

WEBINAR

# SE BYTES

LIONBRIDGE WEBINAR SERIES

Hreflang 및  
사이트 구조

**LIONBRIDGE**

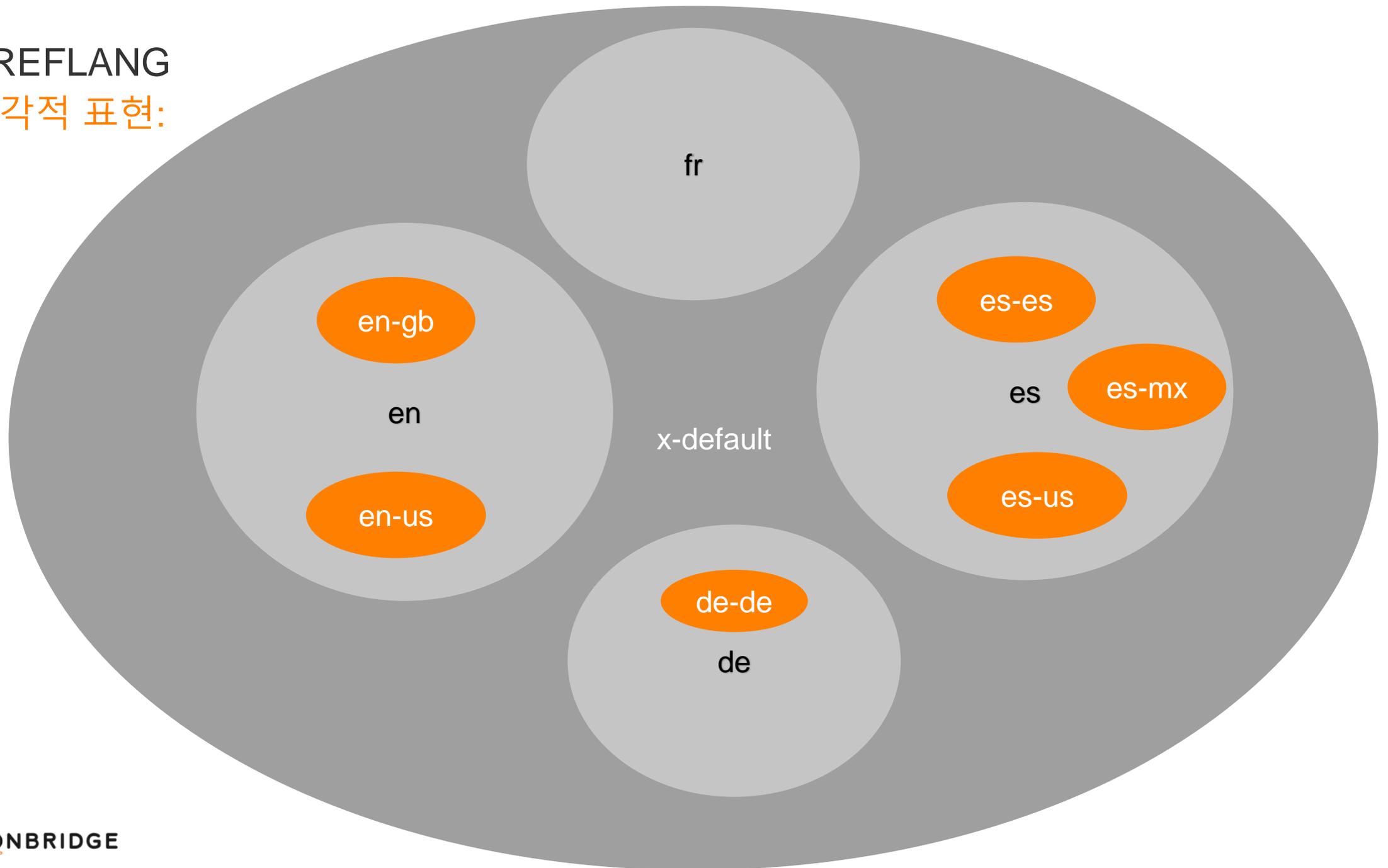
# HREFLANG이란?

## 정의:

- 페이지가 언어나 지역에 따라 여러 버전이 있는 경우 Google에게 이러한 정보를 제공합니다. 그러면 Google 검색에서 사용자에게 언어 또는 지역별로 가장 적합한 페이지를 표시하는 데 도움이 됩니다.
- Hreflang을 사용하면 Google에게 콘텐츠의 다른 버전이 있음을 알릴 수 있으므로 Google에서 이러한 페이지가 동일한 콘텐츠의 로컬라이즈된 변형임을 파악할 수 있습니다.
  - Google
- Hreflang는 웹페이지의 언어와 일부 경우 지역을 지정하는 HTML 속성입니다.
- Hreflang은 웹사이트에 여러 언어로 된 동일한 웹페이지가 있는 경우 유용합니다. 즉, 검색엔진이 검색자의 위치나 선호하는 언어에 따라 어떤 버전의 페이지를 표시할지 결정할 수 있습니다.
  - Semrush
- Hreflang은 웹페이지의 언어 및 지역 타겟팅을 지정하는 데 사용되는 HTML 속성입니다. 페이지가 언어나 지역에 따라 여러 버전으로 존재하는 경우 Google과 같은 검색엔진에게 이러한 변형에 대한 정보를 제공합니다. 그러면 검색엔진이 사용자에게 올바른 버전의 페이지를 표시하는 데 도움이 됩니다.
  - Ahrefs
- 2011년 12월 Google에서 도입한 hreflang 속성을 사용하면 다른 언어로 된 웹페이지 간의 관계를 검색엔진에 알릴 수 있습니다. 이 속성은 현지 사용자에게 특화된 콘텐츠를 만들 때 유용합니다. Hreflang 속성은 'x' 언어로 검색하는 사용자가 'y' 언어로 된 유사한 내용의 페이지보다는 자신에게 특화된 페이지를 원한다는 신호를 검색엔진에 추가합니다.
  - Moz

# HREFLANG

시각적 표현:



# HREFLANG의 필요성

## 없어도 괜찮지 않을까?

Google은 언어를 이해하므로 사이트에서 두 개의 언어를 사용하는 경우 Google은 이를 인식할 수 있습니다.

사이트에서 동일한 언어로 여러 버전을 사용하지 않는다면 일반적으로 Google은 올바른 페이지를 표시합니다.

언어 기반 사이트에서는 이 속성이 반드시 필요한 것은 아니지만 일부 경우에는 유용할 수 있습니다. 이 기능을 사용하면 사이트에 준비된 언어를 구사하지 않는 사용자에게 귀사가 선택한 대체 언어(예: 영어)로 된 사이트를 표시할 수 있습니다.



동일한 언어를 사용하는 지역 여러 곳을 타겟팅하지만 페이지는 별도로 운영하는 경우.

사이트에는 통화, 배송 옵션, 제품 옵션, 제품 재고 여부 등 여러 국가에 대한 페이지 인스턴스가 여러 개 있는 경우가 많습니다.

Hreflang은 거의 유사한 이러한 페이지를 처리하는 데 유용합니다.

실제로 완전히 동일한 페이지의 경우에는 접근 방식을 검토하세요.

귀사에서 지원하는 각각의 시장에 어떤 페이지를 게재할지 Google에게 알립니다.

귀사에서 지원하는 언어 중 하나를 사용하지 않지만 지원하는 시장에 거주하지 않는 사용자에게 어떤 페이지를 표시할지 Google에게 알립니다.

귀사에서 지원하는 국가나 언어가 일치하지 않는 사용자에게 어떤 페이지를 표시할지 Google에게 알립니다.

# HREFLANG

## 태그 규칙

Hreflang 태그를 모든 로컬라이즈된 페이지와 소스 페이지에 적용해야 합니다.

페이지의 모든 버전에는 동일한 hreflang 태그가 있어야 합니다.

솔루션에서 페이지가 누락되면 중복이 발생할 가능성이 높습니다.

태그가 삽입된 페이지도 태그에 포함되어야 합니다(자기 참조).

태그는 해당 페이지 콘텐츠의 언어를 반영해야 합니다.

언어 코드는 정확해야 하며 일반적으로 ISO 형식을 준수해야 합니다. 단, zh-hans(중국어 간체), zh-hant(중국어 번체), es-419(스페인어 LATAM) 등 일부 경우는 예외입니다.

전체 솔루션에는 X-default가 권장됩니다(부분 솔루션에는 사용해서는 안 됨). 이는 나열된 규칙 중 어느 것도 준수하지 않는 사용자에게 대한 대체 값을 나타냅니다.

일반적인 경우 언어 수준의 대체 값이 권장됩니다. 그러면 규칙에 나열되어 있지 않은 국가의 사용자를 가장 적합한 언어로 된 페이지로 이동시킬 수 있습니다.

솔루션 내 링크는 리디렉션되어서는 안 되며 404 오류로 연결되면 안 됩니다.

# HREFLANG 예시

종합 솔루션의 모범 사례로 Stripe.com이 있습니다.

- 다양한 옵션
- 규정, 통화 등으로 인해 여러 페이지 버전 필요
- 영문 및 Google에 대한 수많은 옵션

Australia English	France Français English	Lithuania English	Slovakia English
Austria Deutsch English	Germany Deutsch English	Luxembourg Français Deutsch English	Slovenia English Italiano
Belgium Nederlands Français Deutsch English	Gibraltar English	Malaysia English 简体中文	Spain Español English
Brazil Português English	Greece English	Malta English	Sweden Svenska English
Bulgaria English	Hong Kong English 简体中文	Mexico Español English	Switzerland Deutsch Français Italiano English
Canada English Français	Hungary English	Netherlands Nederlands English	Thailand ไทย English
Croatia English Italiano	India English	New Zealand English	United Arab Emirates English
Cyprus English	Ireland English	Norway English	United Kingdom English
Czech Republic English	Italy Italiano English	Poland English	United States English Español 简体中文
Denmark English	Japan 日本語 English	Portugal Português English	
Estonia English	Latvia English	Romania English	
Finland English Svenska	Liechtenstein Deutsch English	Singapore English 简体中文	

```
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/" hreflang="x-default">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/" hreflang="en-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/es-us" hreflang="es-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/zh-us" hreflang="zh-US">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/ae" hreflang="en-AE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/at" hreflang="de-AT">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-at" hreflang="en-AT">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/au" hreflang="en-AU">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/nl-be" hreflang="nl-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-be" hreflang="fr-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de-be" hreflang="de-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-be" hreflang="en-BE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-bg" hreflang="en-BG">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/br" hreflang="pt-BR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-br" hreflang="en-BR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ca" hreflang="en-CA">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-ca" hreflang="fr-CA">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de-ch" hreflang="de-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr-ch" hreflang="fr-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/it-ch" hreflang="it-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ch" hreflang="en-CH">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-cy" hreflang="en-CY">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-cz" hreflang="en-CZ">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/de" hreflang="de-DE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-de" hreflang="en-DE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-dk" hreflang="en-DK">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-ee" hreflang="en-EE">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/es" hreflang="es-ES">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-es" hreflang="en-ES">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-fi" hreflang="en-FI">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/sv-fi" hreflang="sv-FI">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/fr" hreflang="fr-FR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-fr" hreflang="en-FR">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/gb" hreflang="en-GB">
<link rel="alternate" href="https://stripe.com/en-gi" hreflang="en-GI">
```

# 사이트 구조

## 전 세계 고객 타겟팅

전 세계 고객을 타겟팅하는 방법에는 여러 가지가 있습니다.



특히 소수의 시장을 지원하는 기업은 각 목표 시장에서 로컬 TLD가 매우 효과적일 수 있습니다. Sony와 같은 일부 대기업에서는 여전히 이 방식을 사용하고 있습니다.

- 관리 비용이 비쌈
- 글로벌 TLD는 전 세계적으로 순위를 매길 수 있는 권한이 있으므로 미국과 같이 글로벌 TLD도 보유한 기업은 주의가 필요함.



글로벌 TLD의 하위 도메인은 기술적으로 다른 웹사이트이므로 이점이 있을 수 있습니다.

- 적은 관리 비용으로도 별도의 웹사이트를 관리할 수 있음
- 자주 사용되지 않음



글로벌 TLD의 디렉토리는 관리하기 가장 쉽지만 각 시장에 적합한 페이지가 Google에 표시되도록 하려면 약간의 수고가 필요합니다.

- 가장 일반적인 접근 방식으로, 관리가 가장 쉬움
- 동일한 도메인/사이트의 모든 요소가 동일한 경우 Google이 적절한 시장에 콘텐츠를 게재하기 위해서는 도움이 필요합니다.



매개변수가 표시될 수도 있지만 권장되는 방식은 아닙니다.

- Google 스토어 등의 사이트는 매개변수 중심 접근 방식에서 디렉토리 중심 접근 방식으로 전환하고 있습니다.



감사합니다

장벽을 허물어 새로운 기회로  
전 세계를 연결합니다.



LIONBRIDGE