

어느 제작사와 상담하든, 이 문서 하나는 꼭 보고 가세요.

이 리포트는 특정 제작사에게만 유리한 영업 문서가 아닙니다. 홈로켓에 맡기지 않으셔도 괜찮습니다. 대표님이 어디에서 상담하시든 요구사항을 또렷하게 말하고, 불필요한 추가비와 애매한 유지보수 조건, 권리 문제를 줄이도록 만든 상담 준비 문서입니다.

100%

상담
준비도

진단 결과: 신뢰 확보형

예쁜 화면보다 거래처가 믿을 근거를 빨리 보여주는 구성이 맞습니다. 실적, 공정, 인증, 견적 문의 흐름을 앞쪽에 배치합니다.

추천 시작점: 회사 홈페이지 기본형 또는 확장형

먼저 볼 것: 실적, 인증, 납품 분야, 견적 문의

1. 내 상황 한눈에 보기

상담 전에 아래 내용만 정리되어 있어도 제작사는 견적을 더 구체적으로 낼 수 있고, 대표님은 비교하기 쉬워집니다.

원하는 결과

회사 신뢰를 보여주고
싶어요

업종 유형

B2B·견적형

자료 준비 상태

마음에 드는 캡처가 있
어요

원하는 첫인상

단순하고 바로 이해되는
느낌

핵심 문의 버튼

견적 요청

가장 불안한 지점

나중에 추가비가 붙을까
봐 불안해요

꼭 지킬 조건

포함 범위를 분명히 하고 싶어요

도메인-계정 상황

이미 쓰는 도메인이 있어요

오픈 후 수정 방식

필요할 때만 말기고 싶어요

2. 맞춤 제작 방향

현재 선택을 기준으로 보면 아래 방향부터 확인하는 것이 좋습니다. 이 내용은 홈로켓뿐 아니라 다른 제작사와 상담할 때도 그대로 설명하셔도 됩니다.

- 첫 화면에서 어떤 회사인지와 무엇을 맡길 수 있는지 보여줍니다.
- 인증·설비·사례처럼 신뢰 근거가 되는 자료를 먼저 확인합니다.
- 견적 문의는 짧고 명확한 품으로 연결합니다.
- 추가비가 걱정된다면 페이지 수보다 '포함 섹션'과 '제외 기능'을 먼저 문서로 확인하세요.
- 포함 범위를 지키려면 수정 횟수, 페이지 범위, 기능 제외 항목을 견적서에 남겨야 합니다.
- 이미 쓰는 도메인이 있다면 www 연결, 루트 도메인 연결, 네임서버 이전 중 어디까지 포함인지 물어보세요.
- 필요할 때만 말기고 싶다면 견별 수정 단가, 처리 시간, 긴급 작업 비용을 미리 물어보세요.

3. 위험 지점 시각화

점수가 높다는 뜻은 무조건 위험하다는 의미가 아니라, 상담 전에 더 먼저 확인하면 좋은 영역이라는 뜻입니다.

추가비 위험

우선 확인

가장 먼저 제외 항목을 물어보세요. 페이지 수보다 섹션 범위, 기능 제외, 수정 범위가 중요합니다.

유지보수 조건

기본 확인

유지보수가 필수인지 선택인지, 요청할 때마다 맡길 수 있는지 먼저 확인하세요.

권리·소유권

우선 확인

이미지와 문구의 사용 권리, 참고 캡처 반영 원칙은 고객 보호를 위해 꼭 확인해야 합니다.

도메인·계정

조건 확인

도메인이 없어도 제작은 먼저 가능하지만, 실제 주소 연결 비용과 일정은 별도로 확인하세요.

4. 제작사에게 꼭 물어볼 질문

좋은 제작사는 이런 질문을 불편해하지 않습니다. 오히려 답변이 명확할수록 제작 범위와 책임이 안전해집니다.

견적에 포함된 페이지와 섹션 범위는 어디까지인가요?

범위가 흐리면 제작 중간에 페이지 추가비가 붙기 쉽습니다. 메인, 소개, 서비스, 사례, 문의가 각각 포함인지 먼저 확인하세요.

모바일 반응형, 문의품, 기본 SEO, 오픈그래프 이미지가 포함되나요?

싼 견적처럼 보여도 기본 세팅이 빠져 있으면 오픈 후 다시 비용이 듭니다. '홈페이지 완성'의 기준을 구체적으로 잡는 질문입니다.

수정은 몇 회까지 포함되고, 전체 콘셉트 변경은 어떻게 처리되나요?

무제한 수정이라는 말보다 수정 범위가 중요합니다. 문구 수정과 디자인 재작업은 전혀 다른 비용입니다.

도메인, 호스팅, SSL, 이메일 DNS 설정은 별도 비용인가요?

오픈 막판에 가장 자주 흔들리는 부분입니다. 특히 기존 메일을 쓰고 있다면 DNS 작업 범위를 반드시 분리해야 합니다.

오픈 후 소스코드나 정적 파일을 받을 수 있나요?

소유권과 이전 가능성을 확인하는 질문입니다. 월 관리가 끝나면 사이트를 가져갈 수 있는지 미리 알아야 합니다.

유지보수 계약이 필수인가요, 선택인가요?

제작비는 싸지만 관리비가 사실상 필수인 경우가 있습니다. 월 비용, 해지 조건, 수정 범위를 함께 확인하세요.

사용되는 이미지, 아이콘, 문구의 권리 문제는 어떻게 확인하나요?

타사 사이트 이미지를 가져오면 나중에 고객

검수용 주소에서 먼저 확인하고 실제 도메인은 나중에 연결할 수 있나요?

도메인 권한이 늦어져도 제작을 멈추지 않기

사가 책임질 수 있습니다. 참고는 하되 새롭게 제작하는 원칙이 필요합니다.

위한 질문입니다. 제작 완료와 도메인 연결 완료를 분리해야 일정이 안전합니다.

이 금액에서 빠지는 작업과 별도 견적이 되는 작업은 무엇인가요?

추가비는 보통 '당연히 포함인 줄 알았던 작업'에서 생깁니다. 제외 항목을 먼저 들으면 예산을 지킬 수 있습니다.

오픈 후 수정은 어떤 방식으로 요청하고, 비용과 처리 시간은 어떻게 되나요?

월 관리비가 필수인지, 건별 수정이 가능한지, 긴급 수정은 얼마인지 알아야 운영비가 갑자기 커지지 않습니다.

참고 캡처는 어떤 범위까지 반영하고, 타사 디자인·문구·이미지는 어떻게 피하나요?

원하는 분위기를 전달하는 것과 남의 결과물을 복제하는 것은 다릅니다. 법적 리스크를 줄이려면 재구성 원칙을 확인해야 합니다.

기존 도메인의 DNS 레코드를 백업하고, 이메일 장애 가능성을 어떻게 확인하나요?

홈페이지 연결만 생각하고 DNS를 바꾸면 메일, 그룹웨어, 쇼핑몰 연결이 흔들릴 수 있습니다. 작업 전 백업과 책임 범위를 확인하세요.

5. 견적서에서 확인할 항목

아래 항목은 견적서나 계약 전 안내문에 적혀 있어야 비교가 쉬워집니다. 말로 들은 조건은 나중에 서로 다르게 기억할 수 있습니다.

- 제작 완료 기준이 임시 주소 완성인지, 실제 도메인 오픈까지인지
- 문의폼 수신 이메일, 전화 버튼, 지도, 외부 예약 링크 연결 여부
- 메타 제목, 설명, 사이트맵, robots.txt 같은 기본 SEO 포함 여부
- 도메인 연결, 네임서버 이전, 기존 이메일 DNS 확인 비용
- 오픈 후 무상 수정 기간과 수정 범위
- 월 관리비가 선택인지 필수인지
- 고객 제공 이미지와 타사 참고 이미지의 사용 권리 책임
- 결제, 예약, 회원가입, 쇼핑몰, 관리자 기능이 별도 견적인지
- 기존 도메인 연결 방식: www 연결, 루트 도메인 연결, 네임서버 이전 중 어느 범위인지

- 기존 이메일·그룹웨어 DNS 레코드 확인과 백업 책임
- 건별 수정 단가, 평균 처리 시간, 긴급 작업 비용
- 참고 캡처 반영 원칙: 분위기·구조 참고, 타사 이미지·문구·고유 디자인 복제 금지

6. 조심해야 할 말

달콤한 표현일수록 조건을 확인해야 합니다. 아래 표현이 나오면 바로 거절할 필요는 없지만, 범위와 책임을 문서로 요청하세요.

참고 사이트와 똑같이 만들어드립니다

위험 신호입니다. 타사 이미지, 문구, 레이아웃을 그대로 쓰면 권리 문제가 생길 수 있습니다. '분위기와 구조 참고 후 재구성'인지 확인하세요.

무제한 수정입니다

듣기에는 좋지만 범위가 불명확합니다. 보통 문구 수정은 가능해도 전체 디자인 재작업은 별도일 수 있습니다.

어떤 기능이든 기본 가격에 됩니다

예약, 결제, 회원가입, 쇼핑몰, 관리자 기능은 난이도가 다릅니다. 기능 목록과 제외 항목을 문서로 받아야 합니다.

검색 1위 보장합니다

기본 SEO와 검색 순위 보장은 다릅니다. 메타태그, 사이트맵, 속도 최적화처럼 실제 포함 항목을 확인하세요.

도메인·메일·DNS까지 전부 무료입니다

기존 이메일이나 그룹웨어가 있으면 DNS 작업은 민감합니다. 무료라는 말보다 장애 책임과 작업 범위를 확인해야 합니다.

이미지는 알아서 아무거나 넣어드립니다

이미지 권리 문제가 생길 수 있습니다. 고객 제공 이미지, 라이선스 안전 이미지, 생성 이미지 중 무엇을 쓰는지 확인하세요.

7. 도메인·계정·소유권 체크

STEP 1

검수용 주소에서 먼저 완성본을 확인할 수 있는지 묻습니다.

STEP 2

도메인 연결, 네임서버 이전, 이메일 DNS 확인이 별도인지 확

STEP 3

비밀번호 공유가 아니라 작업자 초대 방식으로 진행 가능한지

STEP 4

해지 또는 이전 때 받을 수 있는 파일과 권한을 미리 확인합니

인합니다.

확인합니다.

다.

8. 상담 전에 준비하면 좋은 자료

자료가 완벽하지 않아도 괜찮습니다. 다만 아래 중 준비된 것이 많을수록 견적이 더 정확해지고, 제작 일정도 줄어듭니다.

- 회사명, 업종, 연락처, 주소
- 마음에 드는 홈페이지 캡처 또는 URL 1~3개
- 로고와 대표 이미지
- 대표 서비스 또는 제품 목록
- 고객이 가장 많이 묻는 질문
- 문의 받을 전화번호, 이메일, 카카오톡 채널
- 기존 홈페이지가 있다면 주소와 바꾸고 싶은 이유
- 꼭 넣어야 하는 인증, 후기, 실적 자료

9. 참고 캡처를 안전하게 쓰는 법

마음에 드는 홈페이지 캡처는 취향과 화면 흐름을 설명하는 데 매우 유용합니다. 다만 타사 이미지, 문구, 로고, 고유 디자인을 그대로 복제하면 권리 문제가 생길 수 있습니다. 상담 때는 “이 사이트의 분위기와 흐름을 참고해서 우리 회사에 맞게 새로 구성해 주세요”라고 말하는 것이 안전합니다.

10. 상담 때 이렇게 말하면 됩니다

상담에서 그대로 말해도 자연스럽게 정리했습니다. 각 문장 옆에는 왜 이 말을 먼저 해야 하는지도 함께 적었습니다.

말하면 좋은 것

“홈페이지의 1순위 목표는 회사 신뢰를 분명하게 보여주는 것입니다.”

그 이유

목표를 먼저 말하면 제작사가 화면의 우선순위를 잡기 쉽고, 견적 범위도 허락되지 않습니다.

말하면 좋은 것

“업종은 B2B-견적형 업종에 가깝고, 자료는 마음에 드는 참고 캡처나 사이트가 있는 상태입니다.”

그 이유

업종과 자료 상태를 함께 말하면 필요한 페이지 수, 이미지 준비 방식, 문구 작성 범위를 더 정확히 비교할 수 있습니다.

말하면 좋은 것

“단순하고 바로 이해되는 첫인상을 원하고, 고객이 최종적으로 견적 요청으로 이어지면 좋겠습니다.”

그 이유

원하는 분위기와 버튼 목표를 함께 말해야 예쁜 화면에서 끝나지 않고 실제 문의 동선까지 설계됩니다.

말하면 좋은 것

“가장 걱정되는 부분은 중간에 추가비가 붙는 상황입니다. 특히 포함 범위와 제외 항목은 계약 전에 확인하고 싶습니다.”

그 이유

불안한 지점을 먼저 말하면 제작사가 추가비, 유지보수, 권리 조건을 견적서에 더 구체적으로 적게 됩니다.

말하면 좋은 것

“이미 쓰는 도메인이 있어서 연결 방식과 이전 범위를 확인해야 합니다. 필요할 때마다 건별로 수정을 맡기고 싶습니다.”

그 이유

도메인과 오픈 후 수정 방식은 제작비와 운영비를 가르는 핵심 조건입니다. 상담 초반에 말해두면 나중에 조건이 덜 흔들립니다.

말하면 좋은 것

“현재는 회사 홈페이지 기본형 또는 확장형을 시작점으로 보고, 포함 범위와 제외 항목을 문서로 먼저 받고 싶습니다.”

그 이유

상품명보다 중요한 것은 어디까지 포함되는지입니다. 문서로 받아두면 여러 제작사의 견적을 같은 기준으로 비교할 수 있습니다.

준비 문서입니다. 실제 제작 범위와 비용은 캡처, 기존 자료, 필요한 기능, 도메인 상태를 확인한 뒤 달라질 수 있습니다.

다운로드가 시작되지 않으면 잠시 후 다시 눌러주세요. 리포트 내용은 이 창에서 계속 확인할 수 있습니다.