

마곡베스트치과

AEO·GEO 홈페이지 진단 보고서

김포베스트치과 패밀리 사이트 · 강서구 마곡나루역 지점



수집 정보 요약

항목	내용
치과명	마곡베스트치과 (MAGOK BEST DENTAL)
대표원장	김민 (보건복지부 인증 통합치의학과 전문의)
주소	서울특별시 강서구 마곡중역5로1길 20 보타닉비즈타워 310~312호
위치	9호선 공항마곡나루역 1번출구 도보 3분
전화	02-2093-6545
웹사이트	http://bestdent.co.kr/magok/
진료과목	임플란트(일반/수면/디지털), 소아성장교정, 심미치료, 사랑니발치, 충치/신경/턱관절/잇몸/틀니, 투명교정
패밀리 사이트	김포점 + 마곡점 (동일 도메인 bestdent.co.kr 하위 경로)
외부 채널	네이버 블로그(magokbest0), 카카오톡 상담, 네이버 예약

PART 1. 기술 인프라 진단

점검 항목	상태	진단 내용
AI 크롤러 접근	✓양호	서버가 봇 접근을 차단하지 않음. 정상 접근 확인
HTTPS	✗부족	http:// 사용 중. 구글 SEO 페널티 + AI 신뢰도 감소. 김포점과 동일한 문제
Schema 마크업	✗부족	구조화 데이터 미적용. AI가 치과 정보를 정확히 파악 불가
llms.txt	✗부족	AI 크롤러 우선 학습 안내 파일 없음
robots.txt / sitemap	△미흡	AI 크롤러 명시적 허용 여부 + sitemap.xml 존재 확인 필요
모바일 최적화	✓양호	반응형 디자인 적용
도메인 구조	△미흡	bestdent.co.kr/magok/ 하위 경로 사용. 김포점과 동일 도메인 → 엔티티 분리 전략 필요

PART 1 종합: HTTPS 미적용 + Schema 부재는 김포점과 동일한 문제입니다. 두 지점을 함께 개선하면 비용 효율적입니다.

PART 2. AEO/GEO 콘텐츠 진단

2-1. 종합 평가

항목	점수	평가	주요 특이점
SEO 기본	60/100	보통	HTTPS 미적용으로 김포점보다 낮음(HTTP)
AEO (AI 답변)	30/100	부적합	FAQ/Q&A 없음, 설명형 콘텐츠 부재
GEO (AI 추천)	30/100	부적합	엔티티 약함, 외부 신뢰 연결 부족
CTA 전환	70/100	양호	전화/카카오/네이버/블로그 잘 구성

종합 결론: "김포점과 동일한 구조적 한계를 공유하며, 1인 전문의 체제로 차별화 난이도가 더 높음"

2-2. AEO 관점 분석

영역	현재 상태	필요 상태
치료 설명	디지털 임플란트/사랑니 받치 등 간략한 설명 있음	정의+적용대상+과정+비교 포함 800자+ 설명
FAQ / Q&A	완전 부재	최소 30개 이상
비교표/체크리스트	부재	시술 비교표, 사랑니 유형별 비교 등
케이스 콘텐츠	부재	텍스트형 사례 필요
정보 밀도	페이지당 200~400자 수준	최소 500~1,000자 권장

2-3. GEO 관점 분석

영역	현재	평가
병원명/주소/전화	메인페이지 하단에 명확히 존재	✓양호
전문 분야 선언	"강서구의 치아건강을 책임" 문구 있으나 전문분야 명시 부족	△ 미흡
의료진 자격	통합치의학과 전문의 기재	✓양호
의료진 상세 이력	의료진 페이지에서 상세 학력/경력 미확인(truncated)	△ 미흡
패밀리 사이트 연결	김포점과 동일 도메인 하위 경로로 연결	△ 미흡
외부 채널	네이버 블로그 1개 + 카카오 + 네이버 예약	△ 미흡

□ **핵심 발견: 도메인 공유에 따른 엔티티 혼란 위험**

김포점과 마곡점이 bestdent.co.kr 동일 도메인의 하위 경로(/gimpo/, /magok/)로 운영됩니다. AI 입장에서 이것이 '하나의 치과'의 하위 페이지인지, '별개의 치과'인지 구분하기 어렵습니다. 각 지점별 Schema 마크업으로 별개 엔티티를 명확히 정의해야 합니다.

2-4. 김포점 vs 마곡점 비교 분석

동일 브랜드이므로 두 지점의 AI 최적화 상태를 비교합니다.

항목	김포점	마곡점
대표원장	김동영 (통합치의학 전문의)	김민 (통합치의학 전문의)
HTTPS	✗ 미적용	✗ 미적용
Schema	✗ 미적용	✗ 미적용
FAQ/Q&A	✗ 부재	✗ 부재
콘텐츠 양	보통 (200~400자/페이지)	보통 (200~400자/페이지)
블로그	2개 (병원+의료진)	1개 (magokbest0)
차별화 메시지	"공감과 이해를 바탕으로 하는 진료"	"강서구의 치아건강을 책임"
AEO 점수	30/100	30/100
GEO 점수	35/100	30/100

비교 결론: 두 지점이 동일한 구조적 한계를 공유합니다. HTTPS 적용, Schema 마크업, FAQ 구축을 두 지점 동시에 진행하면 비용 효율적입니다. 다만 각 지점의 엔티티는 반드시 별개로 정의해야 합니다.

2-5. 강점 분석

No.	강점	AI 활용 방안
1	통합치의학 전문의 1:1 진료	"전문의 대표원장이 직접 상담부터 치료까지" → 응답 조건화 활용
2	마곡나루역 도보 3분	"마곡나루역 치과" 검색 시 AI 추천 선점 가능
3	사랑니 발치 강조	메인 진료과목으로 사랑니 발치 별도 노출 → "마곡 사랑니 발치" 키워드 선점
4	과잉진료 없는 정직한 진료	"근거 기반 치료" 메시지 → 진료 철학 콘텐츠에 적합
5	보여주는 치료 + 무통 치료	구강 카메라 활용 + 무통 스케일링/마취기 → 치과 공포 환자 대상 콘텐츠
6	패밀리 브랜드	김포+마곡 2지점 운영 → 브랜드 신뢰도 강화에 활용 가능

2-6. 최종 진단 결론

마곡베스트치과 진단 요약:

- 김포점과 동일한 구조적 한계 공유 (HTTPS/Schema/FAQ 모두 부재)
- 1인 전문의 체제로 차별화 난이도가 김포점보다 높음
- 강점: 마곡나루역 도보 3분 입지 + 사랑니 발치 강조 + 과잉진료 없는 철학
- 핵심 과제: 도메인 공유에 따른 엔티티 분리 + 두 지점 동시 HTTPS/Schema/콘텐츠 개선

권장: 김포점과 마곡점의 AI 최적화를 동시에 진행하되, 각 지점의 엔티티는 별개로 정의하여 AI가 "김포 치과 추천"과 "마곡 치과 추천"에 각각 대응할 수 있게 해야 합니다.

Part 3(실행 자료) 및 김포점·마곡점 통합 AI 전략이 필요하시면 말씀해주세요.