

인사이트

저희는 사람이 설명하지 않아도 통하는 정보를 만들려 합니다

공장에 이어 사이트에서

저희가 만들려는 것을 한 문장으로 적으면 이렇습니다. 사람이 그 자리에 없어도 판단이 되는 상태. 공장에서 하려는 일이 그것입니다. 설비 앞에 사람이 붙어 있어야만 무슨 일이 벌어지는지 알 수 있는 공장에서, 설비가 자기 상태와 조건을 스스로 내놓는 공장으로 옮겨 가는 일입니다.

방동걸 (주)웨이스 대표이사

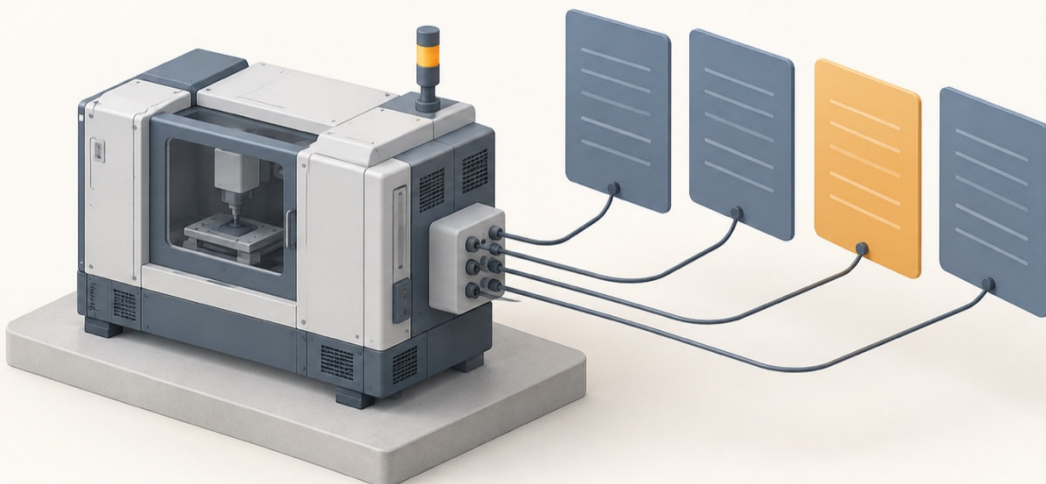
2026년 9월 9일

저희가 만들려는 것을 한 문장으로 적으면 이렇습니다. 사람이 그 자리에 없어도 판단이 되는 상태. 공장에서 VEXPLOR로 그 상태를 만들려 해 온 웨이스가 이번에는 자사 사이트를 같은 기준으로 봤습니다.

공장에서 하려는 일이 그것입니다. 설비 앞에 사람이 붙어 있어야만 무슨 일이 벌어지는지 알 수 있는 공장에서, 설비가 자기 상태와 조건을 스스로 내놓는 공장으로 옮겨 가는 일입니다.

그런데 같은 기준을 저희가 파는 방식에 대 보면 아직 갈 길이 남아 있습니다. 이 글은 그 거리가 어디쯤인지 확인하고, 무엇을 먼저 좁힐지 적은 것입니다.

사람이 설명하지 않아도 통하는 정보



사람이 설명하지 않아도 통하는 정보

01

저희가 향하는 곳은 설비가 자기 조건을 스스로 말하는 공장입니다

지금 공장에서 설비 정보는 사람을 거쳐야 움직입니다. 사양은 카탈로그에 있고, 운전 조건은 담당자 머리에 있고, 왜 그렇게 세팅했는지는 인수인계 문서 어딘가에 있습니다. 그래서 담당자가 자리를 비우면 판단이 함께 멈춥니다.

저희가 만들려는 자리는 그 반대편입니다. 설비가 자기 사양과 상태와 조건을 기계가 읽는 형식으로 스스로 내놓고, 그 위에서 판단이 도는 공장입니다.

이건 저희 혼자 생각해 낸 방향이 아니라 국제 표준이 이미 가리키는 방향입니다. 자산관리셀(AAS, IEC 63278)이 그 형식이고, 저희는 정부 제조데이터 표준화 과제에서 이 영역을 맡아 왔습니다.

여기까지 오면 사람은 설명하는 자리에서 판단하는 자리로 옮깁니다. 사라지는 것이 아니라 하는 일이 달라집니다.

02

사는 쪽도 같은 방향으로 움직이고 있습니다

같은 변화가 구매에서도 일어납니다.

조사 시점	무엇을 물었나	값
2025년 8~9월	영업 없는 구매 선호	67%
2025년 8~9월	최근 구매에서 AI 사용	45%
2022년	셀프서비스 구매의 후회	1.65배

가트너 조사입니다. 앞의 두 값은 사는 쪽이 사람을 거치지 않으려 한다는 뜻이고, 세 번째 값은 그대로 두면 후회가 늘어난다는 뜻입니다.

둘을 함께 푸는 답이 곧 저희가 공장에서 하려는 일과 같습니다. 사람을 다시 붙이는 것이 아니라, 사람이 없어도 답이 준비돼 있게 하는 것입니다.

03

왜 지금 이 방향인지 근거가 둘 있습니다

첫째, 읽는 쪽이 바뀌었습니다. 구매자의 45%가 이미 AI를 거쳐 알아봅니다. 사람이 카탈로그를 넘겨 보던 자리를 기계가 먼저 지나갑니다. 기계는 문장 사이의 뉘앙스를 못 읽고, 지면에 없는 조건을 대신 붙여 주지도 않습니다. 적혀 있는 것만 옮깁니다.

둘째, 옮겨 담은 형식이 준비됐습니다. 자산관리셀은 설비 하나가 자기 식별·사양·상태·문서를 정해진 구조로 내놓게 하는 국제 표준입니다. 예전에는 「기계가 읽게 하자」가 각 회사의 자체 형식으로 끝났는데, 이제는 표준 위에서 됩니다.

두 변화가 겹치는 지점이 지금입니다. 읽는 쪽이 기계로 바뀌는 시점과, 기계가 읽을 형식이 표준으로 자리 잡은 시점이 같이 왔습니다.

04

그 기준을 저희 사이트에 먼저 대 봤습니다

구매자가 확신에 이르려면 답이 있어야 하는 질문 열 개를 정리하고, 저희 사이트 두 곳을 전 지면 열어 채점했습니다. 판정 규칙은 하나입니다. 영업 담당자에게 물어야 알 수 있으면 없는 것으로 본다.

#	구매자가 묻는 것	회사 사이트	제품 사이트
1	우리 조건에 맞나	있음	있음
2	안 맞는 경우	있음	없음
3	얼마나 드나	있음	있음
4	언제 되나	있음	있음
5	우리 시스템에 붙나	있음	일부
6	실제로 된 적 있나	있음	있음
7	안 된 적은 없나	일부	없음
8	우리가 준비할 것은	준비물 없음으로 답함	없음
9	누구에게 묻나	있음	있음
10	결재에 낼 것이 있나	있음	일부

물어야 알면 없는 것이다



물어야 알 수 있으면 없는 것으로 봅니다

05

지금 위치는 '답은 있고 자리가 없다'입니다

회사 사이트는 열 문장을 대부분 답하고 있었습니다. 한글 지면 39면을 기계로 훑으니 한계는 16면, 가격 기준은 9면, 안 맞는 경우는 6면에 적혀 있습니다.

문제는 그 답이 놓인 자리였습니다. 서비스와 컨설팅 여섯 면에는 '안 맞는 경우'가 한 면도 없습니다. 기간은 한 면, 가격 기준은 세 면뿐입니다. 구매자가 '우리 공장에 맞나'를 떠올리는 자리가 바로 거기인데, 답은 자주 묻는 질문 안쪽에 있습니다.

답이 사이트 어딘가에 있다는 것과 구매자가 그 답에 닿는다는 것은 다른 문제입니다. 저희가 좁혀야 할 거리가 여기입니다.

여덟 번째는 결이 다릅니다. 저희 문의 페이지는 **「준비물 없음, 데이터가 어디에 어떻게 있는지만 알려 주시면 진단은 저희가 합니다」**라고 답합니다. 없는 것이 아니라 문턱을 낮추는 쪽으로 답한 것입니다.

06

먼저 만들 것 넷

순서	무엇을	어디로
1	안 맞는 경우 3종	서비스 4면 하단
2	가격 산정 기준	서비스 4면·문의 직전
3	유형별 구축 기간	사례 목록 상단
4	도입 단계 준비물	자리를 정하는 중

지면을 새로 만들지 않습니다. 이미 쓴 문장을 구매자가 읽는 순서 위에 한 번 더 둡니다. 자주 묻는 질문과 가격 페이지는 그대로 둡니다. 별관이 문제가 아니라 별관에만 있는 것이 문제이므로, 원문은 두고 요약을 길목에 놓습니다.

4번은 채우는 문제가 아니라 방향을 고르는 문제입니다. 진단 신청은 「준비물 없음」이 말고 있고, 도입이 실제로 늦어지는 원인은 그 층위가 아니라 도입 단계에 고객 쪽에 있어야 하는 것이기 때문입니다. 진단 자리에서 매번 전하는 이야기를 옮기면 이렇게 됩니다.

확인하는 것	없으면 어떻게 되나
설비 신호를 받을 경로	수집 장비 도입이 앞에 붙는다
기존 데이터가 남은 형태	종이·엑셀이면 정리 기간이 붙는다
현장에서 함께 볼 담당자	판단 기준을 맞출 상대가 없다
판단 결과를 승인할 사람	자동 실행 범위를 못 정한다

세 번째 줄이 실무상 가장 큼니다. 현장 담당자 없이 시작한 건은 예외 없이 늦어집니다. 그 이야기를 계약 뒤에 하는 것과 사이트에서 미리 하는 것은 완전히 다른 일입니다.

07

제품 사이트는 회사 사이트와 다르게 답하고 있어 함께 맞춥니다

제품 사이트는 48개 지면을 전부 확인했는데 자주 묻는 질문에 해당하는 자리가 없습니다. 회사 사이트로 들어온 구매자는 안 맞는 경우를 읽고 스스로 걸러 낼 수 있고, 제품 사이트로 들어온 구매자는 그 판단을 할 수 없습니다.

같은 회사인데 어느 문으로 들어오느냐에 따라 받는 정보가 다릅니다. 두 지면이 같은 답을 주는 것까지가 이번 작업의 범위입니다.



같은 회사의 두 지면이 같은 질문에 다르게 답하고 있었습니다

08

그다음은 사람이 읽는 문장에서 기계가 읽는 형식으로 갑니다

여기까지는 사람이 읽는 문장을 옮기는 일입니다. 저희가 보는 다음 자리는 그 위입니다.

같은 조사에서 구매자의 45%가 최근 구매에서 AI를 썼다고 답했습니다. 앞으로 저희 제품 정보를 처음 읽는 쪽은 사람이 아니라 기계일 가능성이 큼니다. 그러면 조건과 한계와 준비물이 문장으로만 있어서는 부족하고, 기계가 그대로 집어 갈 수 있는 형식으로 있어야 합니다.

설비가 자기 사양을 자산관리셀 형식으로 내놓는 것과 같은 일을, 제품 정보에도 하려고 합니다. 사양 옆에 측정 조건이 붙고, 적용 범위 옆에 제외 조건이 붙고, 그 묶음이 사람에게도 기계에게도 같은 값으로 읽히는 상태입니다.

저희가 공장에서 만들려는 것과 사이트에서 만들려는 것이 같은 물건입니다. 사람이 설명하지 않아도 통하는 정보입니다.

순서는 분명합니다. 사람이 읽는 문장을 먼저 제자리에 놓고, 그 문장이 자리를 잡은 다음에 기계가 읽는 형식으로 옮깁니다. 형식부터 손대면 옮길 내용이 아직 흩어져 있어 빈 구조만 남습니다.

09

이 방향에서 하지 않을 것도 함께 적습니다

미래를 말할 때 함께 적어야 할 것이 있습니다.

- **완전 무인을 약속하지 않습니다.** 정보가 스스로 통하면 사람이 사라지는 것이 아니라, 사람이 설명하는 자리에서 판단하는 자리로 옮깁니다. 자율화는 검증된 범위 안에서 단계로 갑니다.
- **사이트를 고친다고 영업이 없어지지 않습니다.** 앞단에서 답이 준비되면 만나는 자리가 줄어드는 것이 아니라, 만났을 때 다루는 이야기가 달라집니다.
- **기계가 읽는 형식이 사람이 읽는 문장을 밀어내지 않습니다.** 같은 값이 두 형태로 있어야 하고, 둘이 어긋나면 그건 결함입니다.

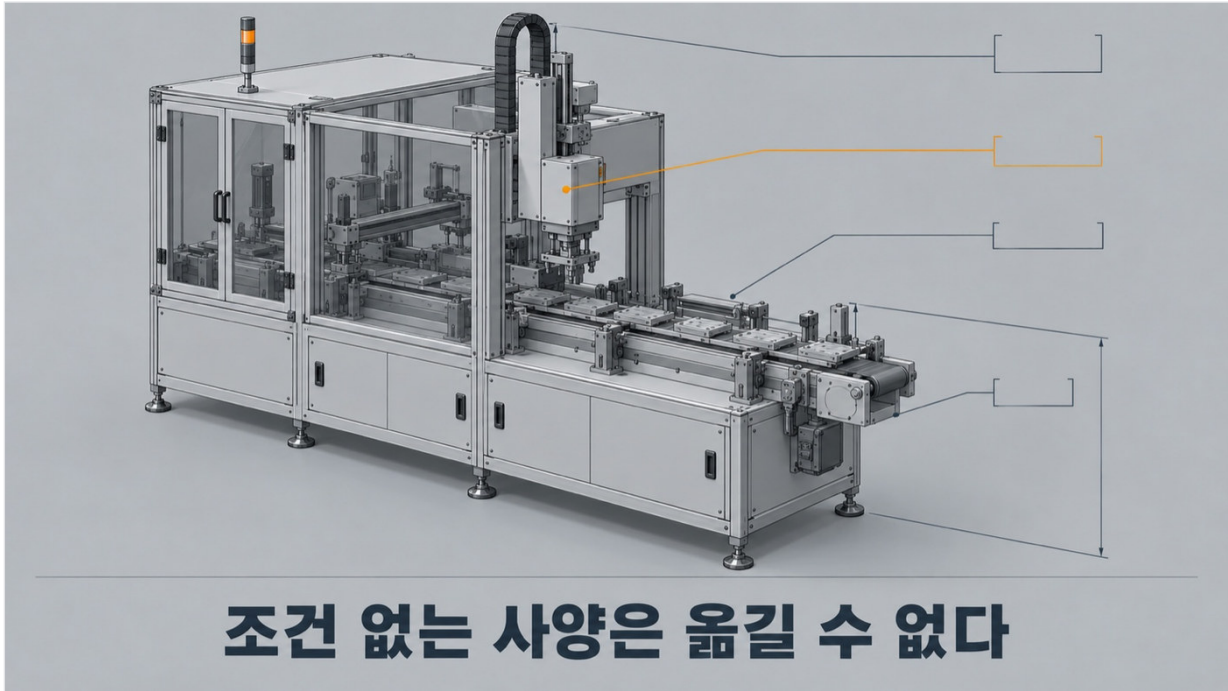
10

제조 현장에 파는 회사라면 오늘 시작할 자리가 있습니다

같은 방향으로 오시려는 회사에 권할 첫 자리는 카탈로그입니다.

사양표는 촘촘한데 그 사양이 어느 조건에서 나온 값인지가 없는 경우가 많습니다. 상온인지, 정격 부하인지, 연속 운전 몇 시간째인지가 빠져 있으면 구매자는 그 숫자를 자기 라인에 옮겨 놓을 수 없습니다. 옮겨 놓을 수 없는 숫자는 결재 자리에서 근거가 되지 못합니다.

사양표 옆에 측정 조건 한 줄을 붙이는 것만으로 그 표가 결재 서류가 됩니다. 그리고 그 한 줄이 나중에 기계가 읽는 형식으로 옮겨 갈 때 그대로 항목이 됩니다.



조건 없는 사양은 옮길 수 없다

조건이 빠진 사양은 구매자가 자기 라인으로 옮겨 놓을 수 없습니다

11

정리

- 저희가 향하는 곳은 사람이 그 자리에 없어도 판단이 되는 상태입니다. 공장에서는 설비가 자기 조건을 스스로 내놓는 형식으로 갑니다.
- 같은 기준을 저희 사이트에 대 보니 답은 있고 **답의 자리가 구매자 동선 위에 없었습니다.**
- 먼저 셋을 옮기고, 도입 단계 준비물은 놓을 자리를 정한 뒤에 적고, 두 사이트가 같은 답을 주게 맞춥니다.
- 그다음은 사람이 읽는 문장에서 **기계가 읽는 형식**으로 갑니다. 공장에서 하려는 일과 같은 일입니다.

열 문장은 아래와 같습니다. 그대로 쓰셔도 됩니다.

우리 조건에 맞나 · 안 맞는 경우는 언제인가 · 얼마나 드나 · 언제 되나 · 우리 시스템에 붙나 · 실제로 된 적 있나 · 안 된 적은 없나 · 우리가 준비할 것은 · 누구에게 묻나 · 결재에 낼 것이 있나.

여러분 회사에서 이 열 문장의 답은 지금 어디에 있습니까. 사람의 머릿속입니까, 지면입니까, 아니면 기계가 읽을 수 있는 형식입니까.

정정 2026-09-09 — 처음 올린 판은 여덟 번째 항목을 「없음」으로 적었습니다. 지면 전수 확인 결과 문의 페이지가 「준비물 없음」으로 답하고 있어 해당 대목과 채점표를 고쳤습니다.

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



원문	blog.vexplor.com/post/we-scored-our-own-site-on-buyer-confidence			
발행	2026년 9월 9일 · 방동걸 (주)웨이스 대표이사			
회사	주식회사 웨이스 (WACE Inc.) · 대표이사 방동걸 · 사업자등록번호 439-87-02852			
주소	(18462) 경기 화성시 동탄구 동탄영천로 150, 에이동(A동) 1702·1706호 (영천동, 실리콘밸리동탄)			
연락처	전화 070-4730-0629 · contact@wace.me			
홈페이지	wace.me · linkedin.com/company/wace-inc			

원문

홈페이지

링크드인