

歯科業界は新時代へ

<歯科医院>

自費マーケティング 4.0 公開セミナー

ビックデータで歯科業界は激変する！
圧倒的な成果を生み出す
最先端のマーケティング手法がここに誕生！



特別ゲスト

医療法人愛媛インプラントクリニック かまくら歯科

院長 鎌倉聡 氏

たった 1院 で

インプラント 500本／年

矯正治療 200例／年

を実現する

究極の方法とは？

<歯科医院> 自費マーケティング4.0 公開セミナー

お問い合わせNo. : S102071



明日のグレートカンパニーを創る

Funai Soken

船井総研セミナー事務局

お問合せの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記のうえ、ご連絡ください。

株式会社船井総合研究所 〒541-0041 大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル

E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

たった1院、都市部から離れた地域で

インプラント埋入 500本/年 以上
矯正治療 200例/年 以上
年間32,000人が来院する



医療法人 愛媛インプラントクリニックかまくら歯科

医療法人愛媛インプラントクリニックかまくら歯科(以下、かまくら歯科)は、愛媛県で最大都市である松山市の中心から車で25分の位置(愛媛県伊予郡松前町)にありながら、子どもから大人までの幅広い年齢層の患者が年間約32,000人以上通う同県内で最大級の規模を誇る歯科医院である。かまくら歯科の大きな特徴は、その臨床力・技術力の高さと洗練されたカウンセリング体制にある。理事長自身が日本口腔インプラント学会 専門医、日本歯周病学会 専門医を取得。インプラントにおいては、オールオン4・ザイゴマインプラントといった超大型症例をこなし、



矯正治療においては、総合歯科医(GP)でありながらも、小児矯正、ブラケット矯正、マウスピース矯正と、あらゆる矯正治療に精通している。

カウンセリング体制においては、トリートメントコーディネーター(以下、TC)の育成に余念がなく、欠損治療のカウンセリングや矯正治療のカウンセリングはTCのカウンセリングのみで70%以上の成約率を誇っており、

予防管理型歯科医院として、治療終了後の患者の90%以上が予防治療へ移行している。

医療法人愛媛インプラントクリニックかまくら歯科

院長 鎌倉 聡氏

日本口腔インプラント学会 専門医
日本歯周病学会 専門医

1 院ユニット 14 台の医院でありながら、年間 32,000 人が来院。インプラント 500 本 / 年、矯正 200 症例 / 年以上を達成させる。日本トップクラスの予防管理型歯科医院と高い技術力に裏付けされた自由診療主体の経営を両立させるスーパードクター。

一方で万全な体制にも陰りが…

ここまでの話からすると、万全な体制で何不自由なく成功しているように思える。

しかしながら、流れが変わったのが2020年以降の新型コロナウイルスの流行である。

年間400本近くまで達していたインプラント埋入本数が一時は250本を下回り、矯正治療においては、マウスピース矯正の流行に後れを取ってしまったがために、愛媛県内でも2,3番手の地位に甘んじていた。万全なカウンセリング体制によって、予防患者が着実に増えていたため、売上が大きく下がることはなかったが、成長が鈍化しているのは明らかであった。

マーケティングに着手するも立地の壁

かまくら歯科の自費治療が一時落ち込んだ理由として、外部から集患マーケティングがあまり機能していなかったことが挙げられる。何よりも、かまくら歯科の唯一の欠点といえる立地が大きな壁となった。

かまくら歯科は愛媛県伊予郡松前町という、愛媛県の最大都市である松山市中心と河川を挟んで反対側に位置している。そのため、インターネット検索などで松山市関連の検索キーワードを調べたとしても、かまくら歯科は上位に表示されない。

つまり、Webマーケティングの肝であるSEO対策、MEO対策において、圧倒的に不利な状況なのである。

立地の壁を超えるマーケティング手法

このような状況下で、かまくら歯科が打開策として実施した施策に、リスティング広告を始めとするWeb広告が挙げられる。しかしながら、このWeb広告も考えなしに実施するだけでは、立地の壁を超えられず、ただただ広告費を使うだけになってしまう…

そこで、かまくら歯科が目をつけたのが、弊社船井総合研究所が提唱する自費マーケティング4.0であった。その結果…

2022年1月から

自費マーケティング4.0を導入 わずか1年半で…

インプラント 300本/年 → **560本/年**

矯正治療 100例/年 → **200例/年**

インプラントにおいては、地域の**3人に1人[※]以上**がかまくら歯科のインプラント治療を受けていることに!

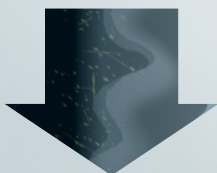
※ 当社調べ：日本のインプラント市場規模・愛媛県松山市・伊予郡の人口（約55万人）
愛媛インプラントクリニックかまくら歯科のインプラントデータより算出（2023年6月現在）

初公開!

自費マーケティング4.0とは?

＜歯科医院＞マーケティングの歴史

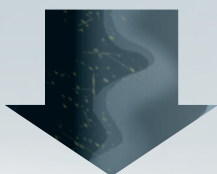
2000年代前半 ver.1.0



オフラインマーケティングの開始
院内資料・パンフレット・立て看板などで
いかに自費治療を認知させるかを重視。



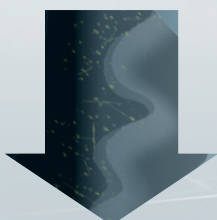
2000年代中盤 ver.2.0



院内カウンセリングの開始
保険患者にいかにして自費治療を勧めるか
数よりも質、単価アップを重視。



2010年代 ver.3.0



オンラインマーケティングの開始
スマートフォンの登場により、Google広告を始めとする
Web広告が過熱化。2010年代後半からはFacebook
などのSNSマーケティングも始まり、Webマーケティング
による集患が一般的に。



これから ver.4.0

ビックデータマーケティング × カウンセリング

院内の患者データ、Web広告データ、TC(トリートメント・コーディネータ)データ、問診票データなどあらゆる院内データを紐づけし、ビックデータ化することで、リアルタイムにマーケティング成果を把握。
各施策別に費用対効果を算出し、自院が求める患者像・ターゲットを明確化。



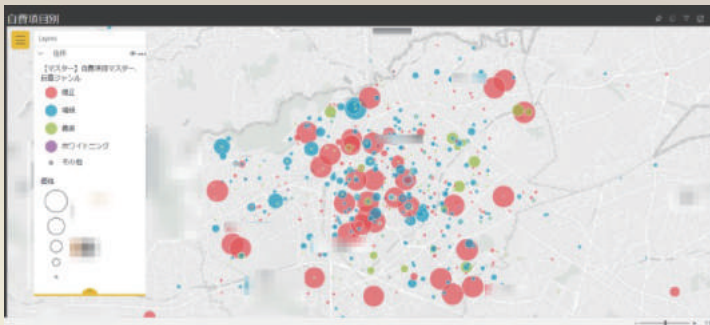
**圧倒的な成果を生み出すシステムを構築することが
今後の成功のカギに!**

愛媛インプラントクリニックかまくら歯科の 自費マーケティング4.0

かまくら歯科の場合、

- レセプトコンピュータ
- 新患管理台帳（※新患の経過記録表）
- TC のカウンセリング記録
- Web 広告

これらデータを集積して、ビックデータ化を実現。
リアルタイムにあらゆるマーケティング成果を把握して、
各施策別に費用対効果を算出している。



そして、そのデータを元に定期的なミーティングを行い、かまくら歯科が求める患者像やターゲティングを明確にして、ホームページや看板などの媒体に反映。Web広告などの打ち出しに関しても広告文一言一句にこだわり、細かく反映していく。

宣伝広告比率がはっきりと現れるため、自費診療の費用の適正化（値上げ・値下げ）の検討にも役立ち、最終的にはこれらデータを患者へのカウンセリングにも活かし、自費カウンセリングの成約率向上にも一役買っている状況となっている。

結果として、最適化された院外マーケティングと院内カウンセリングを実現。

全国でも有数の規模を誇る歯科医院として、今尚成長し続けている。



**今回のセミナーではこの「自費マーケティング4.0」に関して、
より詳しく解説いたします。**

今回のセミナーは自費マーケティング4.0の解説以外にも 自費マーケティングのあらゆる方法をご紹介します！

- ✓ 競争激化するインプラント集患の決定版
- ✓ 大型症例を狙う「ボロボロマーケティング」
- ✓ 意外と狙い目!? 一床 100 万円単位の義歯集患の方法
- ✓ アライナー矯正集患の最新事情
- ✓ 自費の根管治療を希望する患者の集患方法
- ✓ 審美歯科マーケティングの最先端
- ✓ ホワイティング・ボトックスの活用術
- ✓ 最も優秀なポータルサイトの紹介
- ✓ 自費患者が自然と増える、SNS の活用方法
- ✓ 時代は看板!? 看板マーケティングの最新事情
- ✓ 最強のホームページ・LP の魅せ方、作り方
- ✓ 各診療科目の反響最大化させる広告文の作り方
- ✓ 当たる地域情報誌・ポスティングチラシの作り方

弊社担当コンサルタントより

本DMをご覧くださいまして、誠に有難うございます。

株式会社船井総合研究所の小川純平と申します。

この度は、「自費マーケティング4.0公開セミナー」と題しまして、

医療法人愛媛インプラントクリニック かまくら歯科 院長 鎌倉聡氏をお招きし、弊社船井総合研究所の歯科コンサルティングユニットが長年に渡って積み上げてきた自費マーケティングの極意を徹底解説するセミナーを開催いたします。

今回のセミナーに関しましては、一般論や方法論だけでなく、あらゆる実際の成功事例を包み隠さず公開いたします。

また、この度はお忙しい中ご登壇いただく鎌倉氏のご事情もあり、【1日限定】の特別セミナーとなっております。

既に席が埋まってきており、早期に満席が予想されます。少しでもご興味ございましたら、是非ともお申込みください。

皆様にお会いできること、楽しみにしております。



株式会社船井総合研究所 小川 純平

【ご案内】 無料メールマガジン&公式LINE

最速・最短・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&公式LINE

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)

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



セミナー日程・開催時間

東京

2023年9月3日日 13:00~16:30(受付12:30~)

株式会社船井総合研究所 東京本社

〒100-0005 東京都千代田区丸の内1-6-6 日本生命丸の内ビル21階
●JR「東京駅」丸の内北口より徒歩1分

受講料

一般価格 税込 **33,000円** (税抜 30,000円) / 1名様

会員価格 税込 **26,400円** (税抜 24,000円) / 1名様

※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。

申し込みはこちら



申込締切

銀行振込の場合…開催6日前まで クレジットカード払いの場合…開催4日前まで

※諸事情により、やむを得ず会場を変更する場合がございますので、会場は受講票にてご確認ください。また最小催行人数に満たない場合、中止させていただく場合がございます。尚、中止の際、交通費の払戻し手数料等のお支払いはいたしかねますので、ご了承ください。

講座内容

第1講座

マーケティング新時代! 自費マーケティング4.0とは?

2000年代から始まった歯科医院の自費マーケティングは転換期に入っています。

- 2000年代前半 ver.1.0: 院内資料(パンフレット等)
- 2000年代中盤 ver.2.0: 院内カウンセリング
- 2010年代 ver.3.0: Webマーケティング
- これから ver.4.0: ビッグデータマーケティング × カウンセリング

これからは、院内のあらゆる情報をビックデータとして活用し、相談・成約数の最大化を図る時代です。今、注目の自費マーケティング4.0の概要を解説します。

株式会社船井総合研究所 医療新規開業支援部 鳥井 良吾



第2講座

たった1院でインプラント500本/年 矯正治療200例/年を実現した秘訣とは?

愛媛県伊予郡の1院ユニット14台の郊外医院でありながら、年間32,000人(うち約18,000人の予防患者)が来院。今年度は自費マーケティング4.0により、インプラント500本/年、矯正200症例/年以上を達成。集患を最大化させるマーケティング手法と1症例200万円を超える大型症例でも成約率70%を超える自費カウンセリングの方法。高い技術力に裏付けされた自由診療主体の歯科医院の経営の秘訣を解説いただきます。

医療法人愛媛インプラントクリニック かまくら歯科 院長 鎌倉 聡氏



第3講座

自費マーケティング4.0 その究極法則を徹底解説!

圧倒的地域一番医院が実践する自費マーケティング4.0を徹底解説。
ビックデータを活用したマーケティング×カウンセリングの詳細な方法。
実際の愛媛インプラントクリニックかまくら歯科での活用現場の様子も当日放映。
新時代の歯科医院のマーケティングの全貌を明らかにします。

株式会社船井総合研究所 歯科・治療院・エステ支援部 マネージャー 小川 純平



お申込みは
コチラから

PCの方はこちら

船井総研 102071 検索

※6桁の数字も含めて検索ください

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/102071>

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、お申込みくださいませ。



※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。【TEL】0120-964-000 (平日9:30~17:30)

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。また、お問い合わせの際は「お問い合わせ No. とセミナータイトル」をお伝えください。