

患者様を引き付ける広報戦略

内覧会について

通常、内覧会は開業前の土・日に開催します。

地域の多くの方に診療所内を見学して頂き、職員が機械等の説明をしながら、開院後患者様が来院しやすい雰囲気を作ることが目的としています。

医療行為は出来ませんが、ドクターが出迎えて、地域の方に顔を見て頂く場でもあります。ですからできるだけ、たくさんの方が来ていただけるように事前のPR活動が重要になります。

またこの場を利用して、お世話になった教授先生、先輩先生、同僚の先生にも感謝の気持ちを持ってお披露目をします。

しかしながら地域医師会等の指導により自由なPR活動は制限されていますので注意が必要です。

更に開業後のPR活動は制限(広告規制)されていますので、内覧会までのPR活動が大変重要になってきます。

又地域医師会によっては内覧会の開催を好ましくないといわれる地域もありますので、充分ご確認を頂く必要があります。

内覧会の詳細について

1. 目的

- ・地域の多くの方に診療所を知ってもらう
- ・医師・診療スタッフの顔を身近で見ってもらう
- ・診療所の中を見ってもらう
- ・診療の中身(得意分野・専門性)を知ってもらう

医療法により診療所等の広告は制限をされています。しかしながら、今日の開業ラッシュに伴い患者様を取り合う現実があります。必ずしもシミュレーションどおりに患者様が来られることは考えられません。

2. 当日の行事

- ・10時開始 15時終了
- ・職員が一同になり来場者をお迎えする
(出来ればすべての来場者に医師が声を掛けることが重要)
- ・診療所内を見学してもらう
- ・待合室で休憩をしていただき、粗品をお渡しする

一人当たり15分から20分の見学になります。

開業ラッシュに伴いほとんどすべての新設診療所では内覧会を行っています。患者様は何を求めて内覧会にお見えになるのでしょうか。

患者様は、「診療に当たる医師はどんな人だろうか」、「医師の専門はなんだろうか」、「どんな設備(医療機器)があるだろうか」、「安心して来ることが出来る診療所だろうか」どうなのを見極めにいらっしゃいます。

通常患者様は、すでに他の病院・診療所にかかっておられる方ばかりです。つまり、なにか当診療所に来て頂く特徴を持つことが必要になります。

粗品は、重要はポイントになると思います。とうぜん粗品目当てに来られる方は大勢お見えになると思います。がっかりさせない程度のもが必要です。検討する必要があります。(個数にして400個程度)

4. 内覧会に備えての事前準備品

地域の方への配布物(内覧会・開院チラシ、診療案内、院長名刺、封筒長型3号) 配布粗品(粗品・袋・診療案内) 地域有力者並びに関係者への挨拶(挨拶用品)、HPの作成(ドメインの確保 例:…….com)、作成内容の打合せ

現在はインターネットによる検索が病医院を探し、病医院選びの有効な手段となっています。HPは、新聞やテレビのような広告媒体とは異なり、基本的には医療法の広告規制を受けません。つまり掲載できる情報の自由度が高いため重要なPR手段として使えます。

3. 内覧会の来場者

多くの来場者があれば大成功ですが、スーパーの開店のように行きません。事前の時間をかけたPR活動が必要になります。

過去の経験値から行きますと250から300名くらいが平均値かと思います。地域により変動はあります。

PR活動として、地元自治会への周知の徹底、近隣地域へのPR(ホステイング)、新聞折込(内覧会のPRチラシ)、看板(野立て・電柱・バス)等があります。