2018.5.19　アメリカンフットボール部OB会セミナー

どうする？これからの歯科医院経営

近　義武
株式会社120パーセント代表取締役

はじめに

- 携帯電話は機内モード・マナーモードにしてください
  - 録画していますのでご協力をお願い致します。
- 質問は最後にまとめてお受けいたします
  - 懇親会の席でもお答えします。
  - 気軽にお声がけください。
- 板書等の写真撮影はOKですが、次のことを禁止しています
  - 全編録音＆ネット上での公開
  - セミナー内容の転売等

コンテンツ

1. 院長の悩みと本日のテーマ
2. 悩み・問題の原因となる３つ変化
3. こうやって解決しよう
4. まとめ

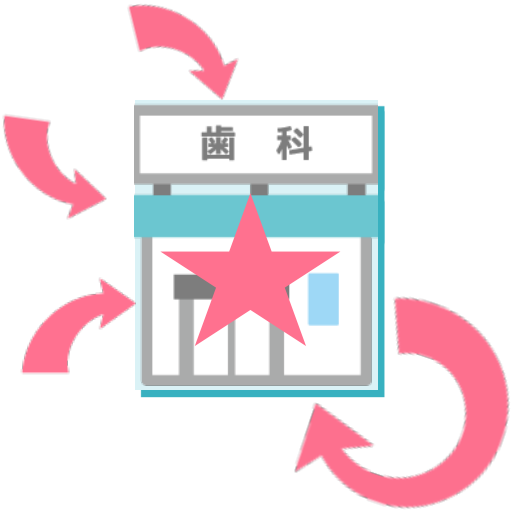
院長の悩み

患者に関する悩み	患者が来ない、来る患者の質が悪い、保険治療希望の患者ばかり
収益に関する悩み	自費診療が少ない、利益が少ない、手元にお金が残らない
スタッフ関連の悩み	衛生士がいない、いい子が来てくれない、長続きしない
時間に関する悩み	忙しくて時間がない、患者に振り回される、やることが多すぎる

「集患（増患）」とは？

我々歯科医院の院長が経営者の仕事として行うべきこと
マーケティングに３つのパートの１つ

院長が歯科医院経営で行なっている５つの仕事



- 新規患者を集める（新患獲得）
- 治療をして報酬を受け取る（成約・治療・回収）
- 終了した患者にリピートしてもらう
- 利益の最大化（余裕の時間の増大）
- 上記を組織として行う（マネジメント）

「集患」で苦労する原因

歯科医院を取り巻く３つの変化

集患が厳しい理由 その１

環境の変化

- 景気
- 人口ピラミッド
- 供給

集患が厳しい理由 その２

患者意識の変化

- 権利意識の高まり（求めるものが増大）
- 訴訟に対する抵抗感の低下
- 歯科医師の尊厳が低下

集患が厳しい理由 その３

社会の急速な情報化

- スマホの普及と通信環境の整備
- 行動前にインターネットで情報収集が一般化
- 歯科医院の比較検討が簡単・手軽に

適確な情報発信が必須

選ばれる歯科医院になるために
行うことは３つ

選ばれる情報発信 3つのキーワード

絞る	情報発信は誰のため？
景色	患者に見せる景色を語ろう
デリバリー	届かなければ意味がない

情報を届ける患者を絞る

1. どんな悩みや問題を抱えているのか
2. いつ、どんな場面で困るのか
3. どんな人の悩みや問題なのか

「症状」ではなく悩みや問題のレベルまで考える
先生の得意な治療で解決できる悩みや問題をチョイスする

治療後に患者が見ることのできる景色を伝える

1. 悩みが解消したらどんな世界が待っているのか
2. 「絞った」患者にどんないいことがあるのか
3. 問題解決がどんな気持ち（感情）をもたらすのか

患者が自分に起きることを空想できるように伝える
「絞る」があやふやだと得られる結果もぼんやりする

どうやって情報を届けるか

1. 届かなければ情報発信していないのと同じ
2. 患者にみつけられるには露出「量」が必要
3. 検索上位表示には「資金」or「手間・時間」

媒体の選択・優先順位を見極める
獲得コストを測定する

情報発信の見直しを！

誰に向けた情報なのか絞れていますか？
悩みが解消したらどんな景色が見えるか語っていますか？
伝わる媒体にみつけてもらえる量の露出をしていますか？

適確な情報発信ができれば

- **患者の数も質も変わる**
- 商圏が広がる
- 先生のステイタスが上がる
- 売り込まなくても自費診療が決まる
- 精神的にも肉体的にも楽になる
- 集患のコストが抑えられる

補足

お問い合わせ

- web: consultant-dentist.com
- e-mail: info@120percent-inc.com
- facebook: facebook.com/yoshitake.kon

空メールでメルマガ登録

- うまくいかない方はこちらから
- https://bit.ly/2jTNh28