

歯科医師限定

Kindergarten
株式会社キンダーガーデン

絶対失敗できない

分院展開

移転開業

新規開業

医院継承

結果を出す ホームページ制作会社 見極め方 **5選**

① 何度もホームページ制作会社を変えたが上手くいかない…

② 医院経営が未経験でどうしたらよいかわからない…

信頼できる業者を見つけられていない院長先生へ

丸投げできるマーケティング会社を探している先生へ

キンダーガーデンは
私が自信をもって
おススメできる
マーケティング会社です

マロ・デンタル札幌
院長 木村洋子先生

今、このような状況にありませんか？

①

分院展開を
考えている

②

テナントの関係で
移転せざるえなくなった

③

そろそろ
新規開業を考えている

④

急な代替わりで医院を
継承することになった

絶対に失敗できない

そのために
最も重要なのは集患

集患はホームページが全て

たとえば良いホームページ業者は以下のような結果を出しています



妙典オハナおとなこども歯科様



マロ・デンタル札幌様



やました歯科様



銀座並木通り歯科様



※すべて当社の実績です



Point!

できれば、すべて丸投げでき結果も出してくれるホームページ製作者者に依頼したいですね？
今回は、結果を出せるホームページ制作会社の「見分け方」に関してお伝えします。

結果を出すホームページ業者の条件

結果を出せる業者、出せない業者の違いは？

結果を出せる業者 は患者のニーズを把握する！

そもそも
ホームページは
誰のためのもの？

- ①クリニックのため … △
- ②医院長のため … ×
- ③業者のため … ×
- ④患者のため … ◎



ホームページは
患者のためのもの



結果を出すホームページ業者が必ずやっていること

① 集患したい患者を徹底的に分析する

ホームページで
どんな患者を
集めたい？

- とにかく新患数だけを増やす
- 自費傾向の患者を増やす
- デンタルIQの高い患者を増やす
などなど...



アピールすべき
ターゲットは全て異なる



結果が出ない業者

医院が求めるターゲットや患者のニーズを
理解しないまま、他の業界や他院の見た目
だけを真似てホームページを制作



結果を出す業者

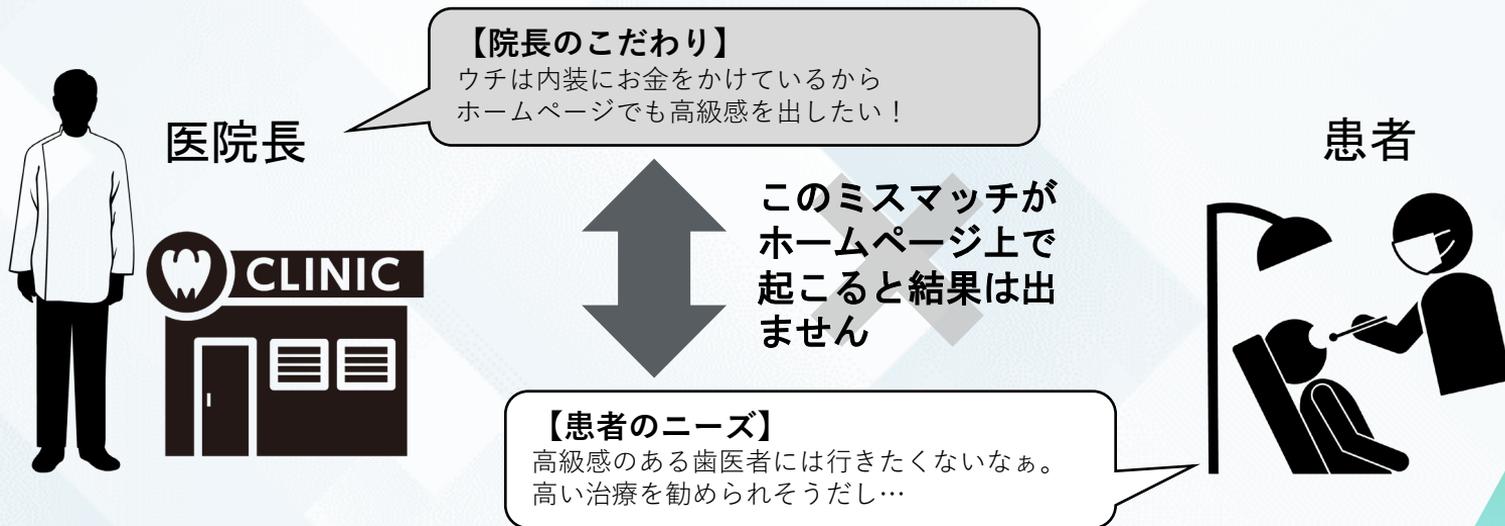
医院が求めるターゲットをしっかりと定義し、
ターゲットを徹底分析。ニーズを把握した
上でターゲットに響くホームページのデザ
イン、色、内容まで全て突き詰めて制作

結果を出すホームページ業者の条件

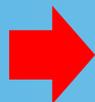
結果を出すホームページ業者が必ずやっていること

②あえて院長のこだわりを排除する

結果を出す業者は**患者のニーズとは異なる**「院長のこうしたい」というこだわりは排除します



結果を出す業者



この「ミスマッチ」を指摘し、
患者のニーズに合わせるよう働きかけます

結果を出すホームページ業者の条件

結果を出すホームページ業者が必ずやっていること

③ 診療科目ごとに患者のニーズを満たす

例) 虫歯ページの場合

結果が出ない医院の診療科目ページ

虫歯治療

虫歯とは?
 ミュータンス菌とは?
 CO/C4とは?
 .
 .

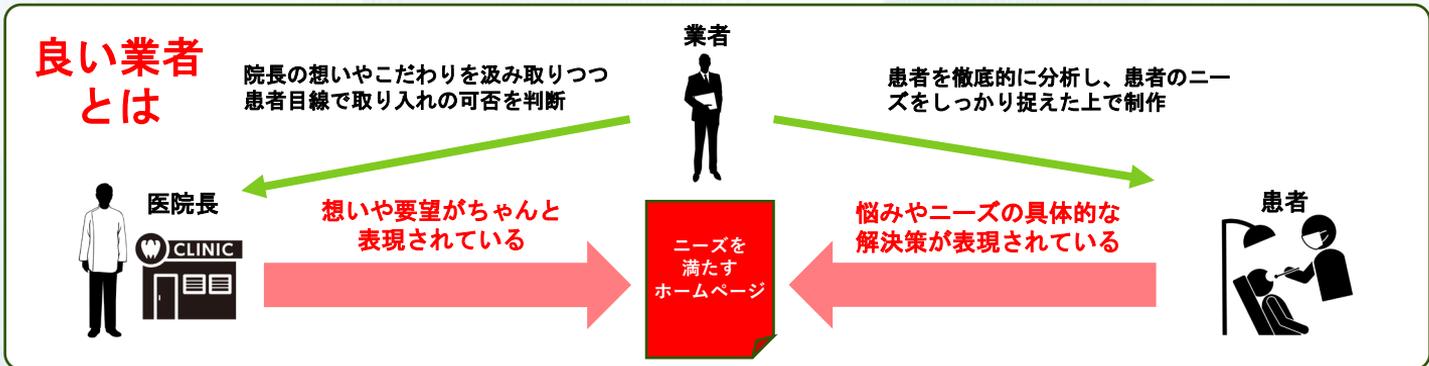
歯が痛い人に、なぜ虫歯になってしまうのかを一生懸命アピールしているのが結果を出せない業者が制作するホームページです

結果が出る医院の診療科目ページ

虫歯治療

2step法で「痛み軽減」
CRで「削る量」最小限に
MTAで「神経」を残す
 .
 .

虫歯の患者のニーズは「痛みを抑えたい」「削る量を抑えたい」「神経を残したい」です。このニーズに対して「当院ではこのような治療法、材料、機材を利用して〇〇というニーズを満たします」という表現方法が正解になります。



結果を出す業者・出さない業者のまとめ

結果を出す業者は、とことん「患者目線」



【結果を出せない業者のあるある】

- 院長に言われたことを形にするだけ
- 結果を出すための答えを持っていないので具体的な提案はほぼない
- ホームページの内容ではなく、SEOやMEO、SNSの話ばかりする
- 「なんとなく」「感覚」でホームページを作成している。

【結果を出す業者】

- とにかく患者ニーズ目線でホームページを制作
 - 院長のこうしたいと、患者のニーズをバランスよく融合
 - 結果を出すための「根拠」があるため、様々な提案をする
 - SEOやMEO、SNSの提案もするが、一番重要なのはホームページであることを理解している
- ※SEOやMEOを行ったとしても最終的に行き着くのは医院のHPであり、その内容がわるければ増患しないことを理解しているため。
- 「絶対的な根拠」をもとにホームページを制作している

結果を出せる業者、出せない業者の見分け方

5つのポイントで見分けられます

① 歯科知識が豊富にあるかの確認

歯科知識がなければ患者のニーズを理解できないため、患者に響く深いホームページも制作できません。ラバーダム、ニッケルチタンファイル、MTAセメント等、**歯科専門用語の理解度**を業者との話の中で確認する。

② 製作ディレクターとも話をする

実際に**ホームページを制作する人間と話を**することで、その業者の実力が分かります。営業マンは**良いことしか言わないし、制作に関しては理解していないことが多いです。**

③ 結果を出すための根拠を質問する

「なるほど!」と納得できる**根拠を提示できなければNG**。専門性の高いマーケティング領域の話には**要注意**。説明されても院長先生は理解できないし、結果を出すための本質はそこではなく「ホームページの内容」です。

④ 納品後フォローの内容を確認する

アフターフォローがホームページの管理や修正だけであればNG。時代は**変化し、新しい競合も生まれる**中で、新しい動きをしていかなければ負けてしまうため。**状況に合わせた提案力**が業者には求められるため。

⑤ 結果が出るまでの期間を確認する

成果までの期間を明確に**答えられない業者は要注意**。これまで**結果を出してきていれば、地域性や医院の状況を鑑みて、結果が出るまでの期間を言えるもの**。なお当社では、ホームページ公開後からすぐに結果を出しますと伝えています。

患者のニーズが内包されていないホームページは結果も出なければ、次のようなデメリットも生じてしまいます



Point!

① 結果が出ないホームページは、質の低い患者が集まりやすい

ホームページの「内容」ではなく「家から近い/駅から近い」等の利便性で問い合わせになるので、キャンセル率が高くなったり、自費治療につながらなかったり、治療後のメンテナンス移行率が低下する傾向がある。

① 結果が出ないホームページは、採用にも悪影響

患者ニーズを組み込んでいないホームページは自ずと表面的な情報のみになるため、「この医院は何をやっている医院なのか」が分かりにくく、求職者の目もつかない。

弊社の 5 つの強みと 6 つの選ばれる理由

制作実績
500件
以上

制作実績
10年
以上

強み



集患戦略



根拠に、基づいた
集患戦略



明確な根拠なし。
感覚的な戦略



ライティングカ



患者行動に促す
文章作成



一般的な歯科
情報のみ掲載。



デザインカ



患者の心に響く
デザイン



綺麗に整った
デザイン



フォロー体制



更なる飛躍を目指す
戦略的フォロー



修正対応のみ



成功率



98%以上の確率で、
約束した目標値を達成



結果は
保証していない

選ばれる理由

POINT 1

院長の負担は、**2時間のヒアリング**のみ
ヒアリング以外、院長に行って頂くことはありません。

POINT 2

ライティングは当社が担当
訴求力のある文章作成はプロにお任せください。

POINT 3

数だけでなく**患者の質**も重視
良質な治療を求める患者を集めます。

POINT 4

院長の**コンセプト**に**共感**する患者を集患
院長や医院の考えを理解した患者が集まるため話がすぐにまとまります。

POINT 5

歯科に精通しているため、やり取りのストレスなし
全スタッフ、歯科に精通しているためやり取りの中でストレスを感じません。

POINT 6

臨床にこだわりのあるクリニックのみ対応
良質な治療を提供してるクリニックのみ請負っています。

弊社サポート導入後の数字で見る変化

制作実績
500件
以上

制作実績
10年
以上

▶ 新患数の変化

Before

4~5名/月

After

20名以上/月

▶ 予約の埋まり方

Before

数日待ち

After

2ヶ月待ち

▶ ホームページのアクセス数の変化

Before

300名/月

After

3,500名/月

▶ 主訴の変化 (紹介患者を除く)

インプラント

100%up

マイクロエンド

350%up

前歯部の審美ケース

250%up

歯列矯正

200%up

世界レベルの臨床家 山崎長郎 先生も愛用中!

「良い治療をしている医院こそマーケティングの力で、もっと医院をアピールすべき」

インターネットが普及し、手のひらで情報が調べられるようになった現代。世の中の人々の「歯に対する意識」はどんどん高まっています。そのような状況の中ではいくら臨床で腕を磨き、確かな技術を持っていても、インターネット上でその情報を見つけてもらわなければ来院してくれないというのが現実です。そこで原宿デンタルオフィスは、キダーガーデンにマーケティング一任。結果、患者数が2倍以上、前歯部の審美症例の他、インプラント、フルマウスの患者も来るようになりました。良い治療をしている医院こそ、マーケティングの力で、もっと医院をアピールすべきと私は思います。

SJCD最高顧問 山崎長郎 先生



会社概要

株式会社キンダーガーデン / Kindergarten Co.,Ltd.

設立 : 2010年6月11日

事業内容 : 歯科医院専門経営コンサルティング

所在地 : 東京都新宿区西新宿6丁目12番1号パークウェストビル7階

代表者 : 浦濱 隼人

お問い合わせ・ご質問はお気軽にご連絡くださいませ。

Kindergarten
株式会社キンダーガーデン

無料相談受付中



0120-552-536

QRコードもしくはお電話で
お申し込みください。
ご連絡お待ちしております。