

健康者が笑顔を求めて、自費で通う歯科医院づくり
坂本佳昭(株式会社エイ・アイ・ジー)

デンタルエステで得られること
健康者マーケットの開拓による新たな収益源の確保
自費収益アップによる保険依存体質からの脱却
衛生士の自立促進化による組織化、院長依存経営体質からの脱却

デンタルエステを始めるにあたって必要なこと
健康者を集めるマーケティングノウハウの習得と実践が必要
自費率がアップするような技術や接客の教育訓練と自費に相応しい空間が必要
組織ができるためのマネジメントノウハウの習得と実践が必要

【第2章】デンタルエステの顧客ニーズと顧客満足
治療とデンタルエステとの顧客の違い
デンタルエステ 【対象顧客】美に關心のある生活者 【対象顧客】患者 【対象顧客】患者
治療 【対象顧客】患者 【対象顧客】患者
デンタルエステのリピーター化しやすい顧客
20代女性 髪の色や目元のオシャレをメインにする
可愛らしく見られたいというよりも、品性、美人度、若々しさの向上を求めたお客様 30代~40代女性ガメイン
デンタルエステに関心のあるお客様
興味のあるお客様
興味のないお客様
求めているサービス
アンケートの実施して顧客満足度のアップにつなげる

【第3章】デンタルエステの魅力を高める商品戦略
決められた時間内に、痛みなく、取り残しが無いようキレイに取りきる
【カウンセリングのポイント】
ホワイティングは1度で結果と痛み無しのバランス感が大切
集客メニューを用意する 安価なホワイティング 価格を下げる場合は、その理由を明記すること
継続メニューを用意する 金銭的負担が少なく通えるメニュー
顧客単価のアップ
小さな単価アップ
大きな単価アップ
内装の満足度アップ
リスクリバーサル

【第4章】デンタルエステのマーケティング戦略
典型的な11の集客方法
おお客様紹介
広告
営業提携
TVや雑誌等の取材
内装・外装
DM
メール
【活用例】
【ポイント】
【仕組み例1】
【紹介文例】
【CPO(コスト・パー・オーダー)が重要】

【第5章】衛生士を総括化するマネジメント

「患者様(お客様)、組織、社会に満足して頂く医院を目指していく」
1) 利私私欲で経営しない
2) 孤独になって決断することを恐れない
3) 組織の成長と従業員の定着率に対する誤解
4) 顧客満足を取り占めない
5) 第二領域の時間をとる
6) 仕事に対する考え方の教育をする
7) プロセス評価が人材を成長させる
衛生士を総括化するマネジメント
衛生士に対する考え方
採用面接のポイント
早期退職を防ぐには