

自院の認知度を高めるための調査②

一般企業や金融機関、 消防署、警察署、官庁などにも アプローチしておこう



企業年鑑でチェック

前回に引き続き、開業後に地域で認知されるために調べ押さえておくべき場所や人、またそれらへのアプローチ法を説明する。今回は一般企業や銀行、生命保険会社、消防署、警察署、官庁、議員を取り上げる。

企業は健診やインフルエンザの予防接種など、治療を必要としない人に来院してもらうために重要なターゲットである。規模の大きな企業を中心に、できるだけ多くの企業を開拓しておくとういだろう。

図書館に行って企業年鑑をもとに、開業予定地の半径500m内にある従業員数が多い企業の住所や電話番号をチェックする。開業前に、スタッフに名刺や自院のパンフレットを持たせ営業をかける。古くから地域で活躍している企業の大半は、懇意にしている医療機関を有する可能性が高いが、適時、きちんと訪問している診療所は少ないと思われる。実際に足を運んで総務課の担当者などと

名刺を交換するなど、労を惜しまず“顔が見える”関係づくりに励んでいただきたい。

次に、銀行や信用金庫などである。金融機関は地域に密着しており、営業担当者はさまざまな業種の経営者を知っている。営業担当者に自院を知ってもらえば、彼らが経営者との会話で自院の名前を出してくれることも考えられる。メイン銀行をつくることはもちろん、できるだけ多くの銀行と親しくなるとよい。たとえば、健康セミナーを開くことを提案する。地域住民向けに資産運用や相続対策だけでなく、健康をテーマにしたセミナーを開催することは銀行にもメリットがあるはずだ。

生命保険会社も同様である。営業所を把握し関係を築いておけば、審査医を依頼されることもある。また、外交員の顧客や潜在顧客を対象に、やはり健康セミナーを開催することで増患が期待できる。結果的に外交員自身やその家族が診療所に来院するケースも少なくない。

地域全体を守ることにつながる

消防署や警察署、官庁の場所も調査し、一度は訪問しておきたい。診療所であれば救急車を受け入れることはあまりないかもしれないが、消防署の救急救命士に広く顔を知ってもらうことで、自院で不測の事態が起こった時などに連携がスムーズに図れる。警察関係でも、検視の時に立ち会う医師が必要となるケースもあり、声がかかるかもしれない。官庁にも機会があれば顔を売っておきたい。その関係が築ければ、開業後、行政への対応がぐっとスムーズになるはずだ。

また、地域で行われるイベントやボランティア活動を通じて、地元の議員と懇意になることがある。随時、挨拶しておくとういだろう。コミュニケーションを図る必要はないと思いがちだが、地域で大きな影響力をもっているため、自院の知名度を高める方法になると認識しなければならない。

石井友二

いいい・ともじ ● ホワイトボックス株式会社代表取締役。公認会計士、税理士。あずさ監査法人、みずほ信託銀行を経て独立。13年間にわたり病院でのコンサルティングを行った後、同社を設立