



### 女性患者を意識して 高級感あるデザインを採用

JR北千住駅に併設した商業ビル内にある荻原デンタルクリニックではホームページを活用し、さまざまな効果を上げている。ホームページを初めて作成したのは2000年、荻原尚樹院長が、父親から同院を継いだのがきっかけだ。家族に制作を頼み、マンガを取り入れるなど、親しみやすい

### 雰囲気のものを作成した。

「当時はまだホームページを作成している歯科診療所は少なく、検索エンジンで「足立区 歯科」と検索すると上位に表示されるような状態だった。その後、制作会社に依頼するなどしてリニューアルを行い、10年に現在のホームページとなった。同院は予防歯科にも力を入れており、健康への意識の高い女性をターゲットとしていることから、こげ茶色をベースに高級

た効果も生まれているのだ。同院では、他院からの院内見学や市内の中学校の職場体験の受け入れを行っている。見学後は必ずアンケートを書いてもらい、その結果をホームページ上で公開。スタッフにとっては第三者から評価

を受けることで成長が促されるとともに、さらに質の高いサービスを目指してモチベーションも上がること。その高いモチベーションや明るく元気な姿が来院した患者にも伝わり、院内はとても良い雰囲気との評価も高い。



「制作する際には、他院のホームページを参考にしました」と話す荻原尚樹院長

感のある落ち着いた雰囲気に仕上げている。「女性の患者さんを意識して制作しましたが、意外と男性患者さんも時々までホームページをチェックしてから来院される方が多く、驚きました」と、荻原院長は話す。同院は初診患者に対しては必ずカウンセリングを行っており、その際に必ずホームページを見たかどうかを聞いています。それにより、患者が何を求めているのかがわかるといいます。

患者や新入職スタッフとの会話のきっかけになるブログ ホームページ内には、スタッフブログ「オギデン日記」も開設されている。ブログを開設したものの更新が滞ってしまうケースも少な

い。同院では、ホームページを見たかどうかを聞いています。それにより、患者が何を求めているのかがわかるといいます。同院は、ホームページは患者さんとコミュニケーションをとるうえで役立っています」と、顔をほころばせる。

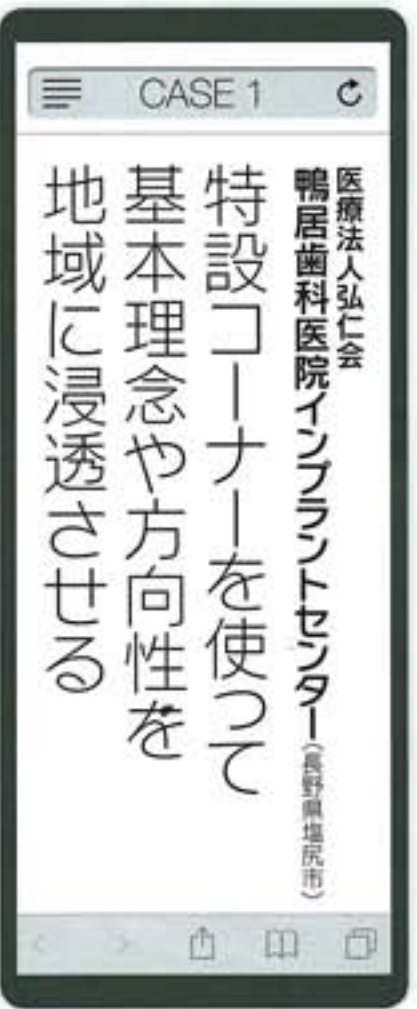
**ここがポイント**

- ・ 信念や基本理念をホームページに載せて、同院の診療・サービスに対する姿勢を示す
- ・ 見た人にとってわかりやすいかどうかを重視して制作
- ・ 見学者からとったアンケート(外部からの評価)を載せることで、スタッフの成長を図るとともに、さらなる増につなげる

## Part1: 事例

# 自院に合ったツール選びと読み手を意識した制作が肝要

診療所のなかには、人材確保や集患などの経営課題を解決するために、さまざまな工夫を凝らしてインターネットを活用しているところがある。具体的な事例を紹介するので、同じような経営課題を抱えている診療所はぜひ、参考にしてほしい。



### 就職希望者との ミスマッチを防ぐ効果も

長野県にある鴨居歯科医院インプラントセンターは1972年に開業し、一般歯科を中心にインプラントや矯正歯科、審美歯科にも



に飛び込んでくるのが、「まずお伝えしたい事」と書かれたバナーだ。クリックすると「患者さんは最良の歯科治療を受ける権利がある。私たちは最良の歯科治療を施す義務がある」という信念のもとに、診療を行って

が明確に伝わっている。「見る人にとってわかりやすいかどうか」という観点から、さらなる内容の充実をはかるため、2006年に親交のあるホームページ制作会社と契約して現在のホームページを再度開設。契約会社に丸投げではなく、院内のスタッフがプロジェクトを組み内容を深めるとともに、定期的な更新をしてよりわかりやすいホームページを運用している。そのかいあって、地域住民に同院のコンセプトや方向性を理解してもらえるようになると同時に、これをきっかけに来院する患者が増えているという。

立場に立って誠意を持って信頼に込め感動されるサービスに徹します」といった基本理念が出てくる。さらにプロモーション動画を製作しトップページで公開。より患者目線の情報を載せることで、診療・サービスの内容