

ヨシダが提案する

リピーターを増やす IT活用術



やってみる、分析する、もっとよくする。
歯科医院の経営サイクルをサポート。

YOSHIDA

WAVE Profit QUATTRO Ripi
プロフィットクアトロリビ

chapter 01

受付業務 チェアサイド

リピーターを増やす 受付・予約管理。

患者さんに合わせたさりげない気配りや声かけは、新人スタッフには難しいもの。「e-Apo PRO II」を活用すれば、自然とスタッフのコミュニケーション能力を向上させることができ、患者さんのニーズを満たす対応ができるようになります。



scene1 久しぶりに受診される方の電話予約時に



CHECK! 誰が対応しても好感度アップに

電話がかかってきた際、患者さんのお名前や前回の診療内容を表示させることができます。誰が受付をしても「このあいだは○○でしたよね」といった気配りが可能になり、患者さんの好感度アップにつながります。

scene2 チェアサイドでの次回ご予約時に



CHECK! モチベーションを損なわない次回予約

タブレットなどを使えば院内どこでも予約がとれます。受付業務がスムーズになるだけでなく、患者さんは治療・ケアした担当者とその場で予約ができるため、治療・ケアに対するモチベーションも損ないません。

scene3 予約日時のご提案時に



CHECK! 「いつもの時間」をご案内して特別感を

これまでの来院履歴から、患者さんごとによく来院される曜日や時間を把握することができます。次回の予約を取る際に「いつもの曜日・いつもの時間」をご提案すれば、患者さんには特別感を感じていただけます。

scene4 予約した来院日前に



CHECK! 細やかな気配りでキャンセル防止

メールの配信サービスを使って、診療予定日前などに予約通知のメールを配信することもできます。予約のうっかり忘れを防止するだけでなく、患者さんへのきめ細やかなケアにもつながります。

患者満足度を高めるアポイントシステム

e-Apo PRO II

- ✓ 来院傾向が一目でわかるので、患者さんに合ったご提案が可能
- ✓ タブレット端末対応だから、チェアサイドでも活用できる
- ✓ 予約通知のメール配信で、患者さんの来院忘れを防止

e-Apo PRO II 標準価格 240,000円 ※1 別途WEB初期費用
WEB使用料*1 月額 4,700円 50,000円が必要です
SMS使用料 (WEB使用が条件)*2 月額 2,000円 ※2 別途SMS初期費用
(1通あたり通信料15円) 200,000円が必要です



着信と同時に患者さんの情報を表示する 電話CTI

- ✓ 着信と同時に情報が表示されるので余裕をもって対応できる
- ✓ e-Apoと連動すると患者さんの予約履歴や統計情報、次回の予定処置まで表示することも可能

電話CTI 標準価格 198,000円
別途月額500円

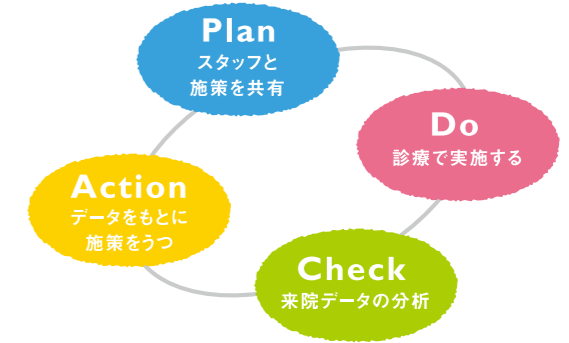


chapter 02

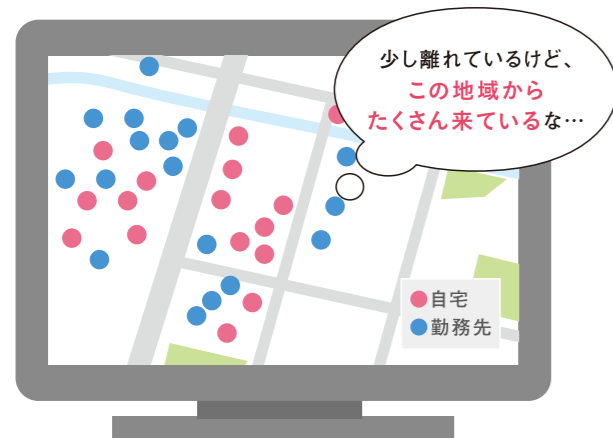
管理業務 院長室

次の打ち手が見えてくる。データを活用した経営分析。

看板やホームページを導入・見直しされる際、どのような工夫がされていますか。「PLUS-MAP」を活用すれば、地域の状況が可視化され、医院に求められている患者さんのニーズを把握しやすくなります。



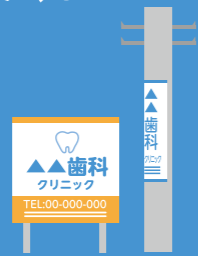
scene1 来院患者をMAP上に表示



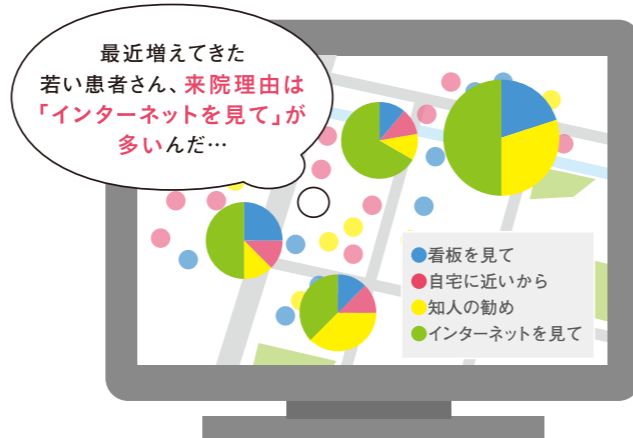
CHECK!

来院患者さんの傾向が見えてくる

看板や駅の広告は集患にどの程度影響しているのか気になりますよね。PLUS-MAPを使うと、来院患者さんの多い地域や患者属性がわかるため、効果的な広告戦略を実施できます。



scene2 患者さんの「来院理由」や「年齢層」をグラフで表示



CHECK!

ホームページリニューアルの参考に

来院理由で「インターネットを見て」が多ければ、ホームページが患者さんへのアピールに有効なツールだといえます。患者層をチェックし、ニーズに合わせたコンテンツを充実させることで、医院のファンづくりにつながります。



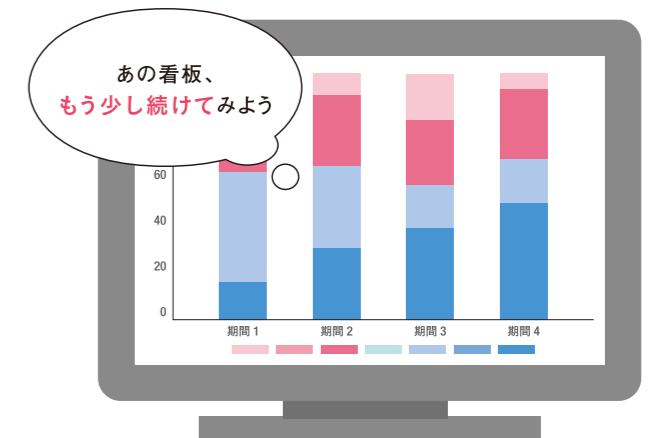
CHECK!

患者さんの変化に応じて医院も成長できる

患者さんの傾向を簡単にグラフ化することができます。20-30歳代が多ければホワイトニングを導入したり、親子が多ければキッズルームを設置するなど、データから読み取れる患者層の変化に応じて医院も共に成長することができます。



scene3 四半期ごとの統計データを表示



CHECK!

効果測定を通じて戦略的な経営を

来院患者数の推移など、さまざまな施策の効果を可視化することができます。例えば、来院理由の変化を見れば、実施した広告の反応を知るヒントになるかも。継続的な効果測定で、戦略的な経営が可能です。



歯科医院経営をサポートする
来院患者データ分析ツール

PLUS-MAP

- 患者さんの住所登録から統計データを作成
- 患者さんの分布・種別分析や周辺診療圏分析
- 保険別や年齢別・来院理由などをグラフ化

PLUS-MAP 標準価格 200,000円



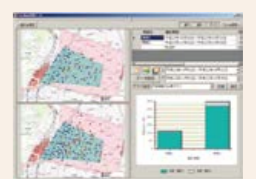
開業前だけでなく、開業後のマーケティングも重要

開業前に診療圏をチェックしても、開業後も継続的に確認している方は少ないのではないでしょうか。定期的に患者層の変化をチェックして、来院層に合わせたアプローチ方法や医院内装に改善していくことも必要です。



蓄積する患者データを活用

来院患者さんのデータを元に統計データを作成できるので、医院経営の貴重な資料となり、患者さんの変化にもいち早く敏感に対応できます。



患者さんとの関係を深める “満足”の積み重ね。

ていねいな対応、わかりやすい説明、ご自宅に帰ってからも深まる理解。患者さんの“満足”を積み重ねていくことで、“選ばれる歯科医院”へと近づくことができます。さらに、蓄積した自医院のデータを活用できれば、効果的な次の打ち手が見つかるかも。コミュニケーション×経営のダブルステップで、患者さんと歯科医院、お互いにWIN-WINの関係を築きましょう。

繰り返し来院
リピーターへ

口コミや評判を聞いて、新しい患者さんの来院が増えます。前回の診療に納得した患者さんは継続して来院するようになります。

新患・二度目の来院の増加

あの広告、もう少し続けてみよう

打ち手に対しての効果測定を継続的に実施することで、戦略的な経営を行うことができます。

若い層が増えてきているから内装を少し工夫してみようかな

継続的に効果測定

この歯科は良さそうね

客観的なデータをもとに、さまざまな施策を打ち出すことができます。

新たなアイデアを実行する

満足度の高まった患者さんは、医院の評判を口コミで知り合いに広げてくれる可能性があります。

患者さんのお知り合いと

駅前通りに看板を出してみよう

自医院のデータや分析結果は院内ミーティングの資料として役立ちます。

分析をもとにミーティング

患者さん個々の状況に合わせた資料は、ご家族にも歯科に興味を持っていただくのに役立ちます。

患者さんの帰宅後、自宅で

この地域からの来院が多いな

地図情報と来院データをあわせて患者層の傾向をつかめます。

来院データを分析して

写真だけよりわかりやすいな

視覚的にわかりやすい説明で、患者さんの納得感を醸成します。

院内チェアサイドにて

●●さん、1年ぶりですね

患者さんのお名前を画面に表示し、誰が応対しても好感度アップへ。

久しぶりの電話予約時に

コミュニケーションのステップ

経営のステップ

DENTAL CLINIC

