

試し読み版

2010年4月 版
メディカルコミュニケーションズ株式会社
調査レポート

～ 750人に徹底アンケート調査で判明～
「自費治療売上げ即時アップの秘訣」

レポート中に掲載させている調査データは弊社が独自で「歯科へ行こう！」会員4万人の中から無作為に抽出したに回答者750人に対して調査を行ったものです。

1. 「自費治療」の受診経験について

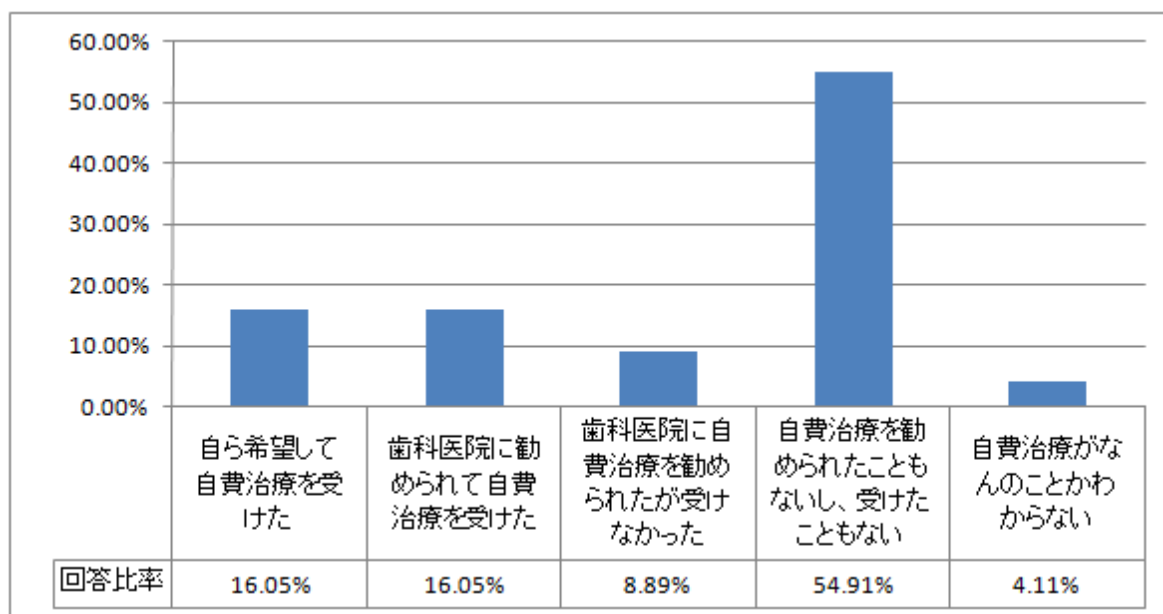
今回のアンケートでは、歯科医院検索サイト「歯科へ行こう」の会員750名に対して自費治療に関する受診動向について調査しました。

まず、最初に自費治療の受診経験について見ていきたいと思います。

自費治療の受診経験者は、全体の32.1%となっています。受診経験者のうち、「歯科医院に勧められて自費治療を受けた」と「自ら希望して自費治療を受けた」という回答は半々となっています。

歯科医院に自費治療を勧められた経験のある人は24.9% (16.05 + 8.89)で、「歯科医院に自費治療を勧められたが受けなかった」という回答は8.89%なので、歯科医院に自費治療を勧められた患者のうち、64.3% (16.05 ÷ 24.9)は結果的に自費治療を受診しているということになります。

表1. 自費治療の受診経験



逆に自費治療未経験者67.9%の範囲で考えると81% (54.91 ÷ 67.9)の患者が「自費治療を勧められたことがない」と回答をしている。このことから、自費治療売上向上のカギは、まず患者に自費治療を積極的にお勧めするツールやトーク、ホームページを含めた全体的な体制づくりが重要ということになります。

どのようなツール、話法が必要かについては後半の分析結果で解説していきます。

自費治療売上向上のスタートライン

自費治療を勧められて「断る患者」は35.7% (8.89 ÷ 24.9)と少ないことを認識する。まずは、自費治療を積極的にお勧めする体制づくりがスタートラインとなる。

