

歯科医師限定

〇〇だから、今以上の集患はできない・・・  
このような「言い訳」はもうやめましょう！



ネガティブ要素があっても集患を実現させる

# 3つのポイント

次の院長先生は必見です

- ☑駅から医院が遠いから、患者が来ない
- ☑空中店舗にあるから、患者が来ない
- ☑最新機械が入っていないから、患者が来ない
- ☑特別な治療はやっていないから、患者が来ない
- ☑周りに競合が多すぎるので、患者が来ない

Kindergarten

株式会社キンダーガーデン

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



笠貫歯科クリニック  
院長 笠貫 由訓先生

# 今、このような状況にありませんか？

①

もっと集患したいが、  
様々な理由で諦めている

②

今の立地を考えると、  
これ以上の集患は難しい  
と考えています

③

新規医院の開業。  
危機感はあるが  
しょうがない

④

新しいことをしたいが  
何をしたらいいか  
分からない

立地が悪い

院内が古い

規模感がない



院長先生

新しい設備が  
ない特別な治療を  
していない

集患に必要な要素の1つですが、全てではありません。

これらが充実していなくても  
**今以上の集患は可能です**



## 当社クライアント実績



笠貫歯科クリニック様  
(東京都/二子玉川エリア)

- ・ 駅から7分以上
- ・ 所在地は人通りの少ない住宅街

増患と歯に対して  
の意識が高い患者  
さん獲得を目的に  
リニューアル

HPリニューアル2か月後



月の新患数3倍を達成



現在もその状態を維持

本題に入る前に・・・

## まず最初にお伝えしたいことが1つあります

### 結論

当社がホームページ制作やマーケティングを実施する場合

**集患はネット上での勝負なので、  
リアルな病院の状況はあまり関係がない**



患者



ほとんどの方が  
インターネット  
を利用して歯科  
医院を探す

インターネット上で  
他院との差別化を実現

立地が悪かろうが、医院が古かろうが、最新の治療行っていないかろうが、関係ない

このようにお伝えすると「いや、リアルも関係あるでしょ」と皆さん思われると思います。

もちろん「駅から近い」「土日もやっている」「夜20時以降もやっている」という部分は集患に関係しますが、それ以外の部分はそれほど関係ありません。

### 集患に関係する要素

- 駅からの近さ
- 診療時間／曜日

### 集患に関係しない要素

- 最新設備の有無
- 競合の多さ／古さ
- 特別な治療の有無
- 空中店舗か否か

## 院長先生の悩み①

駅から遠い・空中店舗・周りに競合医院が多い

結論

地域競合のネット露出が少なければ  
逆にチャンスとなります



患者

スマホやPCで歯医者を探すため  
わざわざ最初から地域を歩き回っている人はほほいない

インターネット上で「**医院の存在をアピール**」すれば良い  
例えば同じ商圈に競合医院が100医院あったとしても、インターネットの  
露出がどの医院も不十分であれば、集患しやすい地域と判断できます

このような悩みの場合、行うべき必須の対策は・・・

**SEO**  
(検索順位対策)

**リスティング広告**  
(クリック課金広告)

**MEO**  
(GoogleMAP順位対策)

## 医院が古い・設備や施設が古い

## 結論

古さを表現しない、  
又は表現方法を工夫する

## 多くのホームページ制作業者さん

- 古さを古いまま表現
- 医院の良さを深堀しない
- 表現方法を工夫しない

結果を出すことよりも、ただ納品するというのが目的となっているため

## キンダーガーデン

- インパクトがあるように撮影
- 画像補正でカバー
- イメージ画像を活用

患者に響く写真や結果を出すためのデザインを熟知しているから可能



Q. リアルとホームページに乖離があると、来院した患者さんが不満に思わないの？

A. 大丈夫です。嘘はついていませんし、最終的には、患者さんとの人間関係をいかに構築できるかにかかってきますので、そこが十分に対応できるのであれば患者さんは不満なくちゃんと通ってくれます。

## 最新設備がない、特別な治療は行っていない

### 結論

## これらの重要度はかなり低いので、 集患に大きな影響はない

もちろん最新設備や特別な治療で反応する患者さんはいます。また医院が求める患者層を呼び込むためには必須になる機器や治療方法もありますが、「とにかく患者数を集める」という目的であれば、これらがなくても、さほど集患には影響はしません。

### 影響しない2つの理由

#### ①患者さんは歯科治療の「素人」

周りの医院や知り合いがCTやマイクロを入れているが、当院にはそれがないので、患者さんに魅力的に映らないと思う先生もいますが、よく考えてみてください。これらに関して、患者さんはよくわかっていません。

#### ②患者さんが欲しい情報は「自分のニーズ」を満たしてくれるかどうかだけ

例えば「虫歯治療」を求める患者さんがホームページから得たい情報は次のようなものです。これらは、最新機器や特別な治療がなくても、できるものかと思えます。

痛くない治療を  
してくれるかどうか

削る量を抑える治療を  
してくれるかどうか

歯の神経を守る治療を  
してくれるかどうか

抜歯を回避する治療を  
してくれるかどうか



ネガティブ要素があっても集患を実現

まとめ

結論

リアルの現状に悲観するのではなく、  
どうやってネット上の競争で優位に立つか

- 駅から遠い
- 空中店舗なので視認性が悪い
- 医院が古い
- 最新設備がない
- 周りに競合医院がたくさんある
- 特別な治療はしてない

ここまでお読みいただければ、上記の悩みは集患にはあまり影響を与えないことが分かったと思います。リアルな現状に悲観するのではなく、いかに、インターネット上での競争で優位に立つか。これがすべてです。

これらを形にする  
のは簡単な事では  
ありません

優秀な業者の能力  
とノウハウが必要



キンダーガーデンでは・・・  
500医院を成功に導いたディ  
レクターによる無料相談を実  
施しています

# 当社の 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

## 選ばれる理由

	Kendergarten	B社
 集患戦略	 <p>根拠に、基づいた 集患戦略</p>	 <p>明確な根拠なし。 感覚的な戦略</p>
 ライティング力	 <p>患者行動に促す 文章作成</p>	 <p>一般的な歯科 情報のみ掲載。</p>
 デザイン力	 <p>患者の心に響く デザイン</p>	 <p>綺麗に整った デザイン</p>
 フォロー体制	 <p>更なる飛躍を目指す 戦略的フォロー</p>	 <p>修正対応のみ</p>
 成功率	 <p>98%以上の確率で、 約束した目標値を達成</p>	 <p>結果は 保証していない</p>

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

## ▶ 新患者数の変化

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。