

“歯科医師主導”から“スタッフ主導”の診療を目指す皆様へ

なぜどこにでもある普通の医院で

2人に1人の小児が 矯正を始めるのか？

地域のすべての母親が
子供に矯正治療を
受けさせたいとなるシステムの創り方

自費率50%

年間100症例

年間法人売上3.5億

①カウンセリングの仕組み作り

ほぼすべての患者様に、口腔機能を主軸とし歯並びの知識を伝える仕組み作りで矯正の必要性を伝える。

②スタッフが主役、やりがいのある職場へ

スタッフが自走する仕組みにより、主体性を持って取り組める組織へ。また、院長が関わらなくても矯正成約が可能になることで、生産性向上へ。

③他院と差別化できるコンセプト

筋機能矯正を治療に組み込むことにより、
「今しかできない矯正」という商品設計で高い成約率を実現。



小児矯正成功レポート

医療法人社団 志翔会
理事長 津田 哲郎 氏

主催



明日のグレートカンパニーを創る

Fundai Soken

株式会社船井総合研究所

【2人に1人が矯正患者に!?小児矯正セミナー】お問合せNO:S102078

船井総研セミナー事務局

<E-mail:seminar271@funaisoken.co.jp>

〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

※お問い合わせの際は「セミナータイトル
・お問い合わせNo・お客様氏名」を
明記の上ご連絡ください。

当社ホームページからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]) 右上の検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。

099449

で検索



医療法人社団志翔会
つだ歯科矯正歯科
リーフおとなこども歯科湘南台

Clinic Data



神奈川県綾瀬市にて総合型歯科医院を
経営、3年前から補綴・インプラントを
中心とした歯科医院から小児矯正も中
心とした歯科医院へと変化。



小児に特化した分院「リーフおとなこ
ども歯科湘南台」では、小児矯正を
中心とし、自費率約 50%を達成。



地域のすべての母親がこどもに矯正治
療を受けさせたいとするシステム化された
医院創りでこどもを救う。

次ページに医療法人社団志翔会特別インタビューレポートを掲載！

小児矯正成功事例レポート

小児矯正カウンセリング体制を整え、 年間0症例⇒年間100症例 初年度で達成

■ 院長主体の医院から、

スタッフが主体的にやりがいをもって働く医院へ



医療法人社団 志翔会
理事長 津田 哲郎 氏

—船井総合研究所 松井—

医療法人志翔会様では、小児矯正を積極的に推進されているとお聞きしております。推進するに至ったきっかけがあれば教えてください。

—津田氏—

10数年前に綾瀬の地で開業して以来、保険治療を中心にインプラントと自費補綴治療を付加していく診療スタイルを貫いてきました。

ご縁あって勤務医を採用することはできていましたが、診療に出る時間が多く、経営者としての時間が取れていない現状を変えたいと思っていました。

そのためにはカウンセラーが必要だと感じ、スタッフをTC育成セミナーに行かせたりしていました。でもカウンセリングだけでなく、スタッフだけで完結できるような治療体系があれば、より院長の時間も取れスタッフも主体的に動いてくれるのではないかと叶えばいいなと思う日々が続きました。

■小児矯正との出会い

—自費診療を行う患者様を

「連れてくる」体制から「育てる」体制へ—

—津田氏—

そんな私が小児矯正に取り組もうと思ったきっかけは、3年前の船井総合研究所の視察セミナーでした。熊本の大型歯科医院への現地視察に参加させていただいたのですが、当時悩んでいたのは「次に注力したい治療」は何かということでした。それまで医院を8年間経営してきて、インプラントを専門的に学んでいたこともあり、私の医院はインプラントと補綴治療の歯科医院でした。インプラントと標榜するだけで患者様が集患でき、自由診療の売上が立つ時代ははるか昔に過ぎ去り、自由診療の売上に陰りを感じていた時期でした。そんな状況下で当院の事務長が「こんなセミナーありました」と提案してきたのが船井総合研究所の視察セミナーでした。





—津田氏—

2019年9月、期待と不安を抱えながら、熊本の大手医療法人の視察セミナーに向かいました。3つの分院を順番に周っていく中で印象的だったのが「歯並びが悪くなる原因からアプローチをする」予防矯正という考え方でした。

予防矯正に感じた魅力

- ◆ 矯正主訴以外の小児患者に、情報発信を行い、矯正をはじめてもらうカウンセリングシステム
- ◆ 豊富な知識を話せるスタッフ達と教育方法
- ◆ 楽しそうに子どもと接するスタッフの笑顔

医院見学をしていく中で、この取り組みにこのような魅力を感じました。インプラントの場合、主訴の患者が来院するのが一般的ですが、次世代の医院経営では、患者様に情報発信を行い、歯科知識の啓蒙をしながら、治療の必要性に気づいてもらえるような体制が必要不可欠だと感じました。

そのような体制と小児矯正の治療は相性が良いと考え、この小児矯正の取り組みを進めていくことは決めたものの、どのようにしてスタッフへ落とし込めばいいのか分からず、船井総合研究所に導入などを含めてコンサルティングをお願いすることにしました。

■取り組むことで医院の雰囲気が大きく変わり、 「院長が動かす組織」から「自走する組織」になった

—津田氏—

この取り組みを実施したことで院内に起きた変化は3つあります。

①スタッフのやりがい生まれた

MFT専任スタッフは勿論のこと、それ以外のスタッフも新しく小児矯正・MFTの視点が入ったことによって子どもの患者さんを診る目が変わったと思います。歯並びやお口の機能に注目することで患者様対応の幅が広がりました。

②小児のブランディングに繋がり、小児患者が増えた

子どもの患者さんが以前より増えたことによって、医院全体に活気が出ています。子どもを中心にファミリーでご来院いただくことも増え、医院全体の患者数増加にも影響をしています。院長が関与しなくても、患者が患者を呼ぶサイクルができました。

③経営の大きな柱ができた

MFTは毎月ご来院いただきお口のトレーニングを実施する治療になります。必ずご来院いただくので安定して収益を生み、月1回の患者様とのコミュニケーションによってご紹介患者様も生まれる形になります。

■ カウセリング導入初年度で100件/年の成約 成功要因はスタッフが勉強できる環境の整備です

—船井総合研究所 松井—

小児矯正部門立ち上げ初年度で
100件小児矯正の成約をされたとの
ことですが、成功要因はどういったも
のになるのでしょうか？



—津田氏—

導入は取り組みの中心を担っていくスタッフを見つけることからでした。当院には
小児矯正・MFTをしたいというスタッフ(※今回セミナー登壇する山中典子氏)
がいたので、そのスタッフとカウンセラーに一任をして進めていくことにしました。

今振り返ってみるとスタッフの人选が上手くいったことが成功の一番の要因のよ
うに思います。スタッフを選ぶ条件は3つあると思っており、「子ども好き・勉強す
き・前向き」が必要になります。

特に「勉強好き」は一番重要な要素で、小児矯正・MFTの取り組みは今までの
歯科業界人生では学ばない知識の連続ですから、そこをいかに自主的に勉強
できるのか、勉強できる環境を整備していくかが成功のポイントになります。

—津田氏—

小児矯正セミナーへの参加、MFTセミナーへの参加、カウンセリング体制構築、カウンセリンググループ練習など導入に必要なと考えられるものを一つひとつ取り組んでいきました。

その中でも、重要だった部分は「専任スタッフ以外にどうやって小児矯正の取り組みを自分事として認識していただくか」です。専任スタッフは集中的に取り組んでいるので、知識もやる気も十分にありますが、周りのスタッフからすると何をしているのか分からないという状態になります。当院では3か月に1度の全体MTGと職種別のMTGで小児矯正・MFTの意義や具体的な内容を落とし込んでいきました。この部分を丁寧に実施したことが後の成功に繋がったと思います。



■デンタルIQが高い保護者が増え、 メンテナンス患者が増加

—船井総合研究所 松井—

そのような成功要因があったのですね。

その他にもカウンセリング導入で感じたメリット
はありましたか？

—津田氏—

保護者のデンタルIQが上がり、こどもをメンテナ

ンスに連れてきてくれる割合がかなり増えました。当院では基本的に初診時に口腔機能の検査と、その結果説明ということで、口腔機能と歯並びの関係の説明を行い、必要に応じて矯正をすすめるというカウンセリングを行っております。

小児矯正が成約する・しないに関わらず、患者様に口腔機能管理の必要性をお伝えしているのです。せっかくお時間を取って頂いているので、小児矯正のコマーシャルだけされては、保護者の方も満足度が下がってしまいます。ですので、当院ではあくまで、「悪い歯並びを予防するため」の検査と、その説明のお時間ということで、保護者の方にカウンセリングに来ていただいております。

もし小児矯正を始めなくとも、口腔機能管理という動機づけを行い、来院のきっかけに繋げております。

その結果、小児患者のリコール率の増加や、「むし歯だけでなく、歯並びも予防してくれる医院」「専門的な知識を教えてくれる医院」として、評判を呼び、新患も増えました。



■小児矯正カウンセリングの強化で、 地域のこどもたちのデンタルIQを上げる

—津田氏—

小児矯正・MFTの取り組みは決して簡単に導入できるものではありません。院長の強い意思と担当スタッフの高いモチベーションによって左右されるとも言えます。が、導入したあとの影響は計り知れません。

売上は右肩上がりで上がっていますが、それと同じだけスタッフたちのやりがいや笑顔も増えます。小児患者さんからご家族を紹介していただくことも可能です。ぜひ、小児矯正・MFTの取り組みに一步踏み出してください。

小児患者を救うことは、地域医療への貢献だと考えております。

「歯並びが悪くなってから矯正を始める」患者を取り合うのではなく、早期に情報発信を行い、「歯並びが悪くなる前から矯正を始めてもらう」ことで、患者の意識を高め、健康な口で育つ人を増やせるのが本モデルの社会的意義だと当院は考えております。

医療法人社団志翔会
理事長 津田 哲郎 氏



インタビュー

株式会社船井総合研究所 松井

■患者に「来てもらう医院」から「育てる医院」へ

皆様もご存知の通り、歯科治療は「治療⇒予防」へ大きく移行しています。
「“痛いときに行くところ”から“痛くならないように行くところ”」へ歯科医院のあり方も変化してきています。

さらにその一環で、医院側からの情報発信を積極的に行うことで、より歯科医院へのロイヤリティが高まります。

そういった患者教育の中で、「小児期に矯正を行うことの必要性」を伝えることで、普段通っていただいている患者に、将来のお口の健康を考えて小児矯正を行うというのが本モデルのポイントです。

矯正を扱う医院が増えている中

小児矯正で差別化が可能

「矯正」を一つの強みとした歯科医院が増える中で、矯正主訴の患者の取り合いが加速しているのが現状です。

今まで以上に競争が熾烈になる中、小児矯正カウンセリング強化は、メンテナンス患者を引き上げるという特性上、競合の影響を受けづらいです。



徹底した患者教育で小児矯正への誘導100%を目指す 小児分野で成功した4つの理由

①無資格TC主体で行うカウンセリングシステムの構築

矯正成約数はカウンセリング実施数×成約率という方程式で成り立ちます。多くの先生は成約率にのみ目を向けておりますが、効果がすぐに出やすく、インパクトが多いのはカウンセリング実施数の増加になります。

しかし院長主体で矯正カウンセリングを行っている医院では、カウンセリングの実施数を伸ばすことができません。

つだ歯科矯正歯科では、カウンセリング実施数の最大化のため、スタッフ、特に無資格者主体で行うカウンセリングシステムの構築に力を入れております。

「歯科医師が話すべきこと」「歯科医師でなくても話せること」を分けるのがポイントです。口腔習癖が及ぼす悪影響や、歯並びについて、当院の矯正治療についてなど、一般的な知識の説明をスタッフに権限移譲し、そこから検査や診断に移行した患者様のみ歯科医師が担当しております。

こういったシステムの構築により、カウンセリング実施数の増加のみならず、患者様とのコミュニケーション量が増えることで、成約率アップに繋がり成約数の最大化が可能なのです。



②他院にはない「予防矯正」というコンセプト 「今しかできない」という訴求

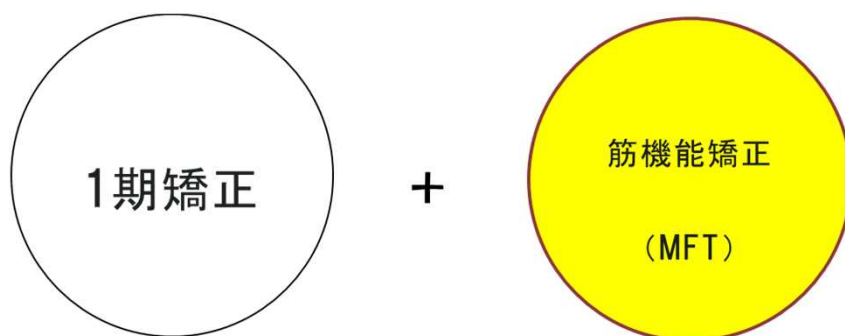
つだ歯科矯正歯科では、「悪い歯並びを予防しながら行う矯正治療」というコンセプトで、筋機能矯正・MFTを主軸とした矯正メニューを提供しております。分かりやすく魅力的で、他院との差別化ができています。治療メニューの提供により、つだ歯科矯正歯科様は小児矯正患者の集患に成功しております。

具体的には「マウスピース型の筋機能装置＋1期矯正＋MFT」をセットでメニューにしております。

筋機能装置装着とMFTで口腔習癖を取り除いた上で、一期矯正に移行するという流れです。

皆様がご存じのように、小児期の口呼吸などの口腔習癖があると、その後の顎の発達などに悪影響が出てしまいます。口腔習癖が見られ始めた4,5歳という早期に関与することにより、比較的口腔習癖を取り除きやすく、顎の成長を正しく導くことができます。

そして、このような治療は顎が成長しきってから行うことは難しいです。「成長途中の今しかできない矯正」という訴求が患者様にできる、ということも成約件数が多い大きな理由です。



1期矯正に筋機能矯正(MFT)を加えた診療メニュー

③こどもの矯正に興味をもってもらうための 「動画カウンセリング」



口腔習癖を主軸とした矯正治療を提供するにあたり、一番のハードルは「いかに保護者の方に価値を感じてもらうか」です。

残念ながら、現在の日本では口腔習癖が歯並びに悪影響を及ぼすということを知っている人は非常に少ないです。そのような状況で、「お口ぽかんをしてしまうと歯並びが悪くなるんです」とカウンセリングで急に話しても、知識がほぼ0の保護者の方にはどこか遠い話のように聞こえてしまい、身が入った状態で聞いてもらえません。

つだ歯科矯正歯科では、この重要な歯科知識を保護者の方にしっかりと「自分ごと」として持って帰ってもらうために、カウンセリングに動画撮影を盛り込んでおります。

具体的には、お子様とのご来院時に「口呼吸」「嚥下」の習癖がないかの動画を撮影しております。動画検査とその解説という形で、口腔習癖とそれが及ぼす悪影響、当院が行っている矯正治療という流れでカウンセリングを行います。このような工夫により、「今矯正治療を始めたほうが良い理由」を保護者の方に伝えることができるので、矯正をはじめめるためにご来院頂いた方はもちろん、矯正の為に来院されていない患者様でも高い成約率を達成しています。

④「予防矯正」からはじめる小児ブランディング

つだ歯科矯正歯科はもともと小児に特化した医院ではありませんでした。保険診療加え、インプラント中心に自費を出しておりましたが、今では小児集患・小児矯正集患に成功している医院となりました。

0から小児部門を立ち上げ、ここまで成功した大きな理由が、「予防矯正」によるブランディングです。

悪い歯並びを予防する新しい矯正治療・こどものお口の機能まで見てくれる診療という部分で分かりやすく他院と差別化することが可能です。

他院と違った矯正治療という小児分野での強みを持つことが、ブランディングにおいて重要です。つだ歯科矯正歯科では、HPの掲載や院内掲示・初診カウンセリングにも予防矯正の内容を組み込むことで、他院と違う取り組みを積極的にアピールしております。

従来の
小児矯正

歯列

骨格

顔立ち

健康

治療可能場所はほぼ歯列のみ ※後戻りの可能性もあり

筋機能
矯正を加えた
小児矯正
(予防矯正)

歯列

骨格

顔立ち

健康

原因から治療するために副次的な効果が多く後戻りもしない

**全身の健康を含めた
お子様の成長のサポートを行う**

お忙しい中、本冊子をお読みいただきありがとうございました。
今回開催されるセミナーは、

- 今来ている小児患者に、必要な矯正治療を始めてほしい
- 自費の柱を増やして生産性を上げていきたい
- 先生の手を離れて自走する自費の仕組みを作りたい

というような、歯科医院を経営する皆様に向けてのセミナーです。

すでに小児に力を入れていらっしゃる先生も、これから小児に注力したい先生も必見の内容となっております。

しかし、導入はしたいものの、

- スタッフ主体で動いてもらうためにはどうすれば良いのか
- 仕組みは分かっているが、具体的な導入の方法が分からない

というように、院長主体からスタッフへの権限委譲という大きな方向転換の中で、仕組みではなく、リアルを知りたいという先生も多くいらっしゃいます。

そこで、今回つだ歯科矯正歯科から、実際に小児矯正カウンセリング・MFTをおこなっているスタッフに特別にご登壇いただきます。

現場で働くスタッフのリアルなノウハウをお聞きできるのは本セミナーが初めてです。歯科医院で働いている皆様であればお分かりかと思いますが、これは本当に貴重な、またとない機会です。

また、今回のセミナーはスタッフを研修感覚でご参加させるのはあまりおすすめしません。

経営者の皆様や、経営幹部層に向けて、組織運営や経営のお話も出てまいりますので、経営陣のご参加をおすすめしております。



セミナーの内容を一部ご紹介させていただくと、

- トップから現場へどのように施策を落とし込むか
- 院長主体の歯科医院経営からの脱却方法
- 矯正主訴以外の方で治療を希望するようになる「魔法のお声がけ」
- 普通の歯科医院が小児矯正・MFT を始めるまでのステップ
- 全国の医院で使用していただいているツールの使い方をご説明
- 未経験から口腔筋機能療法（MFT）を患者に提供できるようになるまでのロードマップとポイント
- 法人 3.5 億を達成するための医院体制とは？
- チェア生産性 300 万円を超える高生産性医院になるための秘訣
- スタッフ主導で PDCA が回るミーティング
- 自費率 50%を超えるためのメニュー設計
- 矯正主訴患者以外でも成約率 50% カウンセリングの秘訣
- スタッフに権限移譲するには？ やりがいのある医院体制

更に今回は、実際に MFT やカウンセリングをおこなうスタッフに登壇いただけるということで、

- **カウンセリング風景動画**
- **MFT 風景動画**
- **スタッフ主体で小児矯正・MFT を導入するポイント**
- **高成約率を実現するスタッフ主導のカウンセリング体制と教育体制構築方法**

このように、仕組みだけでなく、現場の活きたノウハウから、実際どのようにおこなっているのか、リアルな現場風景までお見せいたします。このようにスタッフに登壇していただけるセミナーは、近日予定しておりません。

セミナーの日程も近づいて参りましたので、ぜひこの機会にご参加ください。当日、皆様にお会いできるのを楽しみにしております。



過去セミナーにご参加された先生の生の声

Q&A

Q)当セミナーを受講して得た気づきや、「今すぐ実行したい」と感じたことをお書きください。

非常に分かりやすい講演内容、そして実際の動画まで非常に参考になりました。本当にありがとうございました。小児矯正を伸ばすためには、まずは小児の集患を大切にしたいと思います。まだTCがないですが、小児矯正の有効性からスタッフみんなでシェアしていきたいと思います。

I歯科医院 理事長

「実際の現場風景」を見ることで小児矯正のカウンセリング強化のため、まずスタッフのTC育成を始めていただきました。

今までにない、リアルなMFT内容のご開示がとてもありがたかったです。また、小児矯正カウンセリングの導入内容が濃い内容でした。また、プロジェクトが座礁してしまわないための注意点満載で、導入のイメージが湧きました。

S歯科医院 理事長

既存患者を小児矯正患者に引き上げるカウンセリング導入のプロジェクトを開始いただきました。

1からカウンセリング体制を組み上げ 地域に選ばれる医院へ

医療法人社団浅井歯科医院 浅井佑介氏

小児予防矯正に取り組むことによって、当院開業エリアでは小児・矯正分野に本気で取り組んでいるところがあったこともあり、専門性を獲得することで小児集患につながった。「口腔機能向上」顧立ち、成長、健康といった分野まで改善を行うメッセージを押し出すことで、IPPMASに突き刺さることも多く成果につながったケースがあったことが印象的だった。
また、院長依存の矯正コンサルの負担が軽減でき、他の治療のウェイトを置くことで、医院の生産性が向上した。早見月から小児患者への成長教育に関する話を指導することで患者を囲い込み、来院に繋げた。



カウンセリングシステム導入事例



A歯科医院の場合

競 合

- ◎近隣歯科医院
矯正専門歯科 2 件
矯正を行っている歯科医院 3 件
- ◎価格
A 矯正歯科：31.5 万円
B 矯正歯科：27.5 万円

院内環境

- ◎臨床知識あり
(筋機能矯正、1 期矯正)
- ◎カウンセラー在籍
- ◎小児レセプト 400 枚
- ◎小児新患 20 名 / 月
- ◎小児矯正 3 件 / 月

市場環境

- ◎人口 35 万人
- ◎0～9 歳人口 24,500 人
(割合 7.2%)
- ◎地域平均所得 302 万円

小児分野の売上の変化

～予防矯正導入前～

小児分野売上：70 万円

└小児歯科：50 万円

小児矯正：20 万円



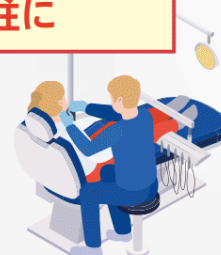
～予防矯正導入後～

小児分野売上：270 万円

└小児歯科：70 万円

小児矯正：200 万円

小児分野での売り上げが増加し、自費がひとつの柱に



B歯科医院の場合

競 合

- ◎近隣歯科医院
矯正歯科 2 件
大規模歯科医院 1 件
- ◎価格 20～35 万円

院内環境

- ◎臨床知識あり
- ◎カウンセラー不在
- ◎小児レセプト 220 枚
- ◎小児新患 25 名 / 月
- ◎小児矯正 5 件 / 月

市場環境

- ◎人口 28 万人
- ◎0～9 歳人口 21,788 人
(割合 7.8%)
- ◎地域平均所得 520 万円

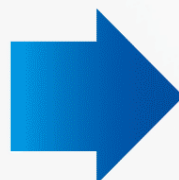
小児分野の売上の変化

～予防矯正導入前～

小児分野売上：500 万円

└小児歯科：400 万円

小児矯正：100 万円



～予防矯正導入後～

小児分野売上：700 万円

└小児歯科：400 万円

小児矯正：300 万円

すでに小児分野に強みを持っていたが、
予防矯正の導入により、矯正分野に安定感が増した

2人に1人が矯正患者に！？小児矯正・MFTセミナーのご案内

各日・開催時間13:00~16:30
(ログイン開始12:30より)

▶開催日:下記日程よりご希望の日程をお選びください。※全ての回が同じ内容になります。

●オンライン 2023年 7月16日(日)

●オンライン 2023年 7月27日(木)

●オンライン 2023年 7月20日(木)

●オンライン 2023年 7月30日(日)

講座内容

第1講座

全国100医院からわかった矯正希望の患者が集まる小児歯科の仕組みとは？

全国の小児歯科医院からルール化できた小児を集める方法を惜しみなく公開します。

講座内容抜粋① 矯正治療を希望するお子様が集まる「院内お声がけから紹介患者を獲得する方法」

講座内容抜粋② Webでの小児矯正の打ち出しから具体的な広告運用方法

株式会社船井総合研究所 矯正歯科グループ 小児歯科・矯正チーム リーダー **山本 喜久**

関西学院大学法学部出身。新卒で船井総合研究所に入社。大学時代から、難関校専門の塾講師として活躍。その時の経験から「人に教える」ことを最も得意とし、それを応用したカウンセリング体制の構築には定評がある。経営者に寄り添いながら、粘り強く「歯科医院経営者の夢を叶える」ことをコンサルタントとしての信条としている。



第2講座

普通の歯科医院が小児矯正を導入して矯正中心の歯科医院になった軌跡

インプラント・補綴中心から矯正中心の歯科医院へ変貌させた過程を、カウンセリング風景動画を交えながら解説いただきます。

講座内容抜粋① 普通の歯科医院が小児矯正・MFTを始めた方法大公開

講座内容抜粋② 成約50%のカウンセリング風景、患者へのMFT導入風景を動画にてセミナー内で特別公開

講座内容抜粋③ スタッフを巻き込みながらスタッフ主体で小児矯正・MFTを導入するポイント

医療法人社団志翔会
理事長

津田 哲郎氏

神奈川県横浜市にて総合型歯科医院を経営、3年前から補綴・インプラントを中心とした歯科医院から小児矯正も中心とした歯科医院と変化させ、業績アップを果たした。小児矯正は近くの小学校でブームになるほど推進している。



医療法人社団志翔会
つだ歯科矯正歯科

山中 典子氏

一般歯科勤務後、2004年から9年間矯正歯科勤務にてMFT習得。2019年つだ歯科矯正歯科入職。子どもたちの癖、歯並びが悪くなることに気付いたとしても一般歯科では何も動けなかった苦い経験があり、つだ歯科矯正歯科に入職してからは子どもたちに必要なことをお伝えして、関心を持っていただくことを一番の喜びとしている。



第3講座

2人に1人が矯正を選ぶ小児矯正カウンセリング体制を構築するまでのロードマップとそのポイント

全国200医院以上に導入してきた小児矯正の仕組みを余すことなくお伝えします。

講座内容抜粋① 0から矯正カウンセリングに移行する流れを医院の状況パターンに分けて解説

講座内容抜粋② 全国の医院で使用していただいているツールの使い方をご説明

講座内容抜粋③ 高成約率を実現するスタッフ主導のカウンセリング体制と教育体制の構築方法

講座内容抜粋④ 未経験が口腔筋機能療法(MFT)を患者に提供できるようになるまでのロードマップとポイント

株式会社船井総合研究所 矯正歯科グループ 小児歯科・矯正チーム **松井 萌香**

法政大学文学部哲学科卒業。新卒で船井総合研究所に入社。大学時代は、船井総研のグループ会社であるHR Forceでセールス・WEBマーケティングの仕事で活躍したことから、集患・マーケティングが強み入社後は一貫して歯科業界に従事。専門は小児分野領域で、小児集患・予防矯正導入・カウンセリング体制構築などを中心に、歯科医院の総合的な経営のコンサルティングを行っている。



第4講座

本日のセミナーを医院に“落とし込んで”いただくために

本日のセミナーのまとめと実践に移すために考え方とやり方をお伝えします。

講座内容抜粋① “今すぐ”実践に移すために、経営者に押さえていただきたい考え方

講座内容抜粋② 情報を持ち帰るだけでなく具体的に実践するための考え方と方法をご紹介します

講座内容抜粋③ 2023年に向けて今すぐ取るべき戦略を変える

講座内容抜粋④ 全国のネットワークを駆使し、誰よりも早く確実に小児分野を強化する方法

株式会社船井総合研究所 矯正歯科グループ 小児歯科・矯正チーム リーダー **山本 喜久**

お申込みは
こちら

PCの方はこちら

船井総研 099449

検索

スマートフォンの方はこちら

右記のQRコードをスマートフォンなどで読み取りいただき、Webページのお申込みフォームより、お申込みください。



※6桁の数字も含めて検索ください

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/099449>

ご入金確認後、マイページの案内をもってセミナー受付とさせていただきます。

2人に1人が矯正患者に！？小児矯正・MFTセミナー

お問い合わせNo. S102078

日時・会場

オンライン開催

2023年	7月16日(日)	開始	終了	
		13:00	▶ 16:30	(ログイン開始12:30より)
2023年	7月20日(木)	開始	終了	
		13:00	▶ 16:30	(ログイン開始12:30より)
2023年	7月27日(木)	開始	終了	
		13:00	▶ 16:30	(ログイン開始12:30より)
2023年	7月30日(日)	開始	終了	
		13:00	▶ 16:30	(ログイン開始12:30より)

本講座はオンライン受講となっております。諸事情により受講いただけない場合がございます。ご了承ください。
オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。

申込み期限

各開催日の4日前まで

- 銀行振込み：開催日6日前まで
- クレジットカード：開催日4日前まで

※お支払い方法によって異なりますのでご注意ください ※祝日や連休により変動する場合もございます
※満席などで期限前にお申込みを締め切る場合もございます

受講料

一般価格

税抜 30,000円(税込**33,000円**)／一名様

会員価格

税抜 24,000円(税込**26,400円**)／一名様

- 銀行振込の方は、開催4日前までにご入金をお願いいたします。尚、ご入金の際は税込金額でのお振込みをお願いいたします。
万が一、セミナー開催4日前までにお振込みできない場合は、事前にご連絡ください。

- 会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧：FUNAIメンバーズPlus)へご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

お申込み方法

1.Webお申込み



下記QRコードを読み込み
もしくは
船井総研HPの右上検索窓に
099449 で検索

2.お支払い



お申込み時に
クレジットカード・銀行振込
のご選択が可能
※有料セミナーの場合のみ

3.メールが届く



受講料のお支払い確認後
お申込み手続き完了のお知らせを
メールで案内、マイページにも
ご案内が表示されます

4.セミナー受講



マイページを確認の上、
セミナーにご参加ください

お問い合わせ



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken 株式会社船井総合研究所

船井総研セミナー事務局 E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp

TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)

▼よくあるご質問

・お申込みに関してのよくあるご質問は、
「船井総研 FAQ」と検索しご確認ください

・Zoomご参加方法に関してのよくあるご質問は
「船井総研 Web参加」と検索しご確認ください

▼お申込みはこちら



無料 メールマガジン&公式LINE

最短・最速・最ローコストで業績アップを実現！
歯科医院経営の“成功事例”をレポートするメールマガジン

株式会社船井総合研究所 歯科グループが、
日々のコンサルティング現場における成功事例や、業界情報を配信いたします。

メールマガジン・LINEご愛読者の声

✓ 普段、診療・経営をしていると「本当にこれでいいのか」「実際何をすべきなのか」など悩むことが多くあります。そんなことを定期的に配信してくれ、とても参考にさせていただいております。

T 歯科医院

✓ 悩んでいることはどの先生も同じようなことなので、タイミングよく解決につながるものが良くあります。とても有効だと思っています。

R 歯科医院

メールマガジン&公式LINEお申込みはこちらから

下記のQRコードより、お申込みください。

メールマガジン



公式LINE



船井総研歯科 YouTube

★毎週 最新情報を発信★

YouTube限定の動画を続々配信しています。

ぜひお気軽にご覧ください。

チャンネル登録で、最新投稿を見逃さずに動画をチェックできます。

YouTube

