

‘블로그 지수가 아닌, 점유율의 시대’

지금의 네이버는 예전과 다릅니다. 로직은 여전히 중요하지만,

‘에어서치(AiRSearch)’와 ‘스마트블록’으로 검색 환경이 바뀐 지금,
블로그 하나만 붙잡고 고객을 유지하는 것은 힘듭니다.

블로그 지수가 좋더라도 힘들고. **블랙스가 망해버린 지금,**
척도를 계산할 수 있는 방법도 많지 않아졌습니다.

이제 최적화 블로그 싸움이 아닌, ‘누가 더 넓게 장악하는가’의 싸움으로 바뀌었습니다.
제가 느낀 바는 다음과 같습니다.

예전의 검색 마케팅은 일종의 ‘저격’이었습니다. 성능 좋은 블로그로
트래픽이 많은 키워드 하나를 정확히 맞추면 이기는 게임이었으니까요.

하지만 지금 검색 결과 화면을 한번 살펴보세요.
똑같이 "치아교정"을 검색해도, 사람마다 다른 결과가 뜹니다.

누군가에게는 비용 정보가 담긴 블록이, 누군가에게는 전후 사진이,
또 누군가에게는 동네 치과 추천 글이 먼저 보입니다.

인기글, 지식 스니펫, 플레이스, 심지어 함께 많이 찾는 검색어까지...
수많은 정보가 뒤섞여 있습니다. 이런 혼란스러운 상황을 타개하기 위한
점유율 상승을 건의드립니다.

점유율을 높이하고자 합니다.

오랜 고민 끝에 제가 내린 결론은, 모든 섹션을 침범하여
점유율 자체를 높이자. 라는 것입니다.

이건 우리 병원이 고객에게 발견될 ‘확률’ 자체를 높이는 전략입니다.
고객이 검색창에 키워드를 입력하고 스크롤을 내리는
그 짧은 3~5초의 여정 동안
우리 브랜드가 최대한 많이 노출되었으면 합니다.

블로그에서 전문적인 정보를 주는 권위 있는 병원으로 한 번.
맘카페에서 환자의 솔직한 후기로 감성을 건드리며 두 번.
플레이스 순위에서 "여기 가깝네?" 하며 위치 정보로 세 번.
지식인이나 모두닥 등에서 친절함 답변으로 신뢰를 주며 네 번.

뇌과학적으로 접근할 필요가 있다고 생각합니다.

네이버의 에어서치 알고리즘은 사용자의 ‘의도’를 집요하게 파고듭니다.
그러면서도 상당히 단순하게 작동하죠.

누구도 정답을 알 수는 없지만, 비슷한 것을 아는 이유죠.

스마트블록은 가장 치열한 격전지입니다. 여기선 키워드보다
‘맥락’이 중요한 것 같습니다.
단순히 "자반증 치료가아닌"이라고 쓰는 게 아니라,

"30대 직장인이 교정을 망설이는 진짜 이유"처럼
구체적인 타겟의 마음을 읽는 글을 씁니다.

내 블로그뿐만 아니라 서브 채널을 활용해 다양한 목소리로 이야기를 전달하면,
광고가 아니라 ‘진짜 후기’처럼 다가갈 수 있습니다.

EX) 블로그 다섯 개를 주시면, 각각 다른 이의 페르소나를 사용하여
하나의 블로그를 조명하겠습니다.

메인 키워드는 경쟁이 치열하고 금방 밀려납니다. 제가 주목하는 건
연관검색어입니다.

00동 야간진료", "사랑니 덜 아픈 곳" 같은 구체적인 검색어들을 찾아내
그곳에 깃발을 꽂습니다. 남들이 놓치고 있는 빈틈을 찾아내는 것,
오랫동안 꾸준히, 대표님들이 클라이언트를 설득시켜 주신다면. 증명해보이겠습니다.

마케터가 을이 아닌, 클라이언트와 동등한 관계를 위해.

많은 원장님들이 마케팅을 매달 빠져나가는 ‘비용’으로 생각하십니다.
혹은, 그저 돈을 써야 하기에 계약한 것일 수도 있죠.

그래서 더욱 확실하게 성과를 내서, 당당하게 무언가를 제안하고.
또 제공받을 수 있는 위치에 서고자 합니다.

잘 정리해둔 **FAQ** 콘텐츠는 1년 뒤에도 검색 결과에 걸려 우리 대신 상담을 해줍니다.

차곡차곡 쌓은 플레이스 리뷰와 칼럼은 알고리즘이
바뀌어도 사라지지 않는 뿌리가 됩니다.
-언젠가 띄워줄 수도 있죠.

블로그 지수가 떨어지면 마케팅이 멈추는 구조여선 안 됩니다.
블로그가 흔들려도 플레이스가 받쳐주고,

스마트블록이 그물을 치고 있는 단단한 성을 쌓아야 합니다.

저는 작가이자, 마케터로서 일하고 있습니다.

그러나, 저 또한 **ai**로 글을 쓰고 있습니다. 그러나 퇴고를 합니다.
마구잡이로 글을 뿌리더라도 누구보다는 양질의 글을 쓸 것이고.

언제나 준수한 글을 생산할 것임을 약속드립니다.