

# 歯科医院の集客モデルの構築

## 背景

歯科医院はコンビニエンスよりも数が多いと言われ、競合過多、人口減少等も相まって、業界全体が厳しい状態である。

また、歯科医師は治療に忙しく集客まで回らない、さらに薬事法等に規制が厳しく、積極的なアプローチが難しい。

とある歯科医院は開業して半年になるが、思うように集客できず、悩んでいた。そこで、歯科医院のツール制作を担当していたデザイン会社がコンサルタント支援を開始した。

## ポイント

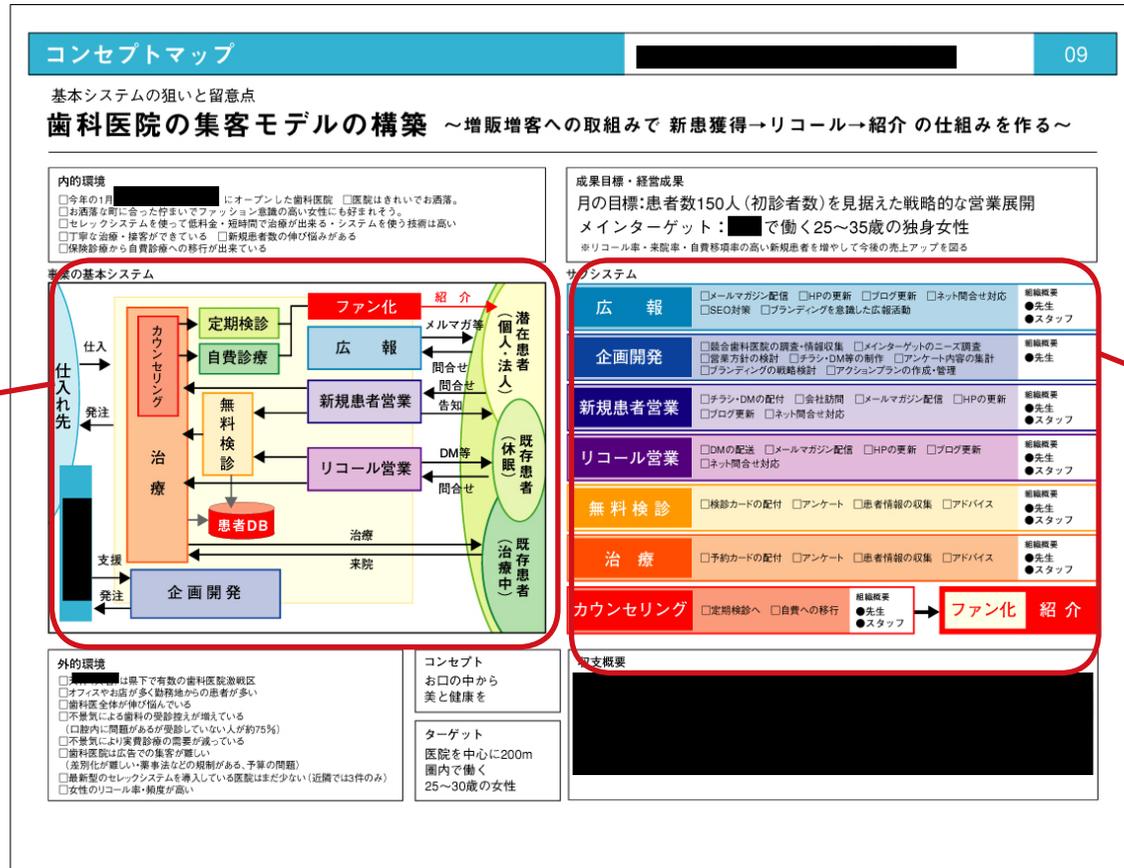
自費治療を増やすたいことから、審美治療の広告を女性向けフリーペーパーに出稿していたが、効果が全くない。そこで、患者さんにアンケートをとったところ、コストの高い審美治療の場合、先生との信頼関係を築いてから踏み切っていることがわかった。そこで、まずは一般的な治療で信頼関係を築いていくことから始めた。

調査分析の結果から、医院 200 m圏内の 25 ~ 35 歳にターゲットを絞り、無料検診イベントを行なった上で、治療、定期検診へと繋げ、リピーターを増やしていった。

医院には医師一人と衛生士が二人しかいないため、整理された役割分担が鍵を握る。

多忙を極めるが、経営が安定するまでのわずかな期間と割り切って、イベントに取り組んでいく。

デザイン会社は、医院の負担を軽減するため、わかりやすく且つ、詳細なツールづくりを心がけた。



チラシ配布、HP、ブログ、既存患者へのメルマガ、前日確認メールなど、できることは全てやっており、デザイン会社も幅広く支援している。

歯の治療が完了した半年後にもDM送付、個別メールなど継続発信をする。信頼関係が構築されてから、審美治療の案内をする。

内部環境

好影響

S

- ・今年の1月開業なので医院や機器が新しい
- ・内装やロゴ、ツールなどデザイン制が高い
- ・立地が良い（住人や勤務者が密集している）
- ・患者さんと質の高いコミュニケーションができています
- ・衛生士が患者さんに合わせたきめ細やかな指導ができています
- ・最新型のセレックシステムを導入している
  - セラミックなどの治療より安価
  - 時間短縮が出来る
- ・一般診療から自費診療に移行できている

悪影響

W

- ・患者数が少ない
- ・開業したてで認知度が低い
- ・開業したてで実績が少ない
- ・自費からの新規患者数がすくない
- ・戦略的な営業方法がない
- ・HPが上手く機能していない
- ・セレックシステムの良さを上手く伝えきれていない

外部環境

O

- ・セレックシステムを導入している医院がまだ少ない（近隣に3件）
- ・立地的に社会保険本人（社保本人）が多いため自費移行率が高く望める
- ・立地的にファッション意識が高いため自費患者を増やしやす
- ・自費診療は高価で敬遠されているがセレックシステム導入で価格がおさえられる

T

- ・県下でも有数の激戦区である（半径500m圏内35件、1km圏内80件）
- ・社保本人が多いため仕事の都合によるキャンセルが多い
- ・不景気による歯科の受信控えが増えている（口腔内に問題があるが受診していない人が75%）
- ・不景気により実費診療の需要が減っている
- ・歯科業界自体の広告での集客が難しい

■ 現状の商品・サービス

- 保険診療
- 自費診療
  - セレック、ホワイトニング、
  - ダイレクトボンディング
  - ノンクラスプデンチャー、
  - その他多数

■ 現状のターゲット

25～35歳の[ ]で働く社会人女性

■ あるべき姿



■ 取組むテーマ

- 医院の魅力訴求
- ターゲットの絞り込み
- 新規患者が来院しやすい仕組みづくり
- 患者になるまでの仕組みづくり
- リコール率を上げるの仕組みづくり
- 紹介を増やす仕組みづくり

■ 特に解決すべき課題

SWOT分析を踏まえ、今すぐ解決したい問題点3点をあげてください。

- 認知度がない
- 新規患者が少ない

■ 特に解決すべき課題

あなたが考える左記3つの課題はどうしたら改善されると思いますか。

- ターゲットを絞った効果的かつ戦略的営業が必要
- 新規患者が来院しやすい仕掛けが必要
- 顧客から紹介を増やす

テーマ

# 歯科医院の集客モデルの構築

～増販増客への取組みで 新患獲得→リコール→紹介 の仕組みを作る～

メインターゲット：開業地200m圏内で働く25～35歳の独身女性

**■ 内的環境**

- 今年の1月、一番賑わうにオープンした歯科医院
- 医院はきれいでお洒落。
- お洒落な町に合った佇まいでファッション意識の高い女性にも好まれそう。
- 最新型のセレックシステムを導入している（近隣では3件のみ）
- セレックシステムを使って低料金・短時間で治療が出来る・システムを使う技術は高い
- 丁寧な治療・接客ができています
- 新規患者数の伸び悩みがある  雑誌広告（OLターゲット）を行っているが集客へと繋がっていない
- 保険診療から自費診療への移行が出来ている（患者総数が少ないので移行数もわずか）

**■ 成果目標・経営成果**

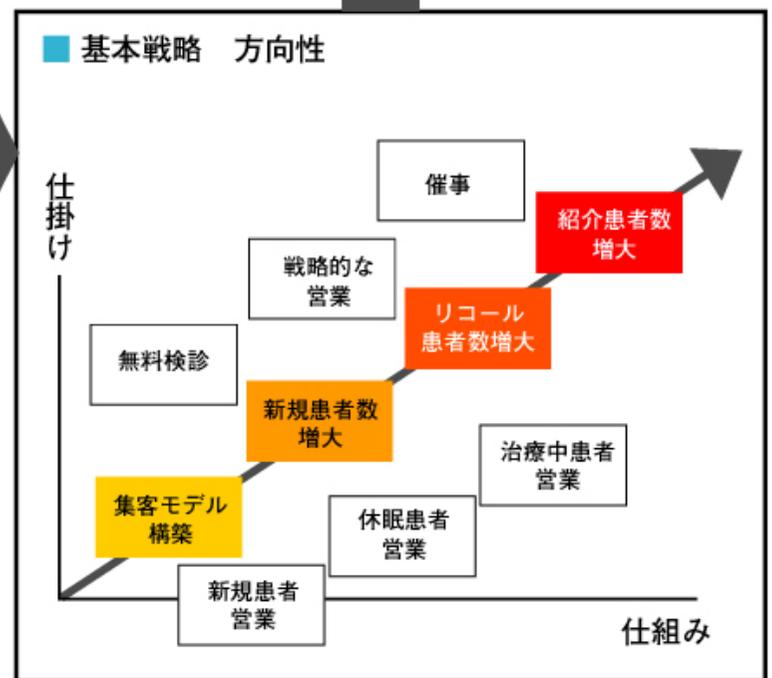
**月の目標：患者数150人（初診者数）を見据えた戦略的な営業展開**

メインターゲット：で働く25～35歳の独身女性

※リコール率・来院率・自費移行率の高い新規患者を増やして今後の売上アップを図る

**■ 事業方針の基本的な狙い**

- 25～35歳ので働く女性の患者（リコール率・自費移行率の高い）を中心に新規患者増やす
- リコール率を上げる
- 紹介を増やす



**■ 外的環境**

- は県下で有数の歯科医院激戦区（半径500m圏内35件、1km圏内80件）
- オフィスやお店が多く勤務地からの患者が多い
- 歯科医全体が伸び悩んでいる
- 不景気による歯科の受診控えが増えている（口腔内に問題があるが受診していない人が約75%）
- 不景気により実費診療の需要が減っている
- 歯科医院は広告での集客が難しい（差別化が難しい・薬事法などの規制がある、予算の問題）
- 最新型のセレックシステムを導入している医院はまだ少ない（近隣では3件のみ）
- 女性のリコール率・頻度が高い

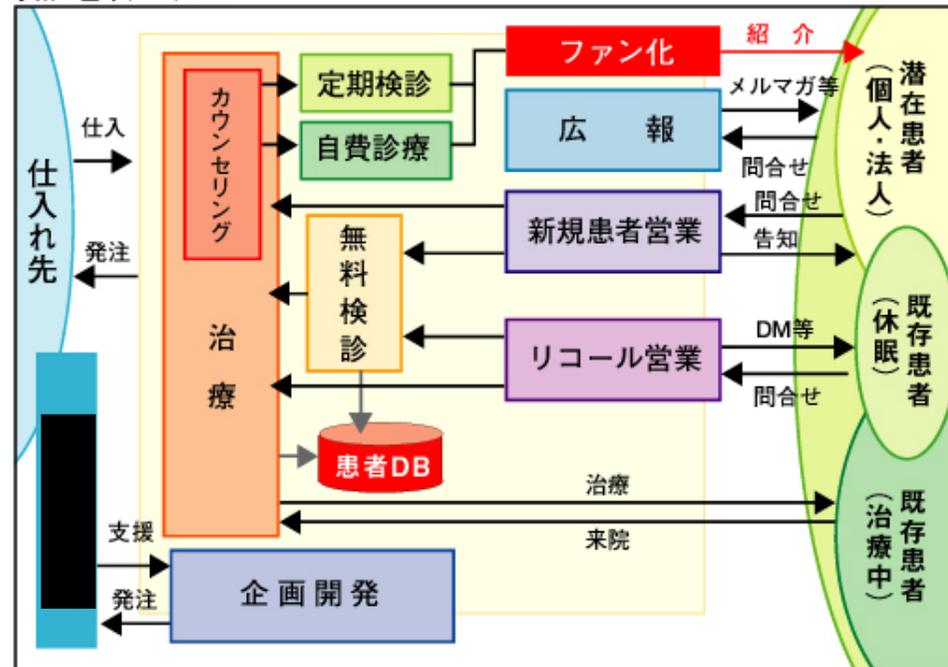
基本システムの狙いと留意点

歯科医院の集客モデルの構築 ～増販増客への取組みで 新患獲得→リコール→紹介 の仕組みを作る～

内的環境

- 今年の1月 [ ] にオープンした歯科医院  医院はきれいでお洒落。
- お洒落な町に合った佇まいでファッション意識の高い女性にも好まれそう。
- セレックシステムを使って低料金・短時間で治療が出来る・システムを使う技術は高い
- 丁寧な治療・接客ができています  新規患者数の伸び悩みがある
- 保険診療から自費診療への移行が出来る

事業の基本システム



成果目標・経営成果

月の目標:患者数150人(初診者数)を見据えた戦略的な営業展開

メインターゲット: [ ] で働く25~35歳の独身女性

※リコール率・来院率・自費移項率の高い新規患者を増やして今後の売上アップを図る

サブシステム

広 報	<input type="checkbox"/> メールマガジン配信 <input type="checkbox"/> HPの更新 <input type="checkbox"/> ブログ更新 <input type="checkbox"/> ネット問合せ対応 <input type="checkbox"/> SEO対策 <input type="checkbox"/> ブランディングを意識した広報活動	組織概要 ●先生 ●スタッフ
企画開発	<input type="checkbox"/> 総合歯科医院の調査・情報収集 <input type="checkbox"/> メインターゲットのニーズ調査 <input type="checkbox"/> 営業方針の検討 <input type="checkbox"/> チラシ・DM等の制作 <input type="checkbox"/> アンケート内容の集計 <input type="checkbox"/> ブランディングの戦略検討 <input type="checkbox"/> アクションプランの作成・管理	組織概要 ●先生
新規患者営業	<input type="checkbox"/> チラシ・DMの配付 <input type="checkbox"/> 会社訪問 <input type="checkbox"/> メールマガジン配信 <input type="checkbox"/> HPの更新 <input type="checkbox"/> ブログ更新 <input type="checkbox"/> ネット問合せ対応	組織概要 ●先生 ●スタッフ
リコール営業	<input type="checkbox"/> DMの配送 <input type="checkbox"/> メールマガジン配信 <input type="checkbox"/> HPの更新 <input type="checkbox"/> ブログ更新 <input type="checkbox"/> ネット問合せ対応	組織概要 ●先生 ●スタッフ
無 料 検 診	<input type="checkbox"/> 検診カードの配付 <input type="checkbox"/> アンケート <input type="checkbox"/> 患者情報の収集 <input type="checkbox"/> アドバイス	組織概要 ●先生 ●スタッフ
治 療	<input type="checkbox"/> 予約カードの配付 <input type="checkbox"/> アンケート <input type="checkbox"/> 患者情報の収集 <input type="checkbox"/> アドバイス	組織概要 ●先生 ●スタッフ
カウンセリング	<input type="checkbox"/> 定期検診へ <input type="checkbox"/> 自費への移行	組織概要 ●先生 ●スタッフ

外的環境

- [ ] は県下有数の歯科医院激戦区
- オフィスやお店が多く勤務地からの患者が多い
- 歯科医全体が伸び悩んでいる
- 不景気による歯科の受診控えが増えている  
(口腔内に問題があるが受診していない人が約75%)
- 不景気により実費診療の需要が減っている
- 歯科医院は広告での集客が難しい  
(差別化が難しい・薬事法などの規制がある、予算の問題)
- 最新型のセレックシステムを導入している医院はまだ少ない(近隣では3件のみ)
- 女性のリコール率・頻度が高い

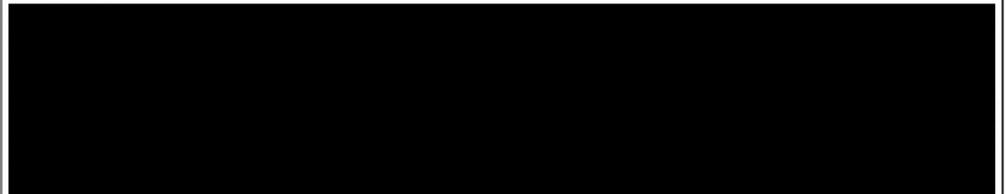
コンセプト

お口の中から  
美と健康を

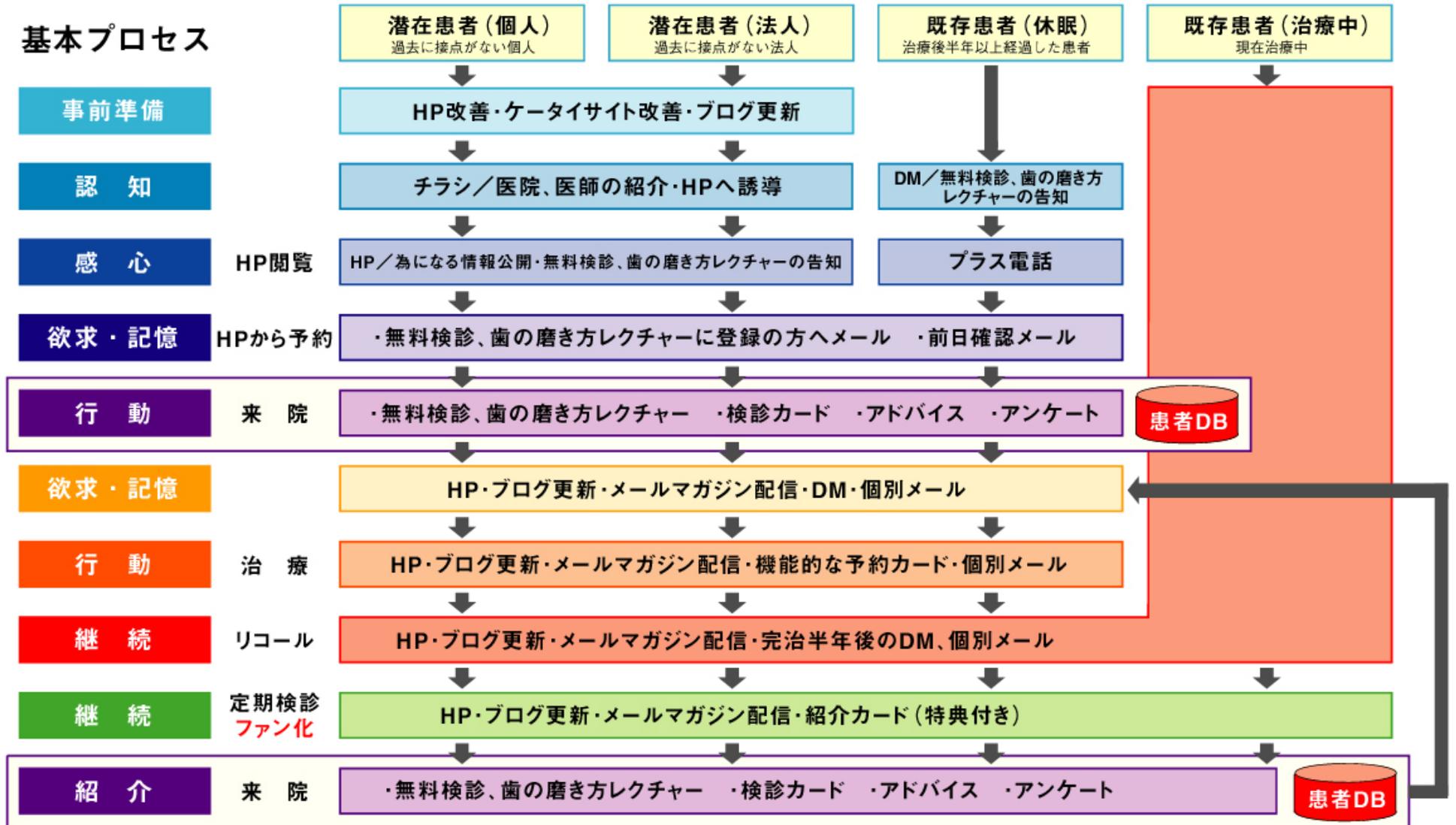
ターゲット

医院を中心に200m  
圏内で働く  
25~30歳の女性

収支概要



テーマ **歯科医院の集客モデルの構築** ～増販増客への取組みで 新患獲得→リコール→紹介 の仕組みを作る～  
 メインターゲット：開業地200m圏内で働く25～35歳の独身女性

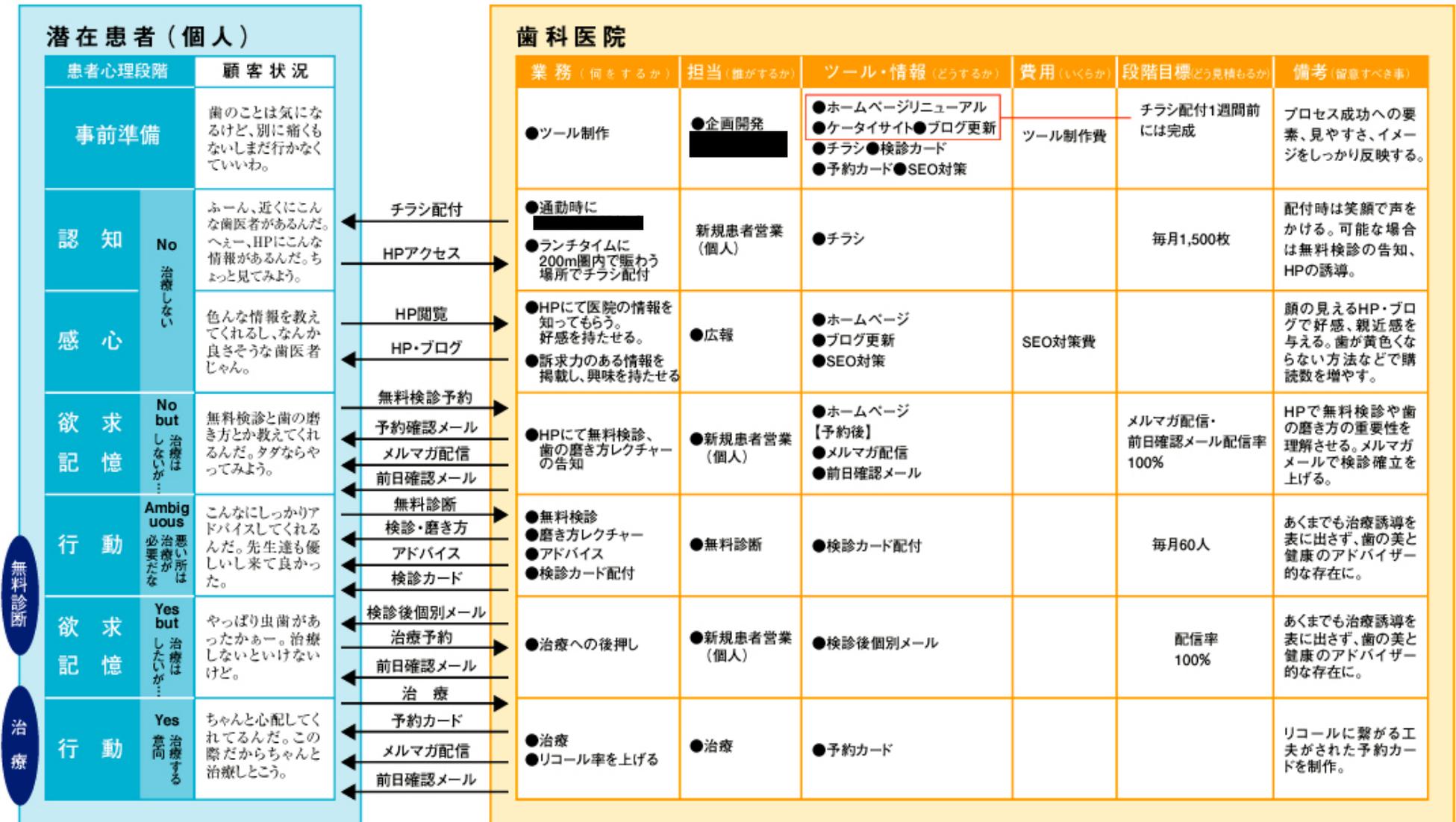


テーマ

「チラシ→HP→無料検診→治療」の流れを確立する。

月の目標

6ヵ月後から月30名が安定的に新規来院



無料診断

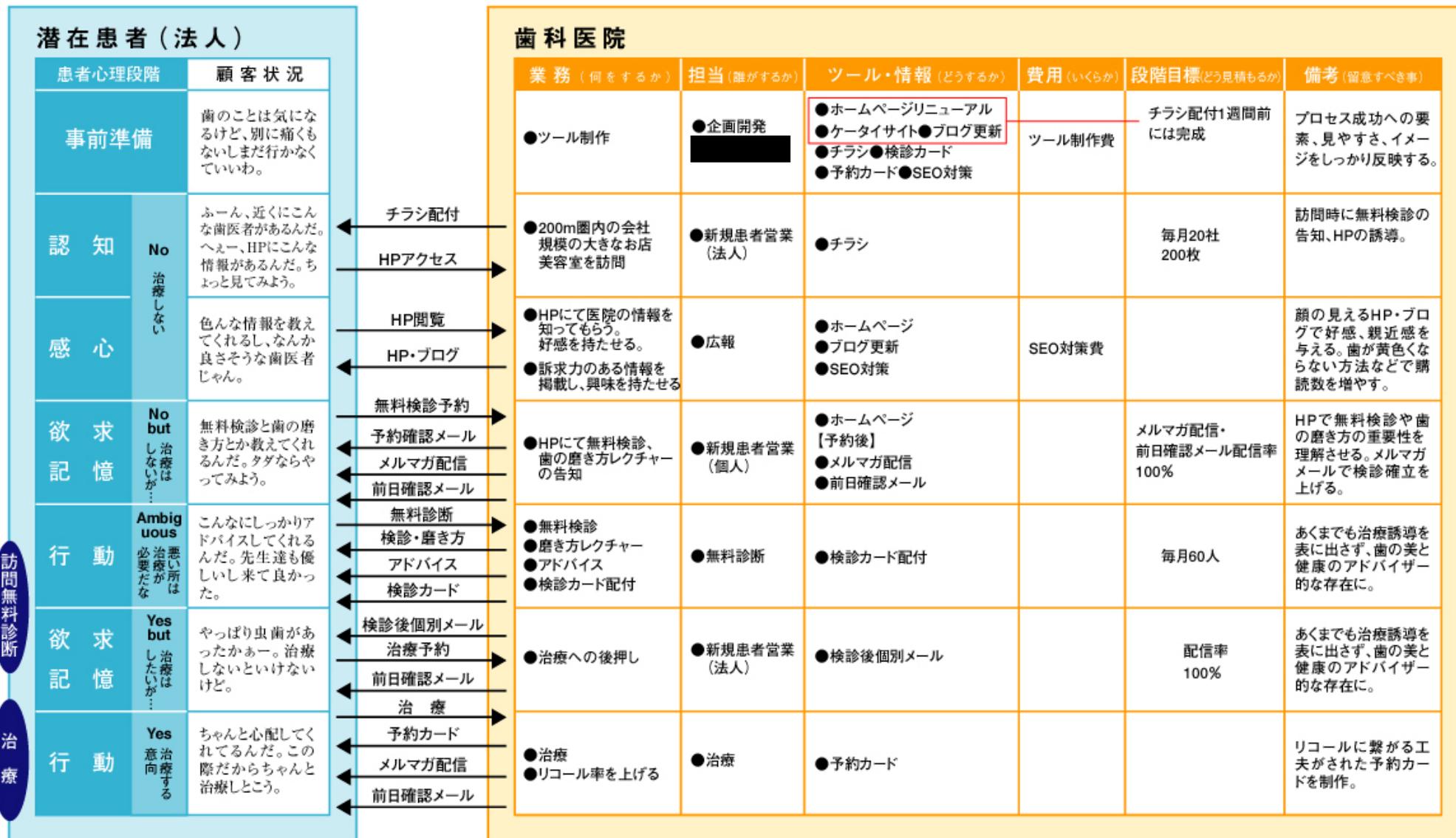
治療

テーマ

「チラシ→HP→訪問無料検診 ※1社5名以上の場合 →治療」の流れを確立する。

月の目標

3ヵ月後から月20名が安定的に新規来院

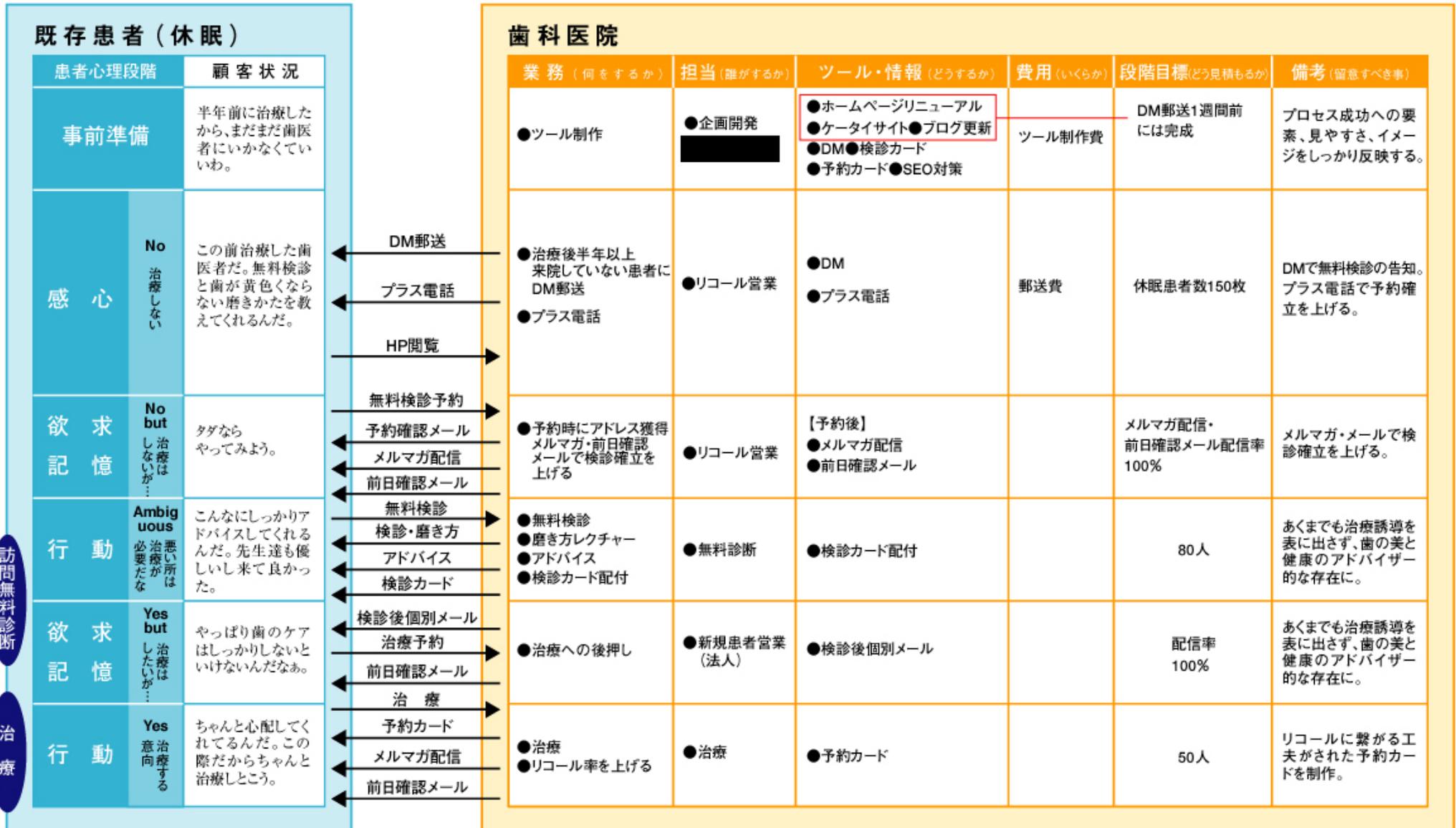


テーマ

「DM→プラス電話→無料検診→治療」の流れを確立する。

月の目標

3ヵ月後から月50名が安定的に新規来院



訪問無料診断

治療

テーマ  
「3K」を使って紹介までの流れを確立する。

月の目標  
3ヵ月後から月50名が安定的に新規来院

