

患者様を引き付ける広報戦略

1. マーケティング手法

患者様や地域住民の方が自分の意思で診療所を選ぶ時代です。

これまではよい医療行為を行っていれさえすれば、患者様が自然にやってくる時代でした。診療所が激増し、競争の時代に入った現在、地域住民が求める「情報」を的確に提供できるか、要望に応える優れた医療体制があるのかそれが問題です。

情報を提供する活動が広報活動です。

医療界が競争時代にはいると、診療所の考えていることを上手に地域の方に伝えていく広報という機能が重要になってきます。

医療従事者の中には、医療法の規制で広報活動は出来ない、と思い込んでいる人が多いのですが、広報と広告とは違います。

医療従事者の理解している広報活動とは、電柱広告、駅の看板広告、院内・院外紙といったところです。

しかし本来の診療所広報活動の基本は、診療所が持続的、長期的視野に立って地域住民の信頼と理解を勝ち得ようとする情報提供活動といえます。

診療所が中・長期の経営戦略に立って、地域住民の健康の維持、病気の予防を含めた医療活動を行い、そこで発生する情報を、上手にわかりやすく地域住民に知らせていくことが診療所広報の基本です。

2. 広報活動とは

診療所広報とは「病んでいる人たちへの思いやりの心」「地域の人たちへの健康への思いやりの心」を伝えていく活動をいいます。診療所のやさしさ、思いやりの心を患者様や地域の方に伝達する活動です。地域にはどんなことで悩んでいるのでしょうか。

そして患者様は自院にどんな不満を持っているのでしょうか。診療所は地域住民、患者、診療所関係者の声にじっと耳を傾け、そこから思いやりの心となる基礎情報を得ると共に、どんな思いやりをどんな形で提供していくのかを検討する必要があります。

地域住民との良好な関係を作り上げていくというのが広報の基本です。広報とは診療所の一方的な意思を地域住民に押し付ける広告・宣伝とは異なり、社会性、公共性があることが求められます。

3. 患者再来率を高めるには

患者様の再来率を高める経営努力は、診療所経営上の重要な課題です。

診療所にとってマーケット(市場)は地域社会になります。地域社会に対してのマーケティングのスタンスはいつも患者様が何を考えているかを知ることが大切です。地域の方との懇談会、診療所モニター制度の導入を考えるべきでしょう。

診療所は治癒機関だけではなく、病気の予防、健康の維持・増進を目標とする情報の発信基地となるべきです。地域社会の中で診療所は健康を増進するために何をすべきかを考えるましょう。

4. 苦情処理対応

診療所にはさまざまな苦情、クレームが多く発生します。

苦情、クレームは必ずメモにして、院長に報告すべきです。すべての苦情はファイルに分類して今後の苦情処理の参考データとして保管します。

苦情処理の手順や方法を間違えたり、遅かったりすると、対処が的確でないために患者様やご家族の感情をこじらせ、大きな問題になることがあります。結果、マスコミに報道されたり、悪評の流布により診療所のイメージダウンにつながります。

そうならないために、クレームに対処するノウハウを整理し、院内マニュアルを作る事をお勧めします。

終始一貫、誠意を持ってことにあたり、当事者の段階で解決を図る。

患者様をトライ回しにしたり、待たせすぎることのないよう敏速に事に当たる。

原因は何か、なぜこんなことが起きたのか、ミスがあれば認めて、率直に謝罪する。

知りも知らないことを、推測や予想で話さないで、事実関係をよく確認する。

説明に必要な詳細データをそろえておくこと。

診療所のミスに対する過大な謝罪(お詫びのしるし)は禁物です。それはかえってこちらの責任が大きかったものと誤解されるもとになります。苦情処理を生かして、職場の改良改善に積極的に取り組むことが大切です。

苦情処理のポイントは、経験を積み重ねる事にあるでしょう。

5. 地域社会とのコミュニケーション

診療所では、地域社会の方がそのまま顧客(患者様)となります。診療所が今後予想される厳しい競争に打ち勝ち、生き残りを図っていくには、地域社会とのコミュニケーションを活発にして地域住民に方との連帯意識を強めなければなりません。

診療所が地域の社会的・文化的活動にどう参画するのか考えてみましょう。

現実には診療単位での活動は院長が主となりがちになり、院長の負担が課題になります。地域社会の活動を日ごろから注視しながら適度の協賛をするのも一つの方法とは思います。

診療所が出来る事として以下の例がありません。

- ・健康友の会(仮称)の結成
- ・健康情報を広報にて発信
- ・健康講演会(医師派遣)
- ・子育て講演会の開催

地域の住民の方と上手につき合っていくには、まず相手の心を知らなければなりません。テーマをきめて、アンケート調査をしながら地域住民の方の考え方、要望を統計的に把握することが大切です。

6. 弱者保護の経営姿勢

これからの診療所が生き残るには、明確な経営姿勢を打ち出さなければなりません。

通常の事業所には必ず事務所内に社訓・経営姿勢が明確に張り出されています。診療所においても、院内に経営姿勢を明確に表示し、患者様への優しさ思いやりが漂う施設作りが必要です。