 질문·커뮤니티 맥락에 맞는 정보 제공       | 3  | 허용 범위 내 연결  |
| YouTube Shorts·Naver Clip | 핵심 질문을 짧게 설명하고 상세 원문으로 이동     | 3  | 설명·프로필 링크   |

## 전체 운영 경로

| 단계 | 채널과 역할                                          |
|----|-------------------------------------------------|
| 발견 | 일반 검색·AI 답변 참조 링크·검색광고·블로그·지식 iN·카페·Shorts-Clip |
| 확인 | 홈페이지·분야별 원문·FAQ·스마트플레이스·Google Business Profile |
| 행동 | 전화·이메일·상담 문의 신청 화면                              |
| 관리 | 신규 → 확인 중 → 회신 완료 → 종료 + 유입 채널·콘텐츠·문의 분야·적합도    |

## 운영 원칙

- 같은 원고를 모든 채널에 그대로 복사하지 않습니다.
- 홈페이지에 기준 원문을 두고 블로그·영상·커뮤니티는 이용 방식에 맞게 재구성합니다.
- 지식 iN·카페에서는 위장 후기나 광고성 도배를 사용하지 않습니다.
- AI 답변의 출처 반영과 AI 지면 유료광고를 서로 다른 경로로 보고합니다.
- 모든 채널의 사무실명·주소·전화·운영시간·홈페이지 정보를 일치시킵니다.

## 네이버: 검색 기반을 만들고 질문 콘텐츠를 연결합니다

사이트·플레이스·블로그·검색광고·AI 검색의 역할을 한 계정이나 지표로 섞지 않습니다.

### 실행 순서

| 순서 | 영역            | 실행 내용                                 |
|----|---------------|---------------------------------------|
| 1  | 서치어드바이저       | 사이트 등록·소유확인, 사이트맵, 수집·색인 상태           |
| 2  | 홈페이지          | 페이지별 제목·설명, 주력 분야 원문, 내부 링크, 상담 문의 화면 |
| 3  | 스마트플레이스       | 사무실 정보·카테고리·전화·운영시간·홈페이지 일치           |
| 4  | 블로그           | 한 게시물에 한 질문, 결론·조건·자료·출처·관련 원문        |
| 5  | 지식 iN·카페      | 실제 질문과 커뮤니티 규칙에 맞춘 정보 제공              |
| 6  | 검색광고          | 측정 가능한 랜딩페이지를 기준으로 한 분야·한 캠페인 소액 검증   |
| 7  | AI 검색·ADVoost | 자연 검색 출처와 AI 지면 광고를 분리해 관찰            |

### 네이버 AI 검색 운영 기준

| 구분          | 전략 기준                                                        |
|-------------|--------------------------------------------------------------|
| AI 브리핑·AI 탭 | 질문 의도에 따라 답변·출처·관련 질문이 표시될 수 있으나 모든 검색에 항상 표시되지는 않음          |
| 콘텐츠 준비      | 주제 일관성, 명확한 답변, 확인자료, 직접 출처, 작성·수정일, 관련 원문 연결                |
| 유료 경로       | ADVoost Max·AI 브리핑 광고 실적은 자연 검색 출처 반영과 별도 관리                 |
| 측정          | Search Advisor 웹검색 데이터, 블로그·플레이스·광고 데이터를 각각 확인한 뒤 상담 문의에서 통합 |

### 공개 전 확인

- 파워링크 광고와 랜딩페이지의 사무실 정보 및 표현을 일치시킵니다.
- AI가 자동 생성하는 광고 요약·문구는 실제 노출 화면과 원소재를 보존해 확인합니다.
- 스마트플레이스의 특정 키워드·순위를 보장하는 표현을 사용하지 않습니다.
- 검색 노출, 블로그 조회, 플레이스 행동, 광고 클릭을 같은 숫자로 합치지 않습니다.

※ 네이버의 사이트 등록, 정보 정비와 콘텐츠 발행은 노출 가능성을 높이는 기반 작업이며 특정 순위나 AI 출처 반영을 보장하지 않습니다.

## GOOGLE & YOUTUBE STRATEGY

# Google·지도·YouTube 를 별도 지표로 연결합니다

Google Search Console, Business Profile, Google Ads, YouTube Studio 의 역할을 구분합니다.

## 실행 구조

| 도구·채널                   | 역할                                                  |
|-------------------------|-----------------------------------------------------|
| Search Console          | 사이트 소유확인, 사이트맵, 검색어·페이지별 노출·클릭·색인 확인                |
| Google Business Profile | 실제 사무실·소유권·인증·정보 완성도·전화·지도·홈페이지 행동                  |
| Google 검색·AI            | 색인 가능한 원문, 명확한 본문, 내부 링크, 고유하고 신뢰할 수 있는 정보          |
| Google Ads              | 한 주력 분야·한 지역·한 랜딩페이지의 고의도 검색 소액 검증                  |
| YouTube Studio          | Shorts 참여 조회, stayed to watch, 평균 시청시간·시청률, 검색어·유입원 |
| Google 검색의 YouTube      | 플랫폼 속성이 제공되면 Google 검색에서 채널·영상으로 들어온 노출·클릭을 별도 확인   |

## AI 검색 기본 원칙

| 구분      | 실행 기준                                                                      |
|---------|----------------------------------------------------------------------------|
| 기본 요건   | Googlebot 비차단, HTTP 200, 색인 가능한 텍스트와 내부 링크                                 |
| 콘텐츠     | 사람에게 유용한 고유 콘텐츠, 명확한 작성 주체, 직접 출처와 최신성                                     |
| 불필요한 주장 | llms.txt·특별한 AI 스키마·대량 AI 페이지로 참조 링크를 보장한다는 제안 배제                          |
| 측정      | Search Console 의 AI 관련 보고가 제공되는 경우 노출·페이지·국가·기기를 확인하되 미제공을 노출 0 으로 단정하지 않음 |

## 개인회생·파산 광고의 Google Ads 주의

- 재정적 어려움은 민감 관심 카테고리에 포함될 수 있어 고객목록·리마케팅·맞춤 세그먼트 등 광고주 구성 잠재고객 기능이 제한될 수 있습니다.
- 이용자의 재정상태를 이미 알고 있는 것처럼 보이는 문구를 사용하지 않습니다.
- 검색 키워드·지역·사전 정의 잠재고객도 집행 시점의 계정 정책을 다시 확인합니다.
- 광고 승인과 대한민국 법령·대한변호사협회 광고 규정 준수는 별개입니다.

※ YouTube 내부 조회수와 Google 검색에서 YouTube 영상으로 유입된 노출·클릭은 서로 다른 지표입니다. YouTube Studio 와 Search Console 을 분리해 보고합니다.



## CONTENT OPERATING SYSTEM

# 질문 하나를 채널별로 다르게 확장합니다

블로그 이미지와 Shorts-Clip 영상은 같은 주제를 사용하더라도 표현과 화면을 별도로 제작합니다.

## 기준 질문의 확장 예시

**소득이 불규칙한 경우 개인회생을 검토할 때 무엇을 확인해야 할까?**

하나의 기준 질문을 홈페이지 FAQ, 블로그 원문, 지식 iN·카페의 맥락형 답변, Shorts-Clip의 짧은 영상으로 각각 재구성합니다.

| 채널             | 제작 방식                       | 목적           |
|----------------|-----------------------------|--------------|
| 홈페이지 FAQ       | 결론·조건·확인자료를 간결하게 정리         | 검색 가능한 기준 답변 |
| 네이버 블로그        | 상황별 조건·예외·준비자료를 충분히 설명      | 상세 검색 유입     |
| 지식 iN·카페       | 실제 질문과 커뮤니티 규칙에 필요한 범위만 답변  | 질문 맥락의 신뢰    |
| YouTube Shorts | 45-60 초 핵심 설명과 다음 확인사항      | 영상 발견과 관심    |
| Naver Clip     | 네이버 이용 흐름에 맞춘 짧은 영상과 블로그 연결 | 네이버 내 이동     |
| 관련 원문          | 소득 → 재산 → 채무 원인 → 준비자료 질문   | 연속 탐색        |

## 첫 8주 발행안 · 가상 예시

| 주차  | 기준 질문                   | 파생 자산                 |
|-----|-------------------------|-----------------------|
| 1 주 | 개인회생·개인파산 중 무엇을 먼저 확인할까 | 홈 FAQ·블로그·Shorts-Clip |
| 2 주 | 소득이 불규칙한 경우 확인할 자료      | 블로그·Shorts-Clip       |
| 3 주 | 임차보증금·자동차·보험 확인         | 홈 FAQ·블로그·영상          |
| 4 주 | 최근 채무에서 준비할 자료          | 블로그·영상                |
| 5 주 | 신청 전 준비서류의 순서           | 체크리스트·블로그·영상          |
| 6 주 | 개인파산 결정과 면책의 차이         | 홈 FAQ·블로그·영상          |
| 7 주 | 보정 요청을 받았을 때 확인할 내용     | 블로그·영상                |
| 8 주 | 상담 문의 전 정리할 질문과 자료      | 홈페이지·블로그·영상           |

## PAID MEDIA & BUDGET

# 빠른 노출은 작은 범위에서 검증합니다

홈페이지와 측정이 준비된 뒤 플랫폼·주력 분야·검색 의도·지역·랜딩페이지를 한 묶음으로 운영합니다.

## 검색광고의 최소 구조

플랫폼 → 주력 분야 → 검색 의도 → 지역 → 연결 페이지

예: 네이버 검색광고 → 개인회생·파산 → 사무실 탐색 → 서울 서남권 → 주력 분야 페이지

## 키워드 그룹 예시

| 그룹     | 검색어 예시                         | 연결 페이지    |
|--------|--------------------------------|-----------|
| 사무실 탐색 | 지역 + 개인회생 변호사, 지역 + 개인파산 법률사무소 | 주력 분야 페이지 |
| 제도 비교  | 개인회생 개인파산 차이                   | 비교 FAQ    |
| 조건 확인  | 소득 불규칙 개인회생, 개인회생 재산 확인        | 조건별 원문    |
| 준비 행동  | 개인회생 준비서류, 개인파산 면책 절차          | 체크리스트     |
| 브랜드    | 사무실명, 변호사명                     | 홈·사무실 안내  |

## 초기 예산 시나리오 · 매체비 예시

| 시나리오    | 월 매체비       | 우선 실행                  | 적합한 상황            |
|---------|-------------|------------------------|-------------------|
| 유기적 기반형 | 0 원         | 홈페이지·프로필·질문 콘텐츠·영상·측정  | 광고 기반이 없는 경우      |
| 소액 검증형  | 20 만~30 만 원 | 한 분야·한 플랫폼 검색광고 2 주 시험 | 빠르게 검색어 데이터를 볼 경우 |
| 집중 시험형  | 50 만~80 만 원 | 랜딩페이지와 2 개 캠페인 시험      | 기본 콘텐츠·측정이 완성된 경우 |

## 2 주 검증 기준

- 한 번에 한 주력 분야와 한 플랫폼부터 시작합니다.
- 7 일차에 실제 검색어, 광고 클릭, 랜딩페이지 이동을 확인합니다.
- 14 일차에 유지·문안 수정·검색어 제외·랜딩 수정·중단을 결정합니다.
- 클릭 수뿐만 아니라 적합한 검색어와 상담 문의 이동을 함께 평가합니다.

※ 금액은 설명용 가상 매체비이며 제작비·운영비와 별도입니다. 실제 클릭 단가와 결과는 분야·지역·경쟁·시점에 따라 달라집니다.

## MEASUREMENT DESIGN

# 노출수와 조회수 이후 어디에서 멈추는지 봅니다

숫자를 줄 세우는 것이 아니라 각 단계의 문제를 다음 개선 행동으로 연결합니다.

## 단계별 핵심 지표

| 단계     | 확인 지표                          | 판단 질문             |
|--------|--------------------------------|-------------------|
| 수집·색인  | 수집 성공, 색인 페이지, 프로필 완성도         | 검색될 기반이 있는가       |
| 노출     | 검색·광고 노출수, 영상 피드 노출, 노출 검색어    | 발견 기회가 생겼는가       |
| 조회·클릭  | 콘텐츠 조회수, 검색 클릭, CTR, 영상 참여 조회  | 제목·주제가 선택됐는가      |
| 소비·이동  | 체류, 시청 유지, 관련 원문·홈페이지 이동       | 내용이 소비되고 다음으로 갔는가 |
| 상담 문의  | 전화·이메일·신청 시작·완료, 문의 분야         | 광고가 문의로 이어졌는가     |
| 적합도·효율 | 적합한 상담 문의 수·비율, CPC, 적합 문의당 비용 | 무엇을 확대할 것인가       |

## 관찰 결과별 조치

| 관찰               | 우선 확인             | 개선 행동         |
|------------------|-------------------|---------------|
| 노출이 적음           | 색인·질문 선정·지역·분야 범위 | 기술 점검·질문군 수정  |
| 노출은 있으나 클릭 적음    | 제목·요약·첫 화면        | 제목·문안·썸네일 개선  |
| 조회는 있으나 이동 없음    | 관련 링크·CTA·내용 불일치  | 관련 질문·원문 연결   |
| 신청 진입은 있으나 완료 적음 | 입력 항목·신뢰·작동 오류    | 항목 축소·모바일 점검  |
| 상담 문의 적합도 낮음     | 키워드·문안·질문 범위      | 제외 검색어·페이지 수정 |
| 유료 클릭은 있으나 문의 없음 | 검색어와 랜딩 불일치       | 캠페인·페이지 재설계   |

※ 보고 주기 · 주간에는 노출수·조회수·클릭·다음 이동을, 월간에는 신청 완료·상담 문의 적합도를 봅니다. 유료광고와 AI 검색은 별도로 기록하며, 가상 숫자로 업계 평균을 만들거나 사건 내용을 분석도구에 보내지 않습니다.

## 30-60-90 DAY ROADMAP

# 기반 완성 → 검증 → 집중 확대

초기 예산이 적을수록 측정 가능한 작은 단위로 시작하고 데이터가 있는 영역만 확대합니다.

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>1-30 일</b></p> <p>검색되고 연락받을<br/>기반 완성</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 홈페이지 기본 구조와 주력 분야 페이지 1-2 개</li> <li>• 상담 문의 화면·개인정보 안내·전화·이메일 작동 점검</li> <li>• 네이버 서치어드바이저·Google Search Console 연결과 사이트맵 제출</li> <li>• 네이버 스마트플레이스·Google Business Profile 기본정보 정리</li> <li>• 질문형 콘텐츠 4 개, Shorts-Clip 각 4 개, 유입 측정 설정</li> </ul> <p>판단 · 노출이 시작되는가, 모든 링크가 작동하는가</p> |
| <p><b>31-60 일</b></p> <p>검색어와 콘텐츠 검증</p>        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 검색 노출어·클릭어·영상 유입원 분석</li> <li>• 질문형 콘텐츠 4 개와 FAQ 4 개 추가</li> <li>• Shorts-Clip 각 4 개 추가 및 상세 원문 연결</li> <li>• 한 플랫폼 소액 검색광고 시험과 실제 검색어 검토</li> <li>• 조회 후 이탈이 높은 페이지·제목·CTA 수정</li> </ul> <p>판단 · 노출→클릭→이동 중 어느 구간이 약한가</p>                                                             |
| <p><b>61-90 일</b></p> <p>반응이 확인된 분야에<br/>집중</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 반응이 높은 질문군의 세부 원문 확장</li> <li>• 적합한 상담 문의와 연결된 유입 경로 확인</li> <li>• 검색광고 유지·축소·확대와 두 번째 플랫폼 시험 결정</li> <li>• 플레이스·Business Profile 정보 최신화</li> <li>• 90 일 보고서와 다음 분기 채널·예산 계획 수립</li> </ul> <p>판단 · 무엇을 중단하고 무엇을 확대할 것인가</p>                                                             |

## 단계별 확대 기준

- 노출이 없다면 예산 확대 전에 수집·색인·질문 적합도를 점검합니다.
- 노출은 있으나 클릭이 없다면 제목·문안·첫 화면을 수정합니다.
- 클릭은 있으나 상담 문의가 없다면 랜딩페이지와 신뢰정보를 점검합니다.
- 상담 문의가 주력 분야와 맞지 않다면 키워드·질문·신청 항목을 수정합니다.

### 90 일의 목적

성과를 미리 약속하는 것이 아니라 무엇을 유지·수정·중단·확대할지 판단할 수 있는 데이터와 운영 체계를 만드는 것입니다.

GOVERNANCE, SOURCES & NEXT STEP

## 광고 공개 전 점검과 다음 실행

플랫폼 승인과 변호사 광고 규정 준수는 별개의 확인 절차입니다.

### 공개 전 점검

| 점검 영역   | 확인 내용                                      |
|---------|--------------------------------------------|
| 사실·자격   | 사무실명·변호사 정보·학력·경력·주소·업무 표현이 객관적 사실과 일치     |
| 결과 기대   | 결과 보장, 허위·과장, 근거 없는 비교·우월·순위 표현 배제         |
| 비용 표현   | 무료·할인·환불 등은 최신 변호사 광고 규정 확인                |
| 개인정보    | 필요 범위를 넘는 사건·신원·민감정보를 공개·수집·분석·도구 전송하지 않음  |
| 지역 프로필  | Google Business Profile 주소·상호와 실제 운영 상태 일치 |
| AI·외부자산 | AI 음성·영상 표시, 후기·기사·사진·영상·음원의 동의·권리·광고성 확인  |
| 기록      | 광고물, 게시일, 수정 내역, 근거자료와 플랫폼 심사 결과 보관        |

### 주요 공식 기준

- 01 네이버 AI 브리핑 안내
- 02 네이버 Search Advisor 콘텐츠 가이드
- 03 Google AI 검색 최적화 가이드
- 04 Google Business Profile 지침
- 05 Google Ads 맞춤광고 정책
- 06 YouTube AI 콘텐츠 표시
- 07 대한변협 변호사 광고 규정
- 08 대한변협 변호사 광고 규칙

주력 분야와 운영 여건에 맞는 90 일 전략을 설계합니다.

변호사 광고 진단·전략 신청 | [law.sangsaengmarketing.kr](http://law.sangsaengmarketing.kr)

상생마케팅

010-9676-1745

[victorajs12@gmail.com](mailto:victorajs12@gmail.com)

상생마케팅 대표 이력

변호사 사무실 실무 7년 · 변호사 광고대행사 운영 7년  
서강대학교 법학·경제학 전공

※ 본 보고서는 광고 전략 예시이며 법률의견, 플랫폼 노출 보장 또는 광고 성과 보장이 아닙니다. 실제 집행 전 최신 플랫폼 정책, 대한변호사협회 규정, 객관적 사실과 개인정보 처리체계를 다시 확인합니다.