

**門外不出 広告で集客できない歯科医業界のダントツ集客術**  
**新患が次々訪れる “非常識な掃除屋流” ホームページ集客法公開**

歯科医経営において、院長先生が一番に頭を悩ませるもの、それは【集客(集患)】ではないでしょうか？

いまや激戦区のコンビニよりもさらに件数の多い超激戦の歯科医業界にとって、患者を集めるといふ『経営努力』抜きに医院経営を行う事は事実上不可能であり、集客というスキルを院内に構築しなければならない状況であることは、どちらの院長先生も、もう十分ご承知の事と思います。

～しかし集客といっても宣伝広告もできないし、スタッフに営業させるわけにもいかないんだから、集客なんて不可能だよ。今までのように患者さんが来るのを待ってるしか手がないんだよね～

このように思われた先生もいらっしゃる事でしょう。もちろん、法律を破って『広告宣伝しましょう！』なんていうつもりはありませんし、『景気が回復したら・・・』なんて悠長なことを言うつもりもありません。

そこで！！広告宣伝が事実上不可能な業界で、患者を集めるために使える

【ホームページ 集客法】を

〈導入編〉

〈コンテンツ編〉

〈検索エンジン対策編〉

に分けてこの歯科医経営虎の巻にてご紹介しています。

**第二部 ～集客の法則 コンテンツ編～**

【ホームページコンテンツ名】 院長紹介

**重要度 5**

**キーワード:「信頼できる先生」**

新患 = お客さんがネット検索であなたのサイトを訪問しました。そこでまず第一にチェックするコンテンツ。

「どんな先生が私の歯を治療してくれるの？」

「どんなスタッフの方が対応してくれるの？」

ということから例外なく確認します。

ここでしっかりホームページ上で信頼できる先生というイメージ(実際に会っていない新患の方から見れば)を伝えられるかどうか重要になってきます。

医師や税理士、会計士といった医業あるいは士業のサービスというのは「人」に依存します。従って、患者さんとしては自らの体の一部を治療してもらうわけですから、なるべく実力のある優秀で信頼できる先生にお願いしたいと考えるのが最優先事項になってきます。

こうした患者さんの気持ちを考えた場合、ホームページにアクセスした人に、この先生は優秀で信頼できそうだと思ってもらえるかどうか大切なポイントになるのです。

本当の実力や人間性は実際に会って見ないと分からないのですが、少なくともホームページ上で先生個人の情報が少ない場合は、アクセスした人の信頼を得る事が出来ず、当然診療に訪れてみようという可能性は低くなります。

**成功サイトはこうしている！**

まずトップページやプロフィールページでご自身の写真を公開されています。

なんでそこまでしければならないのかという抵抗がある先生もいらっしゃると思いますが、初めての患者さんはサイトで見えない部分(情報)が多いと不安になります。

反対に、写真を公開していれば「顔写真を公開するくらいだからきっとちゃんとした先生なんだろうな」と感じてくれます。

ご自身のサービスに自信があればこそできることですし、誠実さをアピールする効果がありますので堂々と写真を公開してください。

ご自身の人間性をもっとアピールして信頼感を出したい場合は、履歴書のような顔写真ではなく、

- スタッフと一緒に写っている写真
- 治療中の真剣な眼差しでの写真
- 趣味に興じている時の写真
- 家族と一緒に写っている写真あるいは
- 似顔絵等

あなたの魅力をホームページ上で伝える写真を選んで掲載しましょう。

そして写真と同等に大事なのがプロフィールです。

一般的なのが履歴書のような経歴の紹介と堅苦しいあいさつ文。

アクセスしてきた人にとってはホームページ上で公開されている情報しかあなたの人間性を判断する材料がありませんので、これ履歴書のようなものだと、先生の人間性は伝わりません。

ですからプロフィール欄でしっかり先生自身のアピールを行いましょう！

- 実績・経歴・資格・スキル
- 著書・マスコミ掲載・対外的な役職
- 家族の事・今はまっていること・好きな芸能人・応援しているスポーツ選手
- 小学校時代の自分、中学時代の自分など年表式にコメントも入れて紹介するのも親近感が湧いて非常に効果的です。

このような情報を具体的かつ詳細に公開する事でアクセスした人の信頼を獲得することが出来るのです。

次にあいさつ文です。

ここでは堅苦しい当り障りのない文章ではアクセスしてきた人の信頼感を得る事は出来ません。

自分の想いをしっかり熱く語りましょう。

- なぜ自分はこの仕事を始めようと思ったのか
- 今までどんな苦勞をしてきたのか
- 普段患者さんとどんな気持ち、心がけで接しているか
- 自分がいかに患者さんの役に立ちたいと考えているか

アクセスした人がこうした想いを読んで「なるほど、普段こんな風に考えながら仕事をしているんだ」とか、「こんな気持ちで仕事をしているんだったら、きっといい仕事をしてくれるに違いない」という風に感じてもらう事が出来ます。

こうした話しを書くのは少し照れくさいかもしれませんが、お酒を飲みに行った時に思わず本音を話すようなそんな内容を掲載しましょう。

これであなたの信頼度は急上昇です。

そしてさらに高度な信頼度アップのための戦術としてブログ(日記)を作成公開することです。これは日々の更新がものをいいますが効果は絶大です。特にプライベートな内容であれば実際に会っているかのような親近感を持ってもらうことが可能です。また、このプロフィール効果以外の部分でもこのブログ日記というのは効果を発揮するのですがこれはまた別の項目で詳しくご紹介します。

これらのコンテンツを作成していく上で、自分自身を改めて見直すことも出来、今まで気づけなかった自分を発見することが出来るかもしれません。

< 次号へつづく。。。 >

## 次号の予告

新患が次々訪れる“非常識な掃除屋流”ホームページ集客法公開

第二部 ~ ホームページ集客の法則 ~ コンテンツ編【お客様の声】

キーワード:「信頼できる医院の証」

### (編集後記)

季節の変わり目でやっぱり風邪を引いてしまいました。体調管理はしていたつもりが。。。朝のジョギング何とか週3ペースで続いております。継続が一番の課題！このニュースレターも出来るだけ長くお届けできるよう引き続きがんばります。

非常識な掃除屋流！業績アップ通信 vol.4 2007年11月1日発行

【企画・編集・発行】bbcカンパニー <http://bbcsika.nomaki.jp/> メール: [bbcinfo3@yahoo.co.jp](mailto:bbcinfo3@yahoo.co.jp)

発行責任者: 信岡政憲 (bbcカンパニー代表) 〒731-0135 広島市安佐南区長束 1-11-6

(お問合せ)フリーダイヤル0120-233-994 fax082-555-3609