

歯科医師限定！

経営・集患が上手い医院だけが実践してる

デンタルIQ の高い患者

だけを集めるホームページ改善点

～なぜあの医院だけ
「自費患者」「キャンセルしない患者」ばかり集まるのか？～

自費率アップ

メンテナンス移行率アップ

キャンセル率ダウン

Kindergarten

株式会社キンダーガーデン

キンダーガーデンは
私が最も信頼する
マーケティング会社です。



SJCD最高顧問
山崎長郎先生

こんな患者ばかりで困っていませんか？



予約を受け付けても
キャンセルされてしまう



説明しても理解してくれず
「保険でいいや」
と言われてしまう



治療が終わったあと
メンテナンスに来ない



患者側が勝手に判断して
治療途中で来なくなる

これらの患者は

歯に対する意識が低い患者

=

デンタルIQが低い患者

デンタルIQの低い患者は、歯に費用も時間もかけません



歯に対する意識が低い患者は歯医者を選ぶとき「近いから」という理由で予約をします。これらの患者は歯に費用も時間もかけません。このような患者を狙わず、歯に対する意識の高い患者を狙い撃ちできれば、優良な患者が増え結果として売上も上がります。

デンタルIQの高い患者を来院させるには？

デンタルIQの高い患者を3つの戦略で狙い撃ち

自費率  メンテ移行率  キャンセル率 

デンタルIQの高い患者に訴えかける戦略を！

①戦略的
診療科目ライティング

②戦略的
デザイン

③戦略的
キャッチコピー

大事なものはホームページを見た患者が

この先生に診てほしい！

絶対この医院へ行きたい！

と思うこと



Point!

漠然と集患を業者へ依頼するのではなく「どんな患者」に「月どれだけ来てほしい」という目標数字と、それを達成するための具体的な戦略が必要です。事実、**新患が月に2～3名しか来なくなったクリニック**が当社の改善施策をおこない、**月30名以上**の新患の予約、実に**10倍以上の集患**に成功しています

デンタルIQの高い患者を来院させるには？

①戦略的 診療科目ライティング

患者が求めているのは言葉の意味や症状の説明ではなく、

どんな技術と機材で治療してくれるのか？

例えば

「虫歯」の治療を望む患者は
以下4つの目線でHPを見ます

①痛みを抑えたい

②削る量を少なくしたい

③神経を残したい

④抜歯を回避したい

デンタルIQの低い患者ばかり集まる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？
.
.
.

「虫歯とは？」という情報は患者に響きません。そのため「この医院で治療して欲しい」と思わせられず、「家から近い」という理由で来院につながり、自ずと患者の質は落ちます。

デンタルIQの高い患者が集ま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
.
.
.

一般論ではなくクリニックがおこなっている具体的な技術や機材をコンテンツ化することで患者は「こう治る」と治療イメージを持つことができ、結果としてデンタルIQの高い患者の予約につながります

デンタルIQの高い患者に刺さるコンテンツ作るには業者側に歯科知識が必要です。一般的なWEB会社は歯科の知識が無いため、戦略的に診療科目ページを作ることはできません。

デンタルIQの高い患者を来院させるには？

②戦略的 ビジュアルデザイン

患者へ訴えかけるのは**この医院なら！**という期待値を高めるべく

「信頼性」と「専門性」を見た目で表現



写真

外国人が笑っているような画像や院内の内装画像はNG

コンテンツ
(掲載情報)

基本情報以外の医院の特徴がないのはNG

全体の雰囲気

安っぽさはもちろん高級感を出し過ぎても敬遠されるのでNG



実際に治療する先生やスタッフの笑顔の写真や治療風景の写真がBEST

機器やドクターの経歴等、信頼性・専門性を表現できるものはすべて掲載がBEST

都会的で洗練されながら落ち着きや安心感を感じる雰囲気がBEST

【戦略的デザイン例】
原宿デンタルオフィス様



デンタルIQの高い患者を来院させるには？

③戦略的 キャッチコピー

患者が最終的に**ここへ行こう！**と決めるのは医院の言葉

「覚悟」と「想い」が患者を行動させる

ダメなキャッチコピー例①

どんなことでも
ご相談ください
あなたのかかりつけ医になります。

他の医院と同じような
ありきたりな言葉で、
医院の覚悟や想いは伝
わらない

ダメなキャッチコピー例②

すべての患者さんのために。
あなたの笑顔を守りたい。
〇〇駅から徒歩10分
年中無休の総合歯科医院

言葉が抽象的で、患者
に対し医院が具体的に
どんな姿勢を抱してい
るのか？が分からない

患者を行動させる良いキャッチコピー例①

歯の生涯は、
私が全責任を持つ。
そう断言できるだけの
経験を積んできました。

「全責任を持つ」という医院の覚悟と、それに対する自信がよく表現されている



患者を行動させる良いキャッチコピー例②

医療に「誠実」であれ、
患者さんに「真摯」であれ
多くの患者さんが私たちを頼ってくれる。
その期待を裏切ることにはできない。

誠実・真摯という言葉や「期待を裏切れない」という一文に患者に対する医院の寄り添いを感じさせる



デンタルIQの高い患者を来院させるには？

デンタルIQの高い患者ばかり集まる医院様例

キンダーガーデンへ頼んでよかった。

そんな医院様の集患結果をご覧ください

原宿デンタルオフィス様



お口の健康を重要視する患者が増えました

これまでご紹介で患者が来ており、ホームページ経由の患者はほぼいませんでした。ホームページをリニューアルし、自費患者が増えた他、歯の健康を重要視する患者が一気に増えました。

- インプラント 2倍
- 根管治療 4.5倍
- 審美治療 3.5倍
- 歯列矯正 3倍



やました歯科医院様



デンタルIQが低い患者は来なくなりました

HPリニューアルにあたり、ただ増患するのではなくデンタルIQが高い方のみを集患したいと依頼しました。結果+70名増患しデンタルIQが低い方からの問い合わせはなくなりました。



70名
増患

+

デンタル
IQが低い
患者が激減

3つの戦略の掛け算でデンタルIQの高い患者を狙い撃ち

1つのポイントを極めるのではなく、これまでにご説明した3つのポイントを組み合わせてHPの運用することで、デンタルIQの高い患者の集患が実現します



戦略的
診療科目ライティング

患者の症状を「どう治療するのか？」を具体的に伝えて狙い撃ちします。



戦略的
デザイン

患者へ「この先生なら!」「この医院に行きたい」と期待感を持たせます。



戦略的
キャッチコピー

医院の「想い」や「覚悟」の言葉を患者へ伝え、信じさせることで来院を促します

戦略の掛け算で効果を倍増

＼ キンダーガーデンにお任せください ＼

3つのポイントをご理解いただきご自身で対策することも可能ではありますが、
専門家に任せることで手間が減るだけでなく、常に**変化するトレンドにスピーディかつミスなく対応することが可能です。**

特に**歯科医院のHPに精通している会社**に任せることで、より多くの患者獲得が見込めます。
SJCD最高顧問 山崎長郎先生にもおススメいただいている当社へぜひご相談ください。



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

選ばれる理由



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

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、キン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。