

チャレンジ! 鍼灸・整骨院開業

(社)日本医業経営コンサルタント協会 認定登録
(学)森ノ宮医療学園監事・公認会計士・税理士

日根野 文三

今回はいよいよ最終回です。前号(8号 2011 MAY)では、「<その2>開業までのタイムスケジュールに沿って実行する」でしたが、最終回はその続きと私からの事業(開業)成功へのメッセージです。



<その3>スタッフ教育と広告宣伝

■スタッフの採用と教育訓練

よいスタッフを採用することは経営上の大きな要点です。

①採用時のポイント

履歴書の見方がわかる人、人を使ったことのある人に同席してもらおうとよいでしょう。採用面接の際に、入室してきた時の服装・挨拶・雰囲気・応答のしかた等の第一印象は重要ですが、その後の質疑応答については採点表を予め用意しておき、すぐに採点結果を記入しておかないと多くの応募者がある場合、後で面接した人の影響を受けてしまいがちです。

また職歴欄で①転職を繰り返している人、②空白期間のある人などについてはその理由・内容を問うておくといよいでしょう。

②教育訓練の基本はCSに対する意識改革

一雇用者(経営者)の経営理念(注1)に協力できるよう教育
従業員が患者さんと接した時に相手の身になっていろいろ対応できるようになるには経営者がその教育訓練を行っているなければなりません。当初経営者と異なった考え方を持っているかもしれない従業員の人達をその治療所の経営方針に従って仕事に従事してもらうように意識改革するのは教育の力によるものです。

スタッフが患者さんに対して横柄な接遇をするのは厳禁です。ところがその治療所のトップが患者さんに対しての接遇が悪いと、これが職員にすぐに感染しますので、十分注意する必要があります。

(注1)経営理念…経営者の事業に対する基本的考え方をさす。例えば「高い技術を持ち患者さんに心地よい空間と時間を提供しながら、地域医療に貢献する」など

■広告宣伝等

一地域への広告等はとても重要一

①地域への浸透…挨拶回りのチャンスは開業前後の少しの期間に1回だけしかありません。町会長さん達にタイムリーに挨拶しないと意味がありません。1ヶ月も後に行ったら逆効果になりかねません。タイミングを逃さないようにしてください。

②地図カードの作成(図1)…このような案内カードを作成し、来院中の患者さんに持ち帰ってもらいましょう。こちらの誠実な対応により感じを持ってもらえれば自分の知り合いに配って下さるはずです。また、既存の患者さんには定期的に季節のごあいさつ(図2)を送付することも効果があるでしょう。

図1

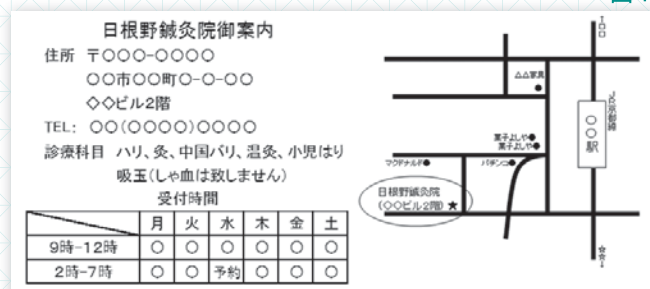


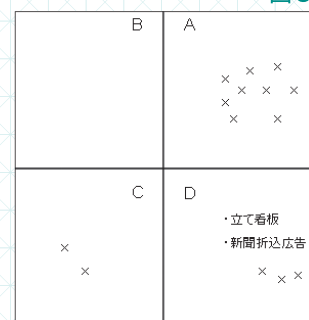
図2

③院内に院長・スタッフの自己紹介ポスターを写真入りで貼り患者さんに親しみを感じてもらってもよいでしょう。

④来院患者の住所から地図上に×印を付けてゆく(マッピング)ことによりどの地域から来院しているかの来院状況を把握することができます。

図3の例では、A地区からの来院は順調であり、B・C地区の広報に注力を要することがわかります。そこで対策としてB・C地区に立看板や新聞折込広告等を実行してゆくことになります。この手順を当初は3ヶ月に一度ぐらい行っってゆき、新患の獲得へとつながってゆきます。

図3



■私からの事業成功へのメッセージ

事業がうまくいくには、今日来てくれた患者さんに精一杯尽くして“感謝・感動”してもらうことです。そうすればタダで口コミ(広報活動)されるようになり、その第3者情報は情報価値が高く、地域に広まってゆきます。「一人の患者さんの背後から3人の将来の患者さんがこちらを見ている」と心に念じることが大事だと思います。

本稿は森ノ宮医療学園専門学校3年生対象卒前教育として平成22年8月のサマースクールで講演した内容を基にしています