

月刊 AMCP レポート

Vol.17



マーケティング

【増患・増収戦略を整理して考える:前編】

開業 20 年を迎える G 歯科医院(個人)に勤務医として手伝っていたご子息の K 先生ですが、この度、正式に医院を継ぐ事になりました。K 先生は、幼少の頃から G 歯科医院の地域での隆盛を目にして育ったせいか、最近の患者数減少は淋しい限りで、年々、診療中でも暇な時間が増えたと感じていました。

「自分の代になった今、もう一度昔のように流行る医院にしたい！まずは増患して売上を上げるぞ！」

と意気込み、「親父は何もしない古いタイプの歯科医だから、下がるに任せて今のような衰退を招いた！今まで何もして来なかっただけだから、少し本気で取組めば一気に回復するだろう」と考え、それからは「患者を増やすにはどうしたらいいのか？」ということに奔走する日々が始まりました。

「増患」と名の付く書籍を片っ端から購入し、高額なセミナーに参加し、DVD を購入し…、そして、思いつくまま試してみましたが、なかなか思うように伸びません。それどころか、真剣になればなるほど患者さんが引いているように感じ、かつ、スタッフの動きに不満を感じるようになり、自分一人でカリカリしている…、「なぜ、上手くいかないのか…？」と思い悩む毎日です。

落ち着きなはれ…

【現況に“感謝”し、足元を見直し、未来を描く】

歯科・医科という医療業界だけでなく他業種も含めて 2 代目経営者の方で「俺は親父と違う！」と、何かにつけて独自色を出そうとする方がおられます。そのような「向上心」は悪くはないのですが、まずは、大先生に感謝すると同時に、今も支持してくれている患者さんにも感謝しなければいけません。この気持ちがないと必ず患者さんは離れます。むしろ、自院の何を今まで支持してくれていたのかを理解し、既存患者を大切にしなければいけません。いわゆる増患の第 1 歩「増やす前に減らさない」です。

次に、やみくもに活動した結果、仮に患者さんが大勢来院するようになったと致しましょう(単に集めただけなら保険診療患者がほとんどです)。そうなると何が起るか？

待ち時間が長くなる・接遇が行き届かない・診療がバタバタするので助手もバタバタする・人を増やさないといけない…等々、つまるところ「忙しいだけで利益が出ない」、そして、中途半端に自費を勧めたりして、「あの医院は…(怒)」と評判を落として元に戻るといのがパターンでしょうか。何も考えない経営は、このような悲劇を生み出します。それではどうすればいいのでしょうか？

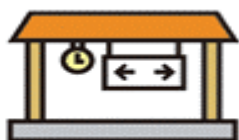
先述の通り、大先生や既存の患者さん、働いてくれているスタッフ等、現況に感謝し、「自分は恵まれている！」という気持ちになるというのは前提ですが、実務上、まずは「売上の構造」を理解しなければいけません。

★★売上とは…⇒ 患者数 × 来院頻度 × 1 回当たり単価 である★★

具体的な戦術の立て方は次号お伝えいたします。

★次回は…、「Vol.18」:マーケティング

【増患・増収戦略を整理して考える:後編】



をお送りします。

お問い合わせ・ご相談は…

AMCパートナーズ株式会社

〒541-0054 大阪市中央区南本町2-4-10
Tel:06-6262-2256/Fax:06-6262-2257

<http://www.amcp.biz>

amc-reception@amcp.biz