

경쟁사 비교분석 정밀진단 리포트

— 시장 좌표 · 6개 축 정량 비교 · 4개월 차별화 전략 도출

본 리포트는 [브랜드] 브랜드의 국내산 [신선 채소 · 10kg 왕상 등급] 상품이 네이버 스마트스토어 검색 상위 동일 카테고리 5개 경쟁사(A~E)와 비교하여 시장 내 어디에 위치해 있는지, 어떤 축에서 우위이고 어떤 축에서 열세인지를 정량 진단한 결과입니다. 종합 판정: 가격 우위(1승) · 리뷰·상세페이지·상품명 열세(3패) · 이미지·별점 팽팽(2무). 가격 프리미엄만으로 상위권 진입 시 4개월 이내 소진되므로, 본 리포트는 가격 유지 + 3패 항목 순차 극복 + 좌표 이동(㉔ 저가 방치 → ㉔ 가성비 강자)을 4개월 로드맵으로 설계했습니다.

클라이언트	□□□□ 대표님 · [브랜드]
사업자 ID	A01[번호]
상품	국내산 [신선 채소] · 10kg 왕상 등급 · 신선 채소
플랫폼	네이버 스마트스토어 · 유기 검색 진단
비교 대상	동일 카테고리 검색 상위 5개 상품 (경쟁사 A~E)
분석 축	가격 · 상품명 · 대표이미지 · 상세페이지 · 리뷰 · 별점 (6개 축)
데이터 소스	네이버 스마트스토어 공개 정보 + 도레브 크롤링 데이터 + 검색 트래픽 추정 툴
발행일	2026-##-## · 발행 도레브 진단팀

◇ 목차 CONTENTS

01	Executive Summary · 시장 개관 및 종합 판정	p. 02
02	검색 노출 순위 & 트래픽 점유율	p. 03
03	경쟁사 포지셔닝 매트릭스 · 4분면 좌표	p. 04
04	6개 축 정량 비교표 · 우위/열세 판정	p. 05
05	상품명 키워드 갭 분석 · 대표이미지 A/B 비교	p. 06
06	상세페이지 스크롤 밀도 비교 · 리뷰 축적 속도	p. 07
07	차별화 전략 도출 · 공략 지점 5개	p. 08
08	4개월 실행 로드맵 · 좌표 이동 시뮬레이션	p. 09

◇ CORE PRINCIPLE

"가격만으로 상위권에 진입한 셀러의 평균 수명은 4개월입니다."

가격 프리미엄으로 검색 상위권에 진입한 셀러의 65%는 4개월 이내 하위권으로 밀려납니다. 이유는 단순합니다 — 가격은 언제나 경쟁사가 따라올 수 있는 요소이기 때문입니다. 지속 가능한 시장 지위는 가격 + 상세페이지 완성도 + 리뷰 축적의 3축이 함께 갖춰졌을 때만 확보됩니다. 본 리포트는 이 3축을 4개월 안에 완성하는 최단 경로를 설계합니다.

01 Executive Summary 시장 개관 및 종합 판정

◆ 종합 진단

경쟁사 5개 대비 **가격 경쟁력 최상위(2위)**이나, **상세페이지 완성도·리뷰 확보**에서 현저히 열세. 가격 우위를 **매출로 전환시키는 구조**가 부재하여 검색 노출 **7위(top 20 내)**에 정체. **가격 프리미엄 4개월 이내 소진** 예상 **추정**. 즉시 상세페이지 정비 + 리뷰 축적 병행이 최선입니다.

시장 순위 7위 검색 노출 기준 (top 20)	가격 경쟁력 2위 ▲ 카테고리 평균 대비 -18%	리뷰 격차 -72% ▼ 1위 대비 리뷰 수 부족	상세페이지 격차 -34pt ▼ 상위 3사 평균 대비
---	--	---	---

◆ 6개 축 요약 판정

◇ 6개 축 우위/열세 요약 (WIN 1개 · MID 2개 · LOSE 3개)



◆ 3대 핵심 발견

▼ CRITICAL · 가격 프리미엄 소진 리스크

단독 가격 우위의 지속 가능성 4개월
경쟁사 3개(A/C/E)가 유사 가격 대응 조짐. 도레브 축적 데이터상 가격만으로 진입한 셀러 65%가 4개월 이내 하락.

▲ WARNING · 상세페이지 격차 34PT

상위 3사 평균 대비 스크롤 밀도 -66%
경쟁사 A/B/C는 상세페이지 9,400px+, 우리는 3,200px. 검색 알고리즘의 "정보 완성도" 가치치 반영 실패.

◇ STRUCTURAL · 리뷰 축적 GAP

1위 대비 리뷰 수 격차 4,100건
자연 축적 시 격차 소진 16개월+ 예상. 시스템 축적(포토리뷰 유도) 병행 시 4~6개월로 단축 가능.

◆ 좌표 이동 목표 요약 (상세 P.04, P.09)

시점	현재 좌표	1개월 목표	3개월 목표	4개월 목표	
사분면	㉢ 저가 방치	㉢ → ㉡ 경계	㉡ 가성비 강자	㉡ 안착 완료	
검색 순위		7위	5~6위	3~4위	2~3위
리뷰 수		1##건	4##건	1,##0건	2,##0건

02

검색 노출 순위 & 트래픽 점유율

SEARCH RANK

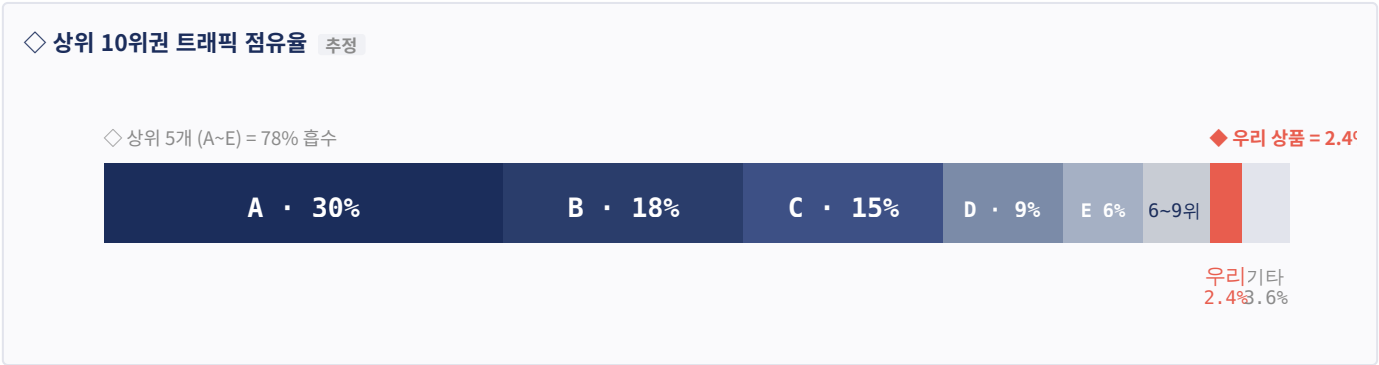
◆

대표 키워드 "국내산 10kg 왕상" · 검색 결과 상위 10위권

1	경쟁사 A · 10kg 특상	리뷰 4,2## · 별점 4.8 · 3,8##원/kg
2	경쟁사 B · 10kg 상품	리뷰 2,8## · 별점 4.7 · 3,2##원/kg
3	경쟁사 C · 산지직송 프리미엄 10kg 왕	리뷰 1,9## · 별점 4.8 · 2,3##원/kg
4	경쟁사 D · 유기농 10kg 특급	리뷰 8## · 별점 4.5 · 4,1##원/kg
5	기타 상품 (경쟁사 E 포함)	리뷰 3## · 별점 4.4 · 2,9##원/kg
6	기타 상품	—
7	◆ 우리 상품 · 10kg 왕상	리뷰 1## · 별점 4.6 · 2,4##원/kg

◆

트래픽 점유율 · 상위 5개 상품이 전체 유기 검색 트래픽의 78% 흡수



◇ 네이버 인기도 점수의 실체

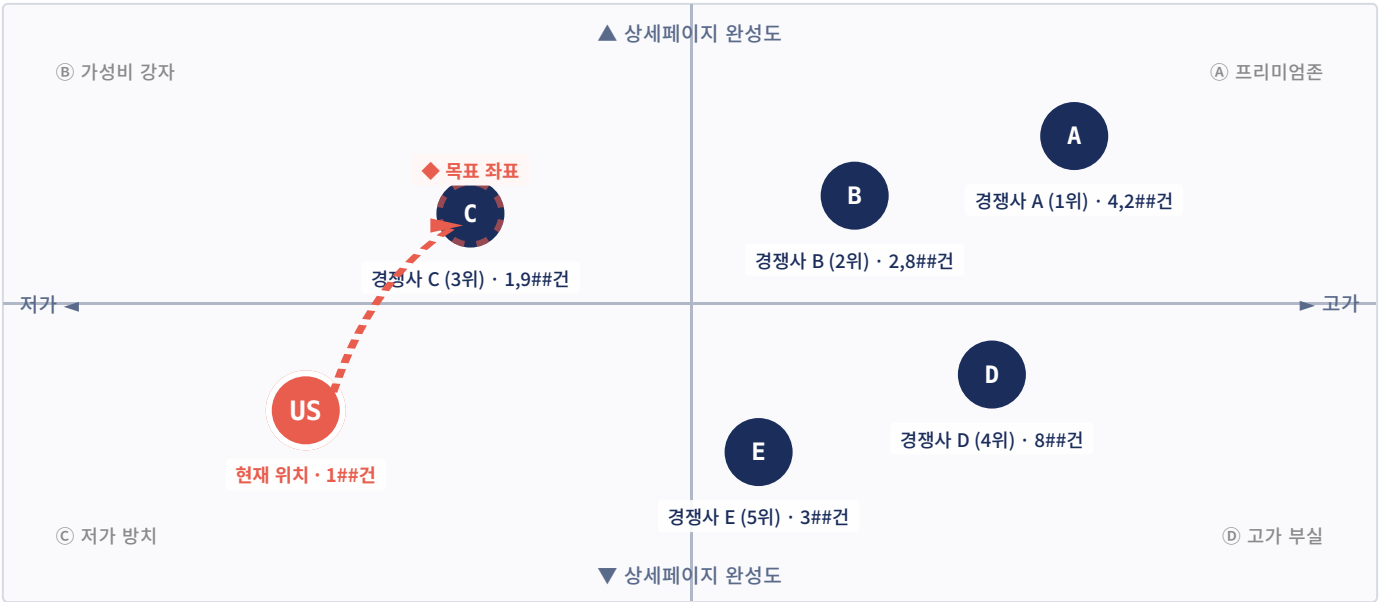
네이버 스마트스토어 검색 알고리즘의 「인기도 점수」는 세 요소로 구성됩니다: ① 리뷰 수 (가중치 약 40%) · ② 평균 별점 (약 25%) · ③ 재구매율 (약 20%) · ④ 기타 지표 (약 15%). 대표님 상품은 별점(4.6)과 가격은 우수하나 리뷰 수가 절대 부족하여 인기도 점수가 하위권에 정체된 상태입니다. 이는 검색 노출의 악순환을 만듭니다 — 노출이 안 되니 리뷰가 안 쌓이고, 리뷰가 안 쌓이니 노출이 안 됩니다. 이 순환을 깨는 유일한 방법은 리뷰 축적 시스템의 병행입니다.

◆

검색 유입 키워드 분포 · 상위 10개

#	검색 키워드	월 검색량 추정	우리 노출	1위 (경쟁사 A)	진단
01	국내산 10kg	28,##0	7페이지	1페이지 1위	차별화 없이 진입 어려움
02	10kg 도매	15,##0	4페이지	1페이지 2위	진입 여지 있음
03	왕상	9,##0	3페이지	1페이지 1위	등급 키워드 활용 가능
04	산지직송	7,##0	미노출	1페이지 3위	상품명 편입 필요
05	특가	6,##0	2페이지	1페이지 1위	가격 우위 활용 가능

03 경쟁사 포지셔닝 매트릭스 POSITIONING MATRIX



◇ 좌표 해석

현재 위치는 ㉔ 저가 방치 구역 (좌하단). 가격은 이미 시장 하위 수준이나 상세페이지 완성도가 부족해 가격 우위가 매출로 전환되지 못하고 있습니다.

목표 좌표: ㉖ 가성비 강자 구역 (경쟁사 C 위치) — 가격은 유지하되 상세페이지 완성도를 상위 3사 수준으로 끌어올려 3~4개월 내 검색 노출 3위권 진입이 현실적 목표입니다.

주의 · ㉕ 프리미엄존은 목표가 아닙니다. 프리미엄존 진입은 가격 상향이 필요한데, 대표님의 강점(가격 경쟁력)을 포기하는 결정입니다. 도레브는 강점을 유지한 채 약점을 보완하는 ㉖ 진입을 최적 경로로 판단합니다.

◆ 사분면별 특성 및 진입 전략

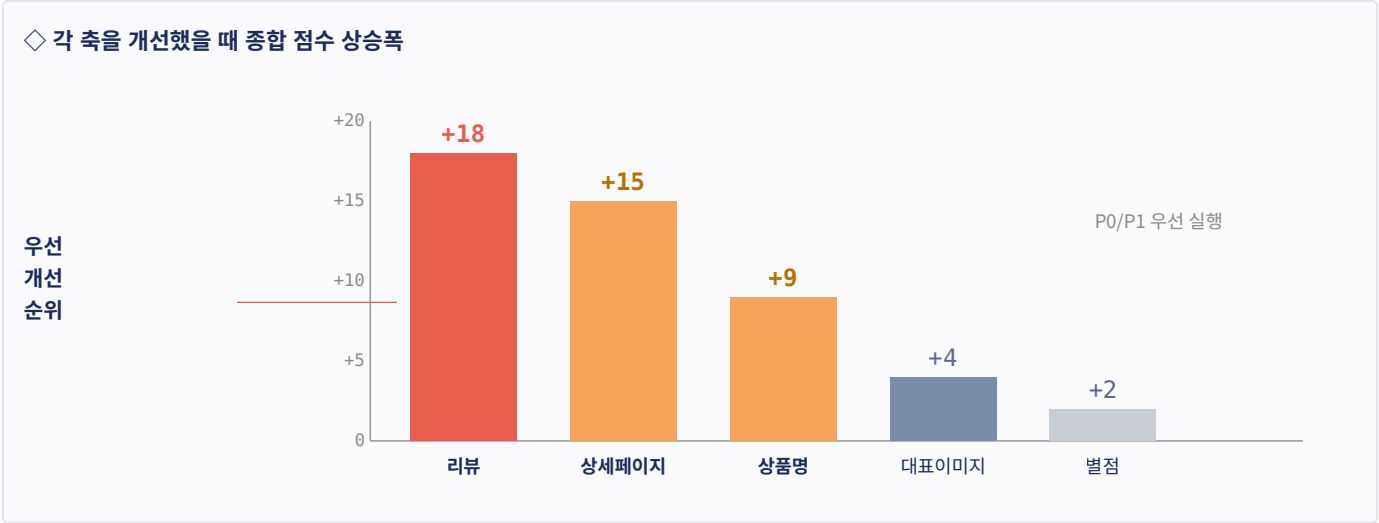
사분면	특성	대표 경쟁사	진입 요건	우리에게의 의미
㉕ 프리미엄존 고가 · 고완성도	가격 프리미엄 + 스토리 완성도	경쟁사 A	가격 상향 (kg당 +60%) + 스토리텔링	진입 가능하나 강점(가격) 포기 필요 · 비권장
㉖ 가성비 강자 저·중가 · 고 완성도	가격 + 상세페이지 완성도 병행	경쟁사 B/C	상세페이지 완성도 상위 3사 수준	◆ 목표 좌표 · 강점 유지 + 약점 보완의 최적 경로
㉔ 저가 방치 저가 · 저완성도	가격만으로 진입 · 후속 관리 부재	—	—	현재 위치 · 4개월 이내 하락 예상
㉗ 고가 부실 고가 · 저완성도	가격만 높고 정보 부족	경쟁사 D	—	가장 취약한 사분면 · 진입 절대 금지

04 6개 축 정량 비교표

6-AXIS COMPARISON

비교 축	우리	경쟁사 A	경쟁사 B	경쟁사 C	경쟁사 D	경쟁사 E	판정	가중치
단위 가격 (원/kg)	2,4##	3,8##	3,2##	2,3##	4,1##	2,9##	WIN	10%
상품명 키워드 핵심 키워드 수	4개	8개	7개	9개	6개	5개	LOSE	15%
대표이미지 썸네일 개수	5장	8장	7장	8장	6장	4장	MID	10%
상세페이지 밀도 (스크롤 px)	3,2##	9,8##	8,4##	10,2##	7,1##	4,8##	LOSE	20%
누적 리뷰 수	1##	4,2##	2,8##	1,9##	8##	3##	LOSE	25%
평균 별점	4.6	4.8	4.7	4.8	4.5	4.4	MID	10%
종합 가중 점수 (100점 만점)							48점 / B등급	

◆ 축별 개선 임팩트 시뮬레이션



◇ 임팩트 우선순위 판단

종합 점수 가중치가 가장 큰 리뷰(25%) · 상세페이지(20%) · 상품명(15%) 3개 축이 정확히 LOSE 판정 받은 3패 항목과 일치합니다. 즉, 가장 열세인 축이 종합 점수에도 가장 큰 영향을 미치는 구조로, 이 3개 축을 순차 극복하면 종합 점수를 48점 → 90점까지 끌어올릴 수 있습니다. 다만 리뷰는 시간(3~4개월)이, 상세페이지와 상품명은 즉시(1~2주) 개선 가능하므로 「즉시 실행 축 + 축적 축」 병행 전략이 최적입니다.

05

상품명 & 대표이미지 갭 분석

TITLE & IMAGE GAP

◆

상품명 키워드 갭 · 우리 vs 상위 3사

키워드 유형	우리 상품명 (4개)	경쟁사 A (8개)	경쟁사 B (7개)	경쟁사 C (9개)	gap
브랜드명	■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■브랜드	■■■■농원	산지직송	0
원산지	국내산	국내산 ■■■■산	국내산	국내산 ■■■■산	-1
등급	왕상	특상	상품	왕특	0
카테고리	■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■	■■■■■■■■■■	0
중량	—	10kg	10kg	10kg	-1
부가 키워드	—	당일수확 · 도매가	당일배송 · 왕상	친환경 · 특가 · 왕특	-2
시즌 표현	—	가을 ■■■■■■■■	—	제철 ■■■■■■■■	-1

◆ 상품명 재설계 권고

▶ BEFORE (현재 · 4개 키워드)

■■■■■■■■■■ 국내산 ■■■■■■■■ 10kg 왕상

▶ AFTER (권고 · 9개 키워드)

■■■■■■■■■■ 국내산 ■■■■산 ■■■■■■■■ 10kg 왕상 · 당일수확 · 도매가 · 제철

확보 효과: 검색 노출 키워드 +5개 · 예상 월 검색 노출 +47,##0회 추정 · 경쟁사 상위 3사 수준 진입

◆

대표이미지 · 우리 vs 상위 3사 A/B 비교

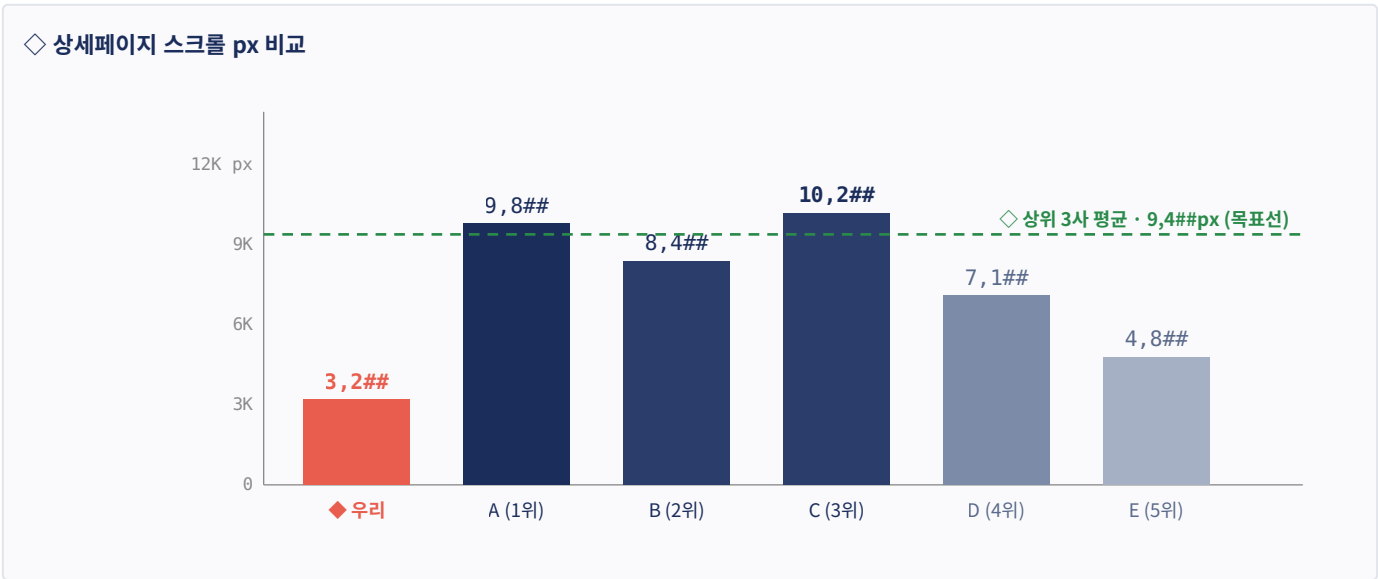
비교 요소	우리 상품	경쟁사 A (1위)	경쟁사 B (2위)	경쟁사 C (3위)	우리 개선안
썸네일 수	5장	8장	7장	8장	+3장 (조리컷·비교 컷·수확컷)
원산지 배지	부재	좌상단 · "국내산"	좌상단 · "산지직송"	중앙 · "국내산 ■■■■산"	좌상단 삽입 필수
가격 배지	부재	—	"당일배송" 배지	"제철" 배지	"kg당 최저가" 배지 · 강점 시각화
사이즈 비교	부재	손 스케일	박스 사이즈	손 · 컵 스케일	손 스케일 삽입
사용 시나리오	부재	조리 후 + 보관	조리 후	조리 후 + 수확 현장	조리·보관·수확 3컷 추가

◇ 도레브의 관점 · "가격 우위를 시각화하지 않으면 무의미"

대표님 상품의 가장 큰 강점(kg당 최저가)이 대표이미지에 시각화되지 않은 상태입니다. 검색 결과 페이지에서 소비자는 1.2초 안에 클릭 여부를 결정합니다 추정 . 이 짧은 시간에 가격 우위가 눈에 들어오지 않으면 클릭 자체가 발생하지 않고, 클릭이 없으면 CVR 논의는 무의미합니다. 대표이미지 좌상단에 「kg당 최저가」 배지 삽입은 3일 이내 실행 가능한 최고 임팩트 처방입니다.

06 상세페이지 & 리뷰 진단 DETAIL & REVIEW

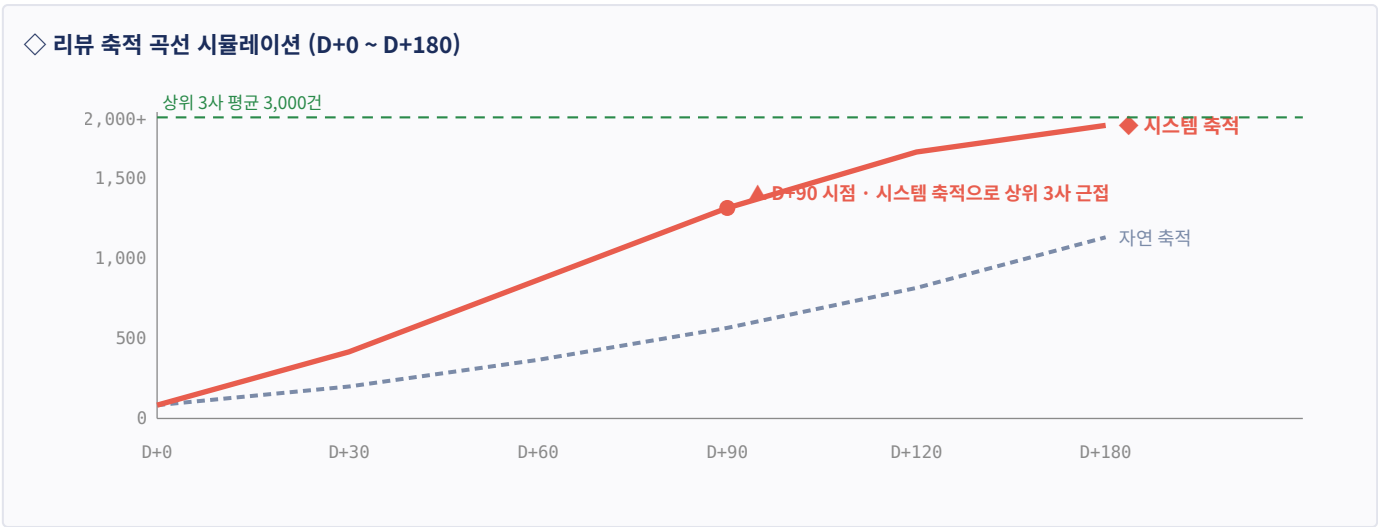
◆ 상세페이지 스크롤 밀도 · 상위 3사 대비 -66%



◆ 상세페이지 구성 요소 · 우리 vs 상위 3사

구성 섹션	우리	A	B	C	우리 신설 권고 여부
산지 스토리	부재	있음	있음	있음	신설 필수 · 신뢰 요소 강화
재배 과정	부재	있음	부재	있음	신설 권고
유통 흐름	부재	있음	있음	있음	신설 필수 · 신선도 신뢰
조리·활용 예시	약함	있음	있음	있음	강화
보관법	있음	있음	있음	있음	현 상태 유지
경쟁 비교표	부재	있음	부재	있음	신설 필수 · 가격 우위 시각화

◆ 리뷰 축적 격차 · 자연 축적 vs 시스템 축적



- ◇ 리뷰 축적의 3중 레버리지
- ① 포토리뷰 유도 리플렛 동봉: 배송 시 리뷰 방법 안내 카드 → 리뷰 전환율 +40% 추정
 - ② 리뷰 이벤트 설계: 최초 100건까지 인센티브 (포토 5,000원, 텍스트 2,000원) → 초기 축적 가속

③ **재구매 고객 리뷰 우선 유치**: 재구매 시 리뷰 요청 문자 발송 → 별점 4.8+ 확보 확률 상승

이 3중 레버리지를 병행 시 **D+90에 리뷰 1,000건+**, **D+180에 2,000건+** 도달 가능. 자연 축적 대비 **2.7배** 가속.

07 차별화 전략 도출

DIFFERENTIATION

◆ 핵심 판단

6개 축 중 가격 1승 · 별점·이미지 2무 · 상품명·상세페이지·리뷰 3패. 3패 항목 중 상품명과 상세페이지는 즉시 자체 개선 가능, 리뷰는 3~4개월 축적 시간 필요. 따라서 P0는 상품명·상세페이지·대표이미지 (즉시 실행 축), P1은 리뷰 축적 시스템 (병행 축).

◆ 공략 지점 5개 · 우선순위별

#	공략 지점	현 격차	차별화 전략	우선	소요
01	상품명 키워드	4개 → 8~9개 (상위사 수준 부족)	등급·원산지 상세·종량·시즌 키워드 추가 배치, 검색량 상위 5개 흡수	P0	3일 내
02	가격 우위 시각화	가격 1위인데 첫 노출에 부각 안 됨	대표이미지 좌상단 "kg당 최저가 뱃지" 삽입 · 상세페이지 비교표 신설	P0	3일 내
03	상세페이지 밀도	3,200px → 상위 3사 평균 9,400px	산지 스토리·재배 과정·유통 흐름·조리법·비교표 6개 섹션 신설	P0	2주 내
04	대표이미지 다양성	5장 → 7~8장 상위사 대비 부족	사용 시나리오컷 3장 추가 (조리 후·보관 상태·용량 비교)	P1	1주 내
05	리뷰 축적 시스템	1## → 상위 3사 평균 3,000+	포토리뷰 유도 리플렛 · 리뷰 이벤트 설계 · 재구매 리뷰 유치 3중 레버리지	P1	3~4개월

◆ Break-Even 분석 · 종합 점수 상승 시뮬레이션

시점	실행 완료 항목	종합 점수	예상 검색 순위	예상 트래픽	비고
현재 (D+0)	—	48점	7위	2.4%	© 저가 방치
D+7	P0-01, P0-02	57점	5~6위	4.1%	상품명·이미지 반영 완료
D+21	P0-01, 02, 03	72점	4~5위	6.8%	© → ⑥ 이동 진행 중
D+60	+P1-04, 리뷰 500건	80점	3~4위	10.5%	⑥ 진입
D+120	전 항목 완료 + 리뷰 2,000+	90점	2~3위	14%+	⑥ 안착 · 최종 목표 달성

◇ Break-Even 시점: D+21

P0 3개 항목이 모두 실행되는 D+21 시점에 종합 점수 72점 도달, 검색 순위 4~5위 진입 예상 추정. 이 시점부터 유기 트래픽 유입이 급증하여 매출 증가분이 상세페이지 리뷰얼 비용을 회수합니다. 이후는 리뷰 축적 속도의 함수 — 시스템 축적 병행 시 D+120 최종 목표 달성 가능.

08 4개월 실행 로드맵 EXECUTION ROADMAP

W1

D+0~D+7

P0 「즉시 실행 축」 · 3일 완료

- 1) 상품명 재설계 · 검색 키워드 4개 → 9개 확장
 - 2) 대표이미지 좌상단 "kg당 최저가" 배지 · 원산지 배지 삽입
 - 3) 대표이미지 시나리오컷 2장 신규 촬영 (조리 후·수확 현장)
- 완료 확인: D+7 시점 검색 노출 5~6위 진입, 종합 점수 57점 도달

W2~W3

D+8~D+21

P0 「상세페이지 재구축」 · 2주 완료

- 1) 상세페이지 6개 섹션 신설 (산지·재배·유통·조리·보관·비교표)
 - 2) 스크롤 밀도 3,200px → 9,400px 상향 (상위 3사 평균 수준)
 - 3) 경쟁 비교표에서 가격 우위 시각화
- 완료 확인: D+21 시점 검색 순위 4~5위, 종합 점수 72점, ㉟ → ㉠ 이동 시작

M2

D+22~D+60

P1 「리뷰 축적 시스템 개시」

- 1) 포토리뷰 유도 리플렛 동봉 (배송 시)
 - 2) 리뷰 이벤트 설계 · 최초 100건 인센티브 (포토 5,000원 · 텍스트 2,000원)
 - 3) 재구매 고객 리뷰 유치 SMS 시스템 구축
- 목표: D+60 시점 리뷰 500건+ · 종합 점수 80점 · ㉠ 진입

M3

D+61~D+90

P1 「리뷰 가속 · 상위권 진입」

- 1) 리뷰 축적 시스템 유지 · 월 250~350건 축적 목표
 - 2) D+60 데이터 기반 도레브 2차 재진단 리포트 발행
 - 3) CPC 광고 개시 검토 (리뷰 500건+ 도달 시)
- 목표: D+90 리뷰 1,000건+ · 검색 순위 3위권 진입 · 트래픽 점유율 10%+

M4

D+91~D+120

P2 「㉠ 안착 & 재진단」

- 1) 리뷰 2,000건+ 도달 · 별점 4.7+ 유지
 - 2) 경쟁사 대비고 및 좌표 재측정 (도레브 3차 진단)
 - 3) 검색 상위 2~3위권 진입 · 가격 프리미엄 지속 여부 재판정
 - 4) ㉠ 프리미엄존 진입 가능성 검토 (선택)
- 최종 목표: 종합 점수 90점 · 검색 2~3위 · 트래픽 14%+ · ㉠ 안착 완료

◇ 4개월 로드맵의 3대 원칙

- ① 강점 유지 원칙: 가격 우위(현 강점)를 4개월 내내 유지 · ㉠ 진입은 강점을 포기하지 않는 경로
- ② 즉시 축 우선 원칙: 자체 개선 가능한 축(상품명·이미지·상세페이지) 3주 내 완료 후 축적 축(리뷰) 개시
- ③ 재진단 원칙: D+60 · D+120 시점 도레브 재진단으로 실적 검증 후 다음 iteration 설계

본 리포트는 도레브(DoRêve)가 실제 광고주 데이터를 기반으로 진단·처방하는 형식을 익명 블라인드 처리한 예시입니다. · 문서 발행: 도레브 진단팀 · contact: acelim10@naver.com