

휴대폰 하나로 혼자 해 보는

우리 가게 네이버 플레이스 30분 셀프 점검표

손님이 보는 화면과 관리 화면을 나란히 열어 두고,
항목마다 체크칸□에 표시해 보세요. 고칠 곳이 바로 보입니다.

19개

점검 항목

4묶음

기본 정보, 메뉴, 글, 리뷰

약 30분

처음 한 번 기준

이렇게 쓰세요

- 1** 두 화면을 열어 둡니다.
손님 화면 = 네이버 지도 앱에서 우리 가게 검색
관리 화면 = new.smartplace.naver.com 에 로그인
- 2** 항목마다 「괜찮은 상태」와 우리 가게를 비교하고, 같으면 체크칸에 표시합니다.
- 3** 체크하지 못한 칸이 고칠 곳입니다. 마지막 쪽 「고치는 순서」대로 하나씩 손보세요.

1 손님 가장 먼저 보는 기본 정보

약 5분

왜 정보부터 보나요? 네이버 공식 안내

네이버 스마트플레이스 고객센터는 플레이스 검색 결과에 검색어와 정보의 유사도, 업체와 카테고리 인기도, 거리, 정보의 충실성 등을 종합해 반영한다고 안내합니다. 각 요소의 비중은 공개되어 있지 않습니다. 이 가운데 대표님이 지금 바로 손댈 수 있는 것이 정보를 정확하고 빠짐없이 채우는 일입니다.

1 업종 카테고리 업체정보 > 기본정보



무엇을 보나 등록된 업종이 우리 가게를 한마디로 부르는 말과 맞는지 봅니다.

왜 중요한가 손님은 「동네 이름 + 음식 이름」으로 찾는 경우가 많습니다. 업종이 실제와 다르면 가게 소개의 첫 단추부터 어긋납니다.

괜찮은 상태 손님에게 "여기 무슨 집이에요?" 하고 물었을 때 나올 답과 업종 이름이 같습니다.

2 영업시간과 휴무일 업체정보 > 휴무일, 영업시간



무엇을 보나 요일별 영업시간, 브레이크, 라스트오더, 정기휴무, 임시휴무가 실제와 같은지 봅니다.

왜 중요한가 문 닫은 시간에 헛걸음한 손님은 다시 오기 어렵고, 그 경험이 리뷰로 남기도 합니다.

괜찮은 상태 이번 주 실제 영업과 화면이 한 칸도 다르지 않습니다. 명절이나 공사로 쉬는 날은 미리 임시휴무로 넣어 둡니다.

3 전화번호와 스마트콜 업체정보 > 기본정보



무엇을 보나 지금 받는 번호인지, 「스마트콜 사용」 버튼을 켜는지 봅니다. 켜면 손님에게 0507로 시작하는 번호가 보입니다.

왜 중요한가 전화는 손님이 자리와 예약을 가장 빨리 확인하는 길입니다. 받지 않는 번호면 손님은 바로 다른 가게를 누릅니다.

괜찮은 상태 손님 화면에서 전화 버튼을 눌러 보면 가게 전화가 울립니다. 스마트콜은 켜 둡니다. 테세라 작업 기준

4 찾아오는 길 업체정보 > 기본정보, 400자



무엇을 보나 가까운 역 출구와 걸리는 시간, 건물 층수, 입구 찾는 법, 주차 안내가 들어 있는지 봅니다.

왜 중요한가 처음 오는 손님은 건물 앞에서 입구를 찾느라 헤매기 쉽습니다. 찾기 쉬우면 "어디로 들어가요?" 전화도 줄어듭니다.

괜찮은 상태 예) 00역 2번 출구에서 걸어서 3분, 편의점 옆 건물 1층입니다. 처음 온 사람이 지도 없이도 찾아올 수 있습니다.

5 주차와 편의 정보 업체정보 > 부가정보



무엇을 보나 주차 가능 여부, 인근 대체 주차장, 주차 상세안내(400자), 제공 시설(단체이용가능, 포장, 무선인터넷, 유아의자 등)을 봅니다.

왜 중요한가 차를 가져갈지, 아이와 가도 되는지는 손님이 출발 전에 확인합니다. 비어 있는 칸은 "안 되는구나"로 읽히기 쉽습니다.

괜찮은 상태 주차장이 없으면 「불가」에서 멈추지 않고, 가까운 공영주차장 이름과 걸어오는 시간을 주차 상세안내에 적어 둡니다.

6 메뉴와 가격 업체정보 > 메뉴정보

무엇을 보나 파는 메뉴가 빠짐없이 있는지, 가격이 지금 메뉴판과 같은지, 없어진 메뉴가 남아 있지 않은지 봅니다.

왜 중요한가 화면과 계산할 때 가격이 다르면 손님 기분이 상합니다. 네이버도 정확한 정보가 현장에서의 일치된 경험과 만족도 높은 리뷰로 이어진다고 안내합니다. [네이버 공식 안내](#)

괜찮은 상태 가게 메뉴판과 화면 메뉴를 나란히 놓고 봤을 때 다른 곳이 하나도 없습니다.

7 메뉴 순서와 분류 메뉴정보 > 메뉴, 카테고리

무엇을 보나 대표 메뉴가 맨 위에 있는지, 「카테고리 없음」에 남은 메뉴가 없는지, 대표 메뉴에 추천 표시를 했는지 봅니다.

왜 중요한가 손님은 휴대폰으로 위쪽 몇 개만 보고 정하는 경우가 많습니다. 대표 메뉴가 아래에 묻히면 그 메뉴를 모른 채 지나갑니다.

괜찮은 상태 처음 온 손님도 "여기선 이걸 먹어야 하는구나"를 첫 화면에서 압니다. 분류는 대표 메뉴, 식사, 결들임, 주류처럼 고르는 순서대로 둡니다.

8 메뉴 사진과 설명 메뉴명 20자, 설명 200자

무엇을 보나 대표 메뉴마다 사진이 있는지, 설명에 양, 맛, 먹는 방법이 들어 있는지 봅니다.

왜 중요한가 처음 보는 메뉴 이름만으로는 주문을 망설입니다. 사진 한 장과 설명 한 줄이 그 망설임을 줄여 줍니다.

괜찮은 상태 예) 두툼하게 썬 목살, 직원이 테이블에서 구워 드립니다. 무엇이 나오는지 머릿속에 그려집니다.

9 가게 사진



무엇을 보나 외관(간판이 보이게), 내부 자리, 대표 메뉴, 메뉴판 사진이 다 있는지, 오래된 사진이 맨 앞에 있지 않은지 봅니다.

왜 중요한가 손님은 글보다 사진을 먼저 봅니다. 간판 사진은 찾아오는 길을, 내부 사진은 "누구랑 와도 되겠다"를 알려 줍니다.

괜찮은 상태 대표사진이 5장 이상이고 앞쪽에 대표 메뉴와 외관이 있습니다. [테세라 작업 기준](#) 실제와 달라 보일 만큼 보정하지 않습니다.

10 좌석과 단체석 업체정보 > 식당 특화정보

무엇을 보나 좌석유형(입식, 좌식, 카운터석, 1인석 등), 단체석과 룸 인원, 대관, 콜키지가 실제와 맞는지 봅니다.

왜 중요한가 회식, 모임, 혼밥 손님은 "우리 자리가 되나"부터 봅니다. 맞는 자리가 보이면 물어보지 않고도 정할 수 있습니다.

괜찮은 상태 실제 있는 자리만 켜져 있습니다. 바테이블과 카운터석을 같이 켜면 같은 자리가 두 번 보이니 하나만 고릅니다.

[테세라 작업 기준](#)

3 소개글, 대표키워드, 자주 묻는 질문

약 7분

11 소개글 첫 두 줄

기본정보 > 상세설명, 최대 2,000자

☐

무엇을 보나

첫 두 줄에 동네, 무슨 집인지, 우리만의 장점이 들어 있는지 봅니다. 영업시간, 주소, 전화는 다른 칸에 있으니 되풀이하지 않습니다.

왜 중요한가

휴대폰에서는 소개글 앞부분이 먼저 보입니다. 첫 두 줄이 가게의 첫인상이라 자랑할 점을 앞에 둡니다.

괜찮은 상태

예) 망원동에서 숯불에 직접 굽는 돼지갈비집입니다. 한 문장으로 가게가 그려집니다. 2,000자는 최대치일 뿐 채워야 하는 양이 아닙니다.

12 대표키워드 5칸

기본정보 > 대표키워드

☐

무엇을 보나

5칸을 채웠는지, 실제 파는 메뉴와 가게 특징인지, 같은 말을 되풀이하지 않았는지 봅니다.

왜 중요한가

손님이 찾는 말과 가게 정보가 맞아야 서로 이어질 수 있습니다. 네이버도 검색어와 정보의 유사도를 반영 요소로 안내합니다. [네이버 공식 안내](#)

괜찮은 상태

예) 돼지갈비, 숯불구이, 양념갈비, 단체회식, 가족모임 한 칸에 하나씩 씁니다. 동네 이름은 주소로 알 수 있으니 칸을 아킵니다. [테세라 작업 기준](#)

13 글자와 기호

소개글, 찾아오는 길, 메뉴

☐

무엇을 보나

이모지나 ★, ■, ►, → 같은 기호를 넣지 않았는지 봅니다.

왜 중요한가

스마트플레이스 입력 화면에는 쓸 수 있는 특수문자가 정해져 있다는 안내가 나옵니다. 목록에 없는 기호는 등록되지 않습니다. [네이버 입력 화면 안내](#)

괜찮은 상태

줄바꿈, 쉼표, 대괄호 [대표 메뉴], 하이픈(-) 정도로 읽기 쉽게 나눕니다.

14 자주 묻는 질문 소식

소식

☐

무엇을 보나

손님이 전화로 자주 묻는 것(주차, 예약, 단체, 포장, 아이 동반)을 모아 둔 소식 글이 있는지 봅니다.

왜 중요한가

같은 질문 전화가 줄고, 망설이던 손님이 물어보지 않고도 정할 수 있습니다.

괜찮은 상태

질문과 답을 소식 1개에 모아 두고, 가격이나 시간이 바뀌면 같이 고칩니다. [테세라 작업 기준](#)

4 리뷰, 쿠폰, 톡톡

약 8분

15 리뷰 답글

내 업체 > 리뷰

☐

무엇을 보나

최근 리뷰에 답글이 달려 있는지, 아쉬운 리뷰에도 답했는지 봅니다.

왜 중요한가

다음 손님은 리뷰와 함께 가게의 답글도 읽습니다. 답글은 "이 가게는 손님 말을 듣는다"는 신호가 됩니다.

괜찮은 상태

리뷰가 올라오면 하루 안에 답합니다. [테세라 작업 기준](#) 아쉬운 리뷰에는 변명보다 고친 점을 적습니다.

16 평균 별점 표시 평균 별점 ON/OFF 설정



무엇을 보나 업체 평균 별점 표시가 켜져(ON) 있는지 꺼져(OFF) 있는지, 대표님이 원하는 쪽인지 봅니다.

왜 중요한가 평균 별점은 별점을 남긴 리뷰어가 10명 이상일 때만 보이고, 별점 수집 종료 뒤 등록된 가게는 처음에 꺼져 있습니다. 꺼도 개별 리뷰의 별점은 그대로 보입니다. [네이버 공식 안내](#)

괜찮은 상태 켜지 끌지 대표님이 알고 정했습니다. 리뷰를 부탁할 때 특정 별점을 요청하지 않습니다. [테세라 작업 기준](#)

17 리뷰 키워드 설정 내 업체 > 리뷰 > 키워드설정



무엇을 보나 손님이 리뷰를 쓸 때 고르는 키워드 문구를 가게 강점에 맞게 골라 두었는지 봅니다. 주인 권한이 있어야 바꿀 수 있습니다.

왜 중요한가 우리 강점이 보기에 있어야 손님도 그 점을 골라 줄 수 있습니다. 업종에 따라 이 설정이 없는 경우도 있습니다. [네이버 공식 안내](#)

괜찮은 상태 가게가 자신 있는 점(맛, 양, 분위기, 친절 등)이 보기에 들어 있습니다.

18 쿠폰 쿠폰명 15자, 사용조건 20자



무엇을 보나 지금 쓸 수 있는 쿠폰이 있는지, 유효기간이 지나지 않았는지, 사용조건이 짧고 분명한지 봅니다.

왜 중요한가 쿠폰은 처음 오는 손님에게 "한번 가 볼까" 하는 이유가 됩니다. 긴 설명을 쓸 칸이 없어 조건이 20자 안에 다 들어가야 합니다.

괜찮은 상태 쿠폰 1개를 리뷰 이벤트와 묶어 운영합니다. [테세라 작업 기준](#) 사용조건 예) 매장 식사 시 1테이블 1회

19 특특 자동 메시지 특특 > 자동응답 설정



무엇을 보나 환영인사, 알림받기 완료, 부재중 메시지 세 가지를 설정했는지, 특특 상담이 켜져 있는지 봅니다.

왜 중요한가 문의에 답이 없으면 손님은 다른 가게로 넘어가기 쉽습니다. 자동 메시지가 바쁜 시간과 문 닫은 시간의 빈자리를 채웁니다.

괜찮은 상태 부재중 메시지에 영업시간과 영업 시작 후 차례로 답드리겠습니다 같은 안내가 들어 있습니다.



점검을 마치셨다면

고치는 순서

1 틀린 정보부터

영업시간, 전화번호, 메뉴 가격처럼 손님이 헛걸음하거나 기분 상할 수 있는 것을 먼저 고칩니다.

2 빈칸 채우기

주차, 좌석, 메뉴 사진, 찾아오는 길처럼 비어 있는 칸을 채웁니다.

3 글 다듬기

소개글 첫 두 줄, 대표키워드, 자주 묻는 질문 소식을 손님 눈으로 다시 읽고 고칩니다.

4 꾸준히 하기

리뷰 답글, 쿠폰 유효기간, 석 달에 한 번쯤 사진과 소개글 손보기.

이 순서는 테세라마케팅이 매장을 세팅할 때 쓰는 작업 순서입니다.

이 점검표에 넣지 않은 것

네이버 예약, 플레이스 광고, AI 정보 탭은 가게마다 쓰는지 여부와 보이는 화면이 달라 이번 점검표에서 뺐습니다. AI 정보 탭은 가게에 따라 보이지 않을 수 있습니다.

혼자 보기 어려우시면

우리 가게 플레이스, 무료 진단으로 같이 보세요

플레이스 링크만 보내 주시면 정보 완성도, 경쟁 상황, 무엇보다 고치면 좋을지 정리한 진단서를 무료로 보내 드립니다. 받아 보신 뒤 진행하지 않으셔도 되고, 영업 전화는 하지 않습니다.

홈페이지 문의

tesseractmarketing.kr/contact

무료 진단 문의 화면으로 바로 갑니다

카카오톡 채널

pf.kakao.com/_xlxapwX

누르면 테세라마케팅 카카오톡 채널이 열립니다

플레이스 링크 복사하는 법 네이버 지도에서 우리 가게 검색 > 공유 > 링크 복사

출처와 기준

네이버 스마트플레이스 사업주 고객센터, 「플레이스 업체 검색 순위를 높이는 방법 안내」 (2026년 10월 확인)

네이버 스마트플레이스 사업주 고객센터, 「별점/키워드형 리뷰 노출 안내」 (2026년 10월 확인)

스마트플레이스 관리 화면의 입력 칸과 입력 제한 안내 문구 (테세라마케팅 확인, 2026년 9월)

「테세라 작업 기준」은 테세라마케팅이 매장을 세팅할 때 쓰는 내부 기준이며, 네이버가 정한 규칙이 아닙니다.