

歯科医院ウェブマーケティング2018

～ウェブ上での地域一番戦略～

講師：株式会社イン・ザ・コム 代表取締役 石橋 幸一郎

本日の構成

1. 自己紹介(10分)
2. 最新の医療業界広告規制について(10分)
3. 求人ウェブマーケティングについて(80分)
4. 集患ウェブマーケティングについて(70分)
5. 本日のまとめ(10分)

自己紹介

- 1988年 佐賀市生まれ、神崎市育ち
- 東明館高校中退、ハワイへ語学留学
- 20歳～22歳まで、パチプロとして活躍
- 22歳でイン・ザ・コム行政書士法務事務所開業
- 同年ウェブ制作会社、イン・ザ・コムを創業
- 24歳で株式会社イン・ザ・コムとして法人化
- 佐賀県No1のウェブ制作会社を経営
- 病院・クリニック・歯科医院を中心に
集患と求人のコンサルティングを行っている



広告規制

最新の
医療業界広告規制について

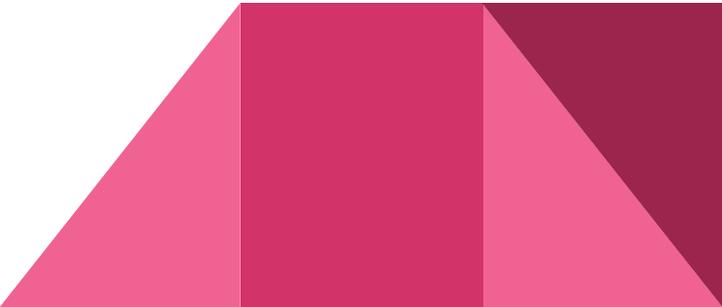
広告に「誘引性」があっては
いけない？ どういうこと？

2018年5月 医療広告ガイドライン

歯科医院のウェブに関係する部分を要約すると

- _____の禁止
- 比較的安全な手術です のような表現を禁止
- BeforeAfter画像を掲載するときに____してはいけない
- 来院で「歯ブラシプレゼント！」などのキャンペーン禁止

詳しくは「厚生労働省 医療広告ガイドライン」で検索



ウェブマーケティングの重要性

- 医療業界は、
チラシ・新聞広告・ポスティングが**NG**（例外あり）
キャンペーンも**NG**、呼び込みも**NG**
- 求人・増患の方法は、
ウェブマーケティングしか残されていません

ウェブ求人

歯科衛生士求人のための
ウェブマーケティング

歯科衛生士 新卒求人倍率20倍を
毎回クリアしてきた
ウェブマーケティングを公開

求人成功事例(久野歯科クリニック様)



新卒歯科衛生士さんを3ヶ月で採用
+100名/月以上の患者様増加
医院の良いところが伝わるサイトへ

求人成功事例(佐々木歯科医院様)



**新卒歯科衛生士さんを2ヶ月で採用
年間600名以上の増患達成！
「嘉麻市 歯科」で検索1位**

現状把握

- 今、求人のためにやっていることを書き出してみましよう

- 近所の歯科医院はどういった求人方法を行っているか
給与、アピール文章はどうなっているか
「〇〇歯科 求人」で検索してみましよう
- 「地域名 歯科医院」で自分のホームページは何番目？
「〇〇市/町/区 歯科医院」で検索してみましよう

歯科衛生士獲得のために行ったこと

- _____への求人情報提供
- ハローワークへの求人情報登録
- _____での無料求人掲載
- 「キュリア」での無料求人掲載
- 求人ポータルサイト「グッピー」への掲載
- 求人ポータルサイト「_____」への掲載
- _____のリニューアル
- ウェブサイトの____特設ページ
- 検索エンジンの_____広告

効果的な求人情報の魅せ方

求人情報の魅せ方で全く反応が変わります

- 給与は必ず _____ から書くこと
 - ※**社保完備でない**と不利
- **福利厚生系**はどんなに小さなことでも書くこと
- **募集背景**を書くこと
- こんな人と働きたい！ → **求める人物像**を書くこと
- 院長が求職者へどんな思いを伝えること(**コンセプトへの共感**)
- 現役歯科衛生士への**インタビュー**を掲載すること
- 入社するとどんな**成長**が待っているか書くこと

求人に成功する最短ルート

- **相場より少し良い給与**

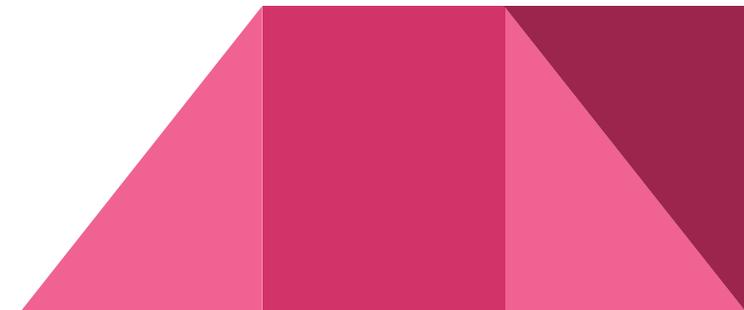
最低限、給与が相場並でない

- **人**

_____がどんな人か気になる

- **スキルアップの環境**

自分が_____環境かどうか



ウェブ求人で成功する重要ポイント

- ウェブサイトは求職者がほぼ100%見る媒体
- _____の写真がないウェブサイトは無意味
- 求職者が一番信頼する情報は
_____だ！



ウェブ求人まとめ

今までお伝えした全てのことを実行すれば

意欲のある歯科衛生士を獲得できます

正しい求人方法を確実に実行すれば、必ず結果はついてきます。

あとは先生たちがやるか、やらないか。それだけです。

ウェブ集患

集患・増患のための
ウェブマーケティング

医院のコンセプトをしっかりと
理解した「良い患者様」に
来院していただく方法

集患成功事例(池田歯科様)



「佐賀県 歯科」「佐賀市 歯科」1位
月間アクセス30,000人超え
5年で年商3倍以上に！(ドクター4名体制)

ウェブ集患のゴール

医院の_____を理解した 患者様に来院していただく

そのために……

- 検索順位とリスティング広告を独占する！
駅前の一等地に看板を立てるようなものです

ウェブ集患のメリット

- 今までの来院動機ベスト3
 -
 - 友人の口コミ
 - 看板を見て
- ウェブ集患の来院動機ベスト3
 - ○○○が得意な先生とホームページに書いてあったから
 - **医院のコンセプトが患者様に伝わった結果**
 - スタッフの人たちが優しそうだから
 - 院長だけでなくスタッフ様も集患に協力

近所の医院を下調べする方法

- 厚生労働省「医療機能情報提供制度（医療情報ネット）」で検索

- 医師・歯科衛生士の人数
 - 1日平均外来患者数
- がある程度わかる

- 「地域名 歯科医院」で検索

「医院の実力」と「ウェブ上の強さ」
は_____！

http://www.fmc.fukuoka.med.or.jp 2018年6月3日 10時52分

福岡県医療機関情報案内
ふくおか医療情報ネット

○ 診療日時で医療機関を探す

【機関名:立山歯科久留米医院】

【住 所:久留米市荒木町荒木1917-4】

【電 話: 0942-26-2080】

【ホームページ:】

機関概要 基本情報 相談体制・院内サービス・セカンドオピニオン 施設設備・治療内容・専門外来・予防接種・在宅医療・難病・リハビリ 人員配置・医療安全対策・院内連携体制・実績

» 人員配置 » 歯科医師情報 » 患者数 » 歯科健康診査実施の有無

※この機関情報は、2018年1月5日に最終更新された情報です。
※診療科目や所在地などの基礎情報以外の情報は、専門情報を報告いただいた医療機関のみ掲載しています。
※この内容に変更がある場合もあります。受診される場合は直接医療機関へご確認ください。
※診療時間に休憩時間が含まれている場合があります。

■ 人員配置

項目名	人数
歯科医師	2人
歯科衛生士	3.5人

■ 歯科医師情報

※2016年2月25日現在

氏名	性別	専門医の種類
岡本 多浩	男	
宮原 海	男	

■ 患者数

※前年度(4/1~3/31)の1日平均外来患者数

種別	外来
患者数(人)	37

■ 歯科健康診査実施の有無

健康診査実施の有無	有
-----------	---

地域名 + 歯科医院で1位になるためには

- 歯科医院ウェブサイトのスマホ閲覧率は____%
スマートフォンに最適化していないウェブサイトは検索で不利
- https化
安全なウェブサイトかどうかは検索順位に影響
メールの不正傍受、ハッキングウイルスなどの対策
- 最重要なのは、**院長が伝えたいこと**をどれだけウェブサイトに反映しているか。質の高い専門的な記事が多いサイトほど
検索順位は高くなる
→コンテンツマーケティング といいます

コンテンツマーケティングとは

記事(コンテンツ)の質を高めることで集患することです

＜初級編＞ブログをたくさん更新する

＜中級編＞近所の歯科に負けない質が良い記事を書く
→「診療名 + 地域名」で1位になる

＜上級編＞全国の歯科に負けない質が良い記事を書く
→「診療名」で1位を目指す

医師の記事はウェブ上の宝

- ウェブ上には専門的な記事から、眉唾ものの素人記事まで存在する
- DeNAの「WELQ」事件を契機に
2017年12月から
専門家による執筆記事が検索順位
で有利になりました
- 結果、医師にとって
頑張った分 アクセス数が増える
最高の環境になりました

Google ウェブマスター向け公式ブログ

Google フレンドリーなサイト制作・運営に関するウェブマスター向け公式情報

医療や健康に関連する検索結果の改善について

2017年12月6日水曜日

Google では、今週、日本語検索におけるページの評価方法をアップデートしました。

この変更は、医療や健康に関する検索結果の改善を意図したもので、例えば医療従事者や専門家、医療機関等から提供されるような、より信頼性が高く有益な情報が上位に表示されやすくなります。本アップデートは医療・健康に関連する検索のおよそ60%に影響します。Google では、医療や健康だけに限らず、今後も継続的に検索の改善に取り組んでいきます。

現在、毎日数百万件以上の医療や健康に関する日本語のクエリが Google で検索されています。これを分析してみると、医療の専門用語よりも、一般人が日常会話で使うような平易な言葉で情報を探している場合が大半です。日本のウェブには信頼できる医療・健康に関するコンテンツが多数存在していますが、一般ユーザー向けの情報は比較的限られています。

もし、あなたが医療関係者で、一般のユーザーに向けたウェブでの情報発信に携わる機会がありましたら、コンテンツを作る際に、ぜひ、このような一般ユーザーの検索クエリや訪問も考慮に入れてください。ページ内に専門用語が多用されていたら、一

このブログを検索 ...

ラベル

アーカイブ

Feed

Google on

Google Webmasters
YouTube 999+

Follow @googlewmc

成功する執筆ペース

- 池田歯科
全盛期はほぼ毎日院長が執筆
3年間継続で月30,000アクセス
- 執筆ペースは最低2週間に1記事ペースを維持
内容は歯科医療の技術について書く
- 普通の記事(天気がいいですね など)はNG

執筆時間と患者様のライフタイムバリュー

- ライフタイムバリュー = _____ X
- 新患1名あたりのライフタイムバリュー(一生に院に落とすお金)を約20万円と仮定します。
- ウェブサイトから月10名の新規患者様を呼び込むと**毎月**200万円の売上を獲得することになります。
- 執筆時間を月10時間かけたとしても時給20万円分の売上を発生させる元となっています。

リスティング広告は無制限に打て

- リスティング広告とは、
検索したときに上位に出る広告
- 歯科業界は平均1クリック_____円
- 50~100クリックに1名の来院
- 新患1名あたり_____円かかる
- ライフタイムバリューの10%に収まっていれば
無制限に広告を打つべき



ウェブマーケティングまとめ

近所の歯科医院が

ウェブマーケティングに**本気になる前に**

ウェブ上を独占する

今はどのエリアでもウェブマーケティングを行っている歯科医院は少なく、あと5年でウェブ上が独占される可能性が高い

