비즈니스

고객보다 AI가 먼저 우리 회사를 읽는다

방동걸 (주)웨이스 대표이사
2026년 8월 8일

이번 주 저희는 회사 홈페이지와 블로그가 AI에게 어떻게 보이는지 직접 점검했습니다. 사람이 보기 좋은지가 아니라, 자바스크립트를 실행하지 않는 프로그램이 본문을 그대로 읽어 갈 수 있는지를 확인한 것입니다. 공장 운영체제 VEXPLOR를 내놓은 웨이스가 그 점검에서 본 것을 다른 제조기업도 해 볼 수 있게 적었습니다.

결과와 조치는 이렇습니다. 홈페이지는 본문이 26KB의 정적 문서로 그대로 나왔고 주소 50개가 사이트맵에 수집되고 있었습니다. 블로그는 글 본문이 서버에서 완전히 만들어져 나왔습니다(실측 277KB). 검색 로봇 접근도 막혀 있지 않았습니다. 부족했던 것은 콘텐츠 쪽이었습니다. 사례 페이지에 정부 제출 완료보고서의 실측치를 넣었고(시간당 생산 306→383 EA/HR로 20% 증가, 공정 불량률 2.3%→1.7%로 26% 감소), 기존 블로그 9편은 뒤쪽에 묻혀 있던 수치를 도입부로 끌어올렸습니다. 그리고 Bing 웹마스터 도구에 사이트를 등록했습니다.

마지막 항목이 의외일 수 있습니다. 이유는 뒤에서 설명하겠습니다.



고객이 오기 전에 AI가 먼저 읽고 갑니다.

1. 손님이 우리 사이트에 오지 않고 답을 얻는다

먼저 무엇이 달라졌는지부터 보겠습니다.

기존의 경로는 이랬습니다. 검색하고, 결과를 몇 개 눌러 보고, 회사 사이트에 들어와 제품을 비교하고, 문의를 남깁니다. 이 경로 전체가 AI 답변 안으로 들어갔습니다. 컨설팅사 베인앤드컴퍼니(Bain & Company)의 2025년 조사에 따르면, 미국 소비자의 80%가 검색의 40% 이상을 AI 응답만 보고 마무리합니다. 같은 조사에서 기업 사이트 방문은 최대 30%까지 줄어든 것으로 나타났습니다.

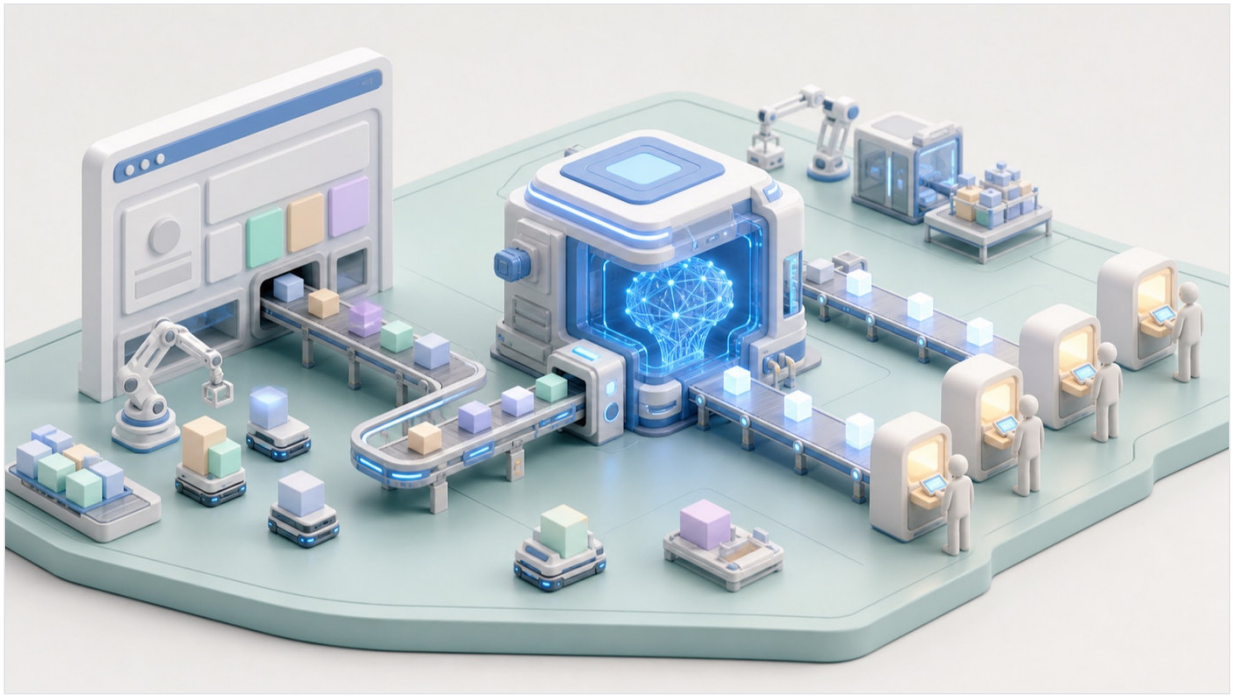
방문이 줄었다는 게 관심이 줄었다는 뜻은 아닙니다. 비교와 후보 선정이 우리 눈에 보이지 않는 곳에서 끝났다는 뜻입니다. 상담 요청이 줄었는데 이유를 모르겠다면, 검토 자체가 없어진 게 아니라 검토 과정이 안 보이게 된 것일 수 있습니다.

2. 문제는 우리 사이트만 고쳐서 끝나지 않는다

여기서 더 불편한 사실이 있습니다. 같은 조사에서, 특정 브랜드가 언급된 AI 응답조차 60% 이상이 그 브랜드 사이트가 아닌 외부 출처를 인용했습니다. 브랜드명이 없는 일반 질문의 경우 90% 이상이 외부 콘텐츠 기반입니다.

우리 회사 이야기를 AI가 할 때, 근거로 삼는 문서의 다수가 우리가 쓴 것이 아니라는 의미입니다. 기사, 커뮤니티 글, 리뷰, 남이 정리한 비교표 같은 것들입니다. 홈페이지를 아무리 다듬어도 그 바깥에 우리 이야기가 없으면 인용될 자료 자체가 모자랍니다.

앞서 Bing 등록이 의외라고 한 이유가 여기 있습니다. 검색 최적화라고 하면 보통 구글만 생각하는데, 일부 AI 답변 서비스는 Bing 검색 인덱스를 근거로 사용합니다. 어디에 실려 있느냐가 어디에 인용되느냐를 정합니다.



손님은 우리 사이트가 아니라 AI의 답변에서 우리를 만납니다.

3. 인용을 만드는 것은 구체성이다

그러면 무엇을 써야 인용될까요.

AEO 실행 가이드를 정리한 트레버 라슨(Trevor Lasn)의 관찰이 정확합니다. 자신의 기술 글에서 일반론에 해당하는 문단은 AI 답변에 인용되지 않은 반면, "깨진 페이지 47개를 3시간에 걸쳐 고쳤다" 같은 고유한 사실이 담긴 대목은 직접 인용으로 이어졌다는 것입니다.

당연한 이야기입니다. 일반론은 AI가 이미 만들어 낼 수 있습니다. 굳이 우리 문장을 가져다 쓸 이유가 없습니다. 가져다 쓸 수밖에 없는 것은 우리 현장에서만 나온 숫자, 실제 화면, 겪은 실패입니다.

제조 기업에는 이게 오히려 유리합니다. 남들이 못 쓰는 구체성이 이미 손에 있기 때문입니다. 어떤 공정에서 무엇을 얼마나 개선했는지, 어떤 설비와 연동하는 데 무엇이 걸렸는지, 도입 첫 달에 무엇이 어긋났는지. 저희가 사례 페이지에 306→383 EA/HR 같은 숫자를 출처와 기간까지 붙여 넣은 이유입니다(사례 페이지). 홍보 문구는 재생성할 수 있지만 이 숫자는 재생성할 수 없습니다.

---

4. 오늘 확인할 수 있는 5가지

기술 담당자가 없어도 대부분 확인 가능합니다.

하나, 자바스크립트 없이 본문이 보이는가. 브라우저에서 우리 페이지를 열고 소스 보기를 눌러 보십시오. 거기에 본문 글자가 있으면 통과입니다. 화면에는 글이 보이는데 소스는 거의 비어 있다면, 사람에게는 보이고 AI에게는 안 보이는 상태입니다.

둘, 검색 로봇을 막고 있지 않은가. 주소 뒤에 `/robots.txt`를 붙여 확인합니다. 여기서 갈리는 부분이 있습니다. 모델 학습용 수집기를 막는 것은 노출에 거의 영향이 없지만, 답변에 인용하려고 문서를 찾아가는 검색용 수집기를 막으면 노출이 사라집니다. 이름이 비슷해 함께 막아 버리는 경우가 많습니다.

셋, 결론이 위에 있는가. AI는 페이지를 위에서부터 읽고 필요한 만큼만 가져갑니다. 회사 연혁과 인사말을 지나 스크롤 한참 아래에 핵심이 있으면 그 부분은 읽히지 않을 수 있습니다.

넷, 숫자에 출처와 기간이 붙어 있는가. "생산성 대폭 향상"은 인용되지 않습니다. "2025년 7월부터 1년간, 시간당 306대에서 383대로"가 인용됩니다.

다섯, 우리 이야기가 우리 사이트 밖에도 있는가. 기사, 기고, 커뮤니티, 디렉토리 등재. 앞의 60%가 여기서 결정됩니다.

---

5. 읽히지 않으면 없는 것과 같다

홈페이지는 오랫동안 손님이 찾아오는 장소였습니다. 이제는 AI가 대신 읽어 가는 자료에 가깝습니다. 사람이 그 페이지를 볼 무렵에는 이미 후보가 몇 곳으로 좁혀진 뒤입니다.

그래서 질문이 바뀝니다. 우리 홈페이지가 보기 좋은가가 아니라, **AI가 우리를 설명할 때 인용할 문장이 우리에게 있는가**입니다.

없다면 만들 수 있습니다. 대단한 콘텐츠 전략이 필요한 게 아닙니다. 이미 가지고 있는 현장의 숫자에 출처와 기간을 붙여 페이지 위쪽에 올리는 것에서 시작합니다. 저희가 이번 주에 한 일도 딱 그만큼입니다.

웨이스가 하는 일이 궁금하시면: wace.me

WACE(웨이스)는 공장이 스스로 판단하고 멈추지 않게 하는 제조 AI 운영체제 VEXPLOR를 만드는 회사다.

원문 blog.vexplor.com/post/ai-reads-your-site-before-buyers-do
발행 2026년 8월 8일 · 방동걸 (주)웨이스 대표이사

회사 주식회사 웨이스 (WACE Inc.) · 대표이사 방동걸 · 사업자등록번호 439-87-02852
주소 (18462) 경기 화성시 동탄구 동탄영천로 150, 에이동(A동) 1702-1708호 (영천동, 실리콘앨리동탄)
연락처 전화 070-4730-0629 · contact@wace.me
홈페이지 wace.me · linkedin.com/company/wace-inc

원문 홈페이지 링크드인