

고객의 첫 질문이 Google·NAVER 검색창에서 AI 대화창으로 이동하고 있다

예전에는 고객이 검색 결과를 하나씩 비교했습니다. 이제는 AI에게 묻고, AI가 후보를 압축해 주는 화면에서 첫 판단이 시작됩니다.

익숙한 검색 화면

The screenshot shows a traditional search interface. On the left, there are navigation buttons for Google search, Naver integrated search, Places, and Blog reviews. The main content area is split into two columns. The left column shows search results from Google, including a link to '강남 인테리어 업체 추천 BEST 10 | 2025년 후기' and a snippet about comparing local interior design companies. The right column shows Naver search results, featuring a map with three red location markers and a list of three interior design companies with their ratings and addresses.

새로 커지는 답변 화면

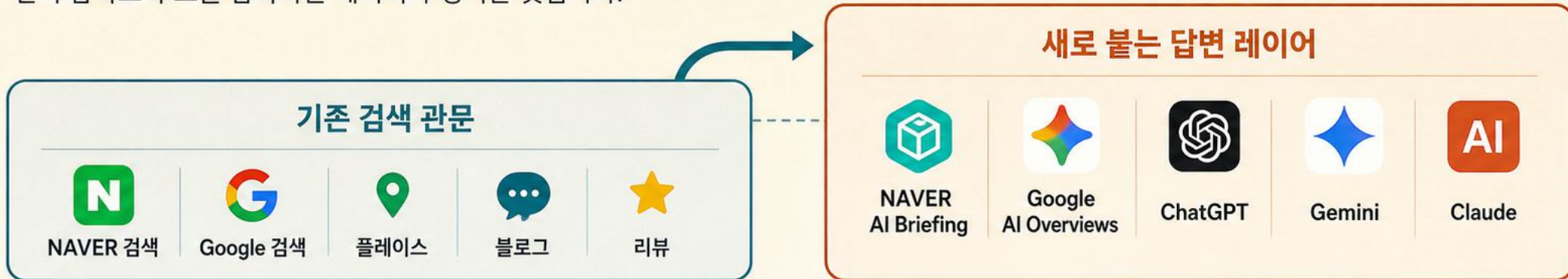
The screenshot shows an AI-powered search interface. At the top, there's a search bar with the text '강남 인테리어 업체 추천해줘'. Below it, a chat window displays an AI-generated response: '강남에서 인테리어를 잘하는 업체를 찾다면, 다음 3곳을 추천합니다.' followed by a numbered list of three interior design companies with brief descriptions and source URLs. To the right of the chat window, there are five buttons for different AI models: ChatGPT, Gemini, Claude, Perplexity, and NAVER AI Briefing.





이제 중요한 질문은 “몇 위인가?”가 아니라 “AI가 우리를 답변에 넣는가?”입니다.


Google·NAVER가 지배하던 검색 출발점 위에 AI 답변 레이어가 붙고 있다

한국 검색은 여전히 NAVER와 Google이 압도합니다.
변화의 핵심은 검색이 사라지는 것이 아니라, 검색창 위에 AI가 먼저 답하고 후보를 압축하는 레이어가 생기는 것입니다.



 NAVER는 국내 검색 점유율 60%+를 유지

 NAVER는 AI Briefing을 통합검색·플레이스·쇼핑으로 확장

 Gartner는 전통 검색량 25% 감소를 전망

 다음 경쟁은 “검색에 노출되는가”에서 “AI가 첫 답변에 우리를 넣는가”로 이동합니다.

단기엔 AI 요약, 장기엔 Agentic 답변이 정보 탐색을 재편한다

변화는 두 단계로 옵니다. 먼저 NAVER와 Google 검색 결과 위에 AI 요약이 붙고, 다음에는 ChatGPT·Claude·Gemini·Perplexity 같은 대화형 agent가 탐색의 출발점이 됩니다.

단기 · 검색 안의 AI 요약

기존 검색 결과 위에 AI가 먼저 답을 요약하고, 후보를 압축해 제시합니다.



NAVER
AI Briefing



Google
AI Overviews



AI Mode



장기 · Agentic 대화 탐색

검색창을 넘어, 대화형 agent가 질문을 해석하고 비교·추천·실행까지 도와줍니다.



ChatGPT



Claude



Gemini



Perplexity



Google AI Overviews

월간 20억 사용자

AI 요약이 일상 검색의 표준으로 확산



Google AI Mode

1억 MAU

독립적 AI 탐색 모드로 빠르게 성장



ChatGPT

7억 weekly active users

대화형 AI가 주요 탐색 채널로 자리매김



NAVER AI Tab beta
agentic search
experience로 출시

검색을 넘어 실행까지 지원



검색 구조가 AI 중심으로 바뀌면, 브랜드는 “검색 순위”뿐 아니라 “AI 답변 안의 선택 여부”를 측정해야 합니다.

기존 SEO 리포트는 AI가 왜 우리를 인용하지 않는지 설명하지 못한다

순위와 유입은 검색 결과 페이지의 지표입니다.

AI 답변 시대에는 질문별로 우리를 언급했는지, 인용했는지, 왜 빠졌는지를 따로 봐야 합니다.

기존 SEO가 보는 것



키워드 순위



검색 유입



블로그 발행량



플레이스 리뷰

AI 노출에서 봐야 하는 것



실제 고객 질문



AI 답변 원문



자사 사이트 citation



실패 rationale



고쳐야 할 site surface

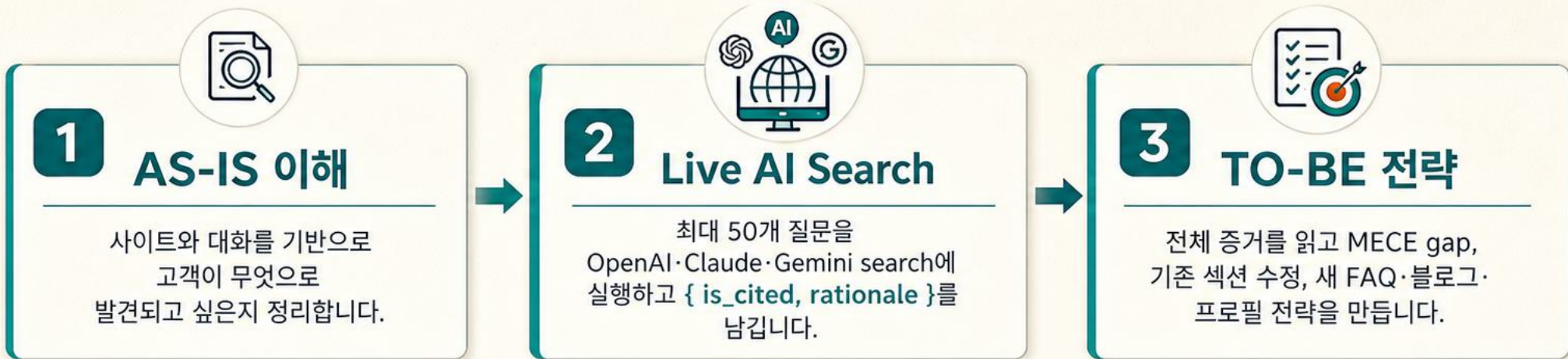


SEO를 버리는 것이 아니라, SEO 위에 AI answer visibility layer를 올려야 합니다.

SEEN은 실제 질문으로 AI가 우리를 봤는지 측정한다

우리는 “AI에 잘 나오게 해드립니다”라고 말하지 않습니다.

고객이 실제로 물을 질문을 만들고, AI 검색을 돌리고, AI가 우리를 봤는지와 그 이유를 증거로 남깁니다.



증거 기반으로 남기는 것



실제 고객 질문
고객의 언어로 구성



AI 답변 원문
그대로 캡처



자사 사이트 citation
인용 여부 기록



실패 rationale
왜 빠졌는지 분석



개선 실행 과제
우선순위와 담당 지정



AI 노출은 감이 아니라 query-by-query로 재측정할 수 있는 운영 지표가 됩니다.

SEEN은 한 번의 리포트가 아니라 AI 노출 상태를 계속 추적한다

AI 검색 결과는 모델·검색 인덱스·경쟁 콘텐츠가 바뀔 때마다 달라집니다. SEEN은 자동 분석을 반복해 사이트가 계속 발견 가능한 상태인지 확인합니다.



사이트 노출성은 일회성 리포트가 아니라 계속 관리해야 하는 operating metric입니다.

FREE FIRST REPORT

사이트 링크만 보내면 무료 1차 AI 노출 리포트를 받아볼 수 있습니다

사이트를 전달해주시면, SEEN이 실제 AI 검색을 돌려
우리 브랜드가 AI 답변에서 보이는지 1차로 분석해드립니다.



AI 답변 노출 여부



인용된 출처



빠진 이유



바로 고칠 포인트



지금 사이트 링크를 보내고 무료 1차 리포트를 받아보세요.