

치과진료와 성공적인 Marketing

오늘날 치과의사수의 증가와 사회정세의 변화등에 따라 치과병원의 경영은 매우 어려운 상태라고 생각된다.

근면하고 유능한 Staff만 있으면 원활한 경영이 가능하던 시대는 지나가고 환자층에 대해 계획적이고 System화된 Approach가 필요하게 된 시대가 왔다. 우리가 연재하고자하는 목적은 치과병원을 성공적으로 경영하기 위한 치과의 marketing 개념을 어떻게 실무에 활용할 것인가를 참고로 하는데 목적이 있지 치과병원 경영의 개념론이나 경영의 교과서는 결코 아닌만큼 스스로 자신에 맞는 Marketing을 입안하는 것이 무엇보다도 중요하다고 생각된다. 본 연재물의 원제는 미국 ADA가 제안한 "Dental Marketing Planner"로 신규 개원의나 기존 개원치과의사들에게 치과경영에 관해서 조금이라도 이해의 폭을 넓혔으면 하는 기대로 편집된 것을 (주)신흥이 要點만 발췌 제공한 것을 4,5회로 나누어 連載할 예정이다...<편집자 주>

V. 장소의 선정

병원은 서비스 생산의 현장임과 동시에 판로이므로 장소는 중요하다. 장소 선정에는 장소이용의 용이함, 주의의 환경등이 관계가 있으며 개업지의 고려에는 다음과 같은 경우가 있다.

- 신규 개업
- 새 지역으로의 이전
- 현 지역내에서 보다 좋은 장소로 이전
- 분원 개업의 경우 위와 같은 경우는 신중한 검토가 필요하다.

신규개업에 따른 장소선정시 고려사항

1. 현재 치과병원의 공급량

- 치과병원이 많지는 않은가?
- 치과의사의 인구비는?
- 치과의사의 평균연령은?
- 치과의사가 증가할 경우 수요의 증가가 예

상되는가?

2. 치과 서비스에 대한 수요

- 지역내 인구의 몇 퍼센트가 정기적으로 이용하는가?
- 지역내 인구, 경제적 동향이 어떤영향을 미치는가?

3. 지역의 경제기반

- 경제기반의 다양성은?
- 경제적으로 안정되어 있는가, 성장하고 있는가, 아니면 쇠퇴하고 있는가?
- 지역내 업종의 종류는 얼마나 되는가, 또한 산업 동향은?
- 일인당 평균 수입은?

4. 인구통계/동향

- 인구의 증가 및 감소 상태는?
- 증가하는 인구군과 감소하는 인구군은?
- 인구통계상 Marketing계획, 개업형태는 목적에 적합한가?

**지역내에서 이전할 경우 장소선정에 따른
고려사항**

1. 교통량

- 사람들의 눈에 잘 띄는 장소인가?
- 주위의 교통량은?
- 통행자중 Marketing계획의 대상자가 있는가?

2. 교통편

- 교통편, 주차장이 가까이 있는가?
- 환자가 이용하기 쉬운가?
- 찾기 쉬운 곳인가?

3. 성장 가능성

- 오랫동안 사람들의 주위를 끌 수 있는 장소인가?
- 환자 기반이 인구동향에 의해 잠식될 가능성은?
혹은 새환자의 유입에 의해 보충될 가능성은?

상업지구에서는 타의료기관이 있는 경우 환자를 치료할 기회가 많아 유리하고 쇼핑센터 등이 있으면 통행량이 많아 유리하다.

이용상의 용이함

- 진료시간은 환자에게 편리한가.
- 환자가 긴급시 부담없이 연락할 수 있는가.
- 긴급환자를 받고 있는가.
- 장애인도 이용하기 쉬운가.

조조, 야간진료

직장인은 근무시간의 제약을 받으므로 직장인이 많이 거주하는 지역에서는 오전 6시~오후 2시까지의 조조진료를 하든가 업무가 끝난 후 진료를 받을 수 있게끔 정오~오후 8시까지 하는 방법이 있을수 있다.

주말, 휴일진료

가족 전원이 진료를 받을 수 있는 진료시간이다.

진료 방침에 따라 조조, 야간, 주말, 휴일 진료를 조합시킬 수 있다.

전화 교환 시스템

긴급진료를 시장계획에 포함시켰으며 휴진시간에 자택으로 연락할 수 있는 전화 시스템이 필요하고, 이것은 환자를 개별적으로 접촉할 수 있고 신규환자수를 증가시키는 효과가 있다.

고령자 및 장애인에 대한 편의제공

경사길, 난간, 전용세면장, 넓은 출입구 및 통로등의 설비가 필요하다.

왕진, 이동진료

- 내원 할수 없는 환자를 왕진한다.

진료소의 분위기 개선방법

병원의 분위기가 환자에게 어떻게 인식되는가는 Marketing에 반드시 고려해야 할 중요한 문제이다.

- 실내장식은 시장계획의 종합이미지 전략의 일부이다.
- 병원의 외관은 진료 스타일과 일치한다.
- 환자의 병원에 대한 첫인상은 건물외관, 주위 환경, 입구, 대기실, 설비등에서 얻어진다.
- 환자의 눈에 병원의 분위기가 어떻게 비칠것인가 하는 것은 반드시 검토되어야 한다.

독서실

대기실에 있어 서적류는 환자의 흥미에 부합해야 한다.

전 망

창문이 있고 바깥이 보이는 것은 환자의 기분을 풀어준다. 창이 없는 경우는 큰나무 등을 놓아 분위기를 바꾼다.

어린이 코너

어린이를 많이 치료하게 되면 대기실에 어린이용 탁자, 연령에 맞는 교육용 장난감, 게임등을 준비한다.

어린이 코너는 건전한 오락을 통해 불안감을 해소시키는 역할을 한다.

BGM 방송

기분을 부드럽게 하는 음악방송은 효과적인 수 있다.

환자 교육용 장치

구강위생에 관한 시청각 교재를 이용하여 양호한 구강위생상태를 유지하기 위한 계몽활동을 한다.

진료실 환경

환자의 기분을 전환시키기 위해 BGM이나 풍경사진, 그림, 나무 등은 진료실 분위기를 쾌적하게 하지만,

- 위생적이고 청결할 것(냄새 등도 고려)
- 난잡하지 않을 것 등이 반드시 고려되어야 하며 진료 준비는 환자가 입실하기 전에 완료되어 있어야 한다.

상담실

치료내용이 단순한 경우 설명은 치료실에서도 가능하지만 대부분의 경우 상담실을 이용하는 것이 좋다는 것이 전문가의 일치된 의견이다. 분위기를 온화하고 쾌적하게 만들고, 의자는 비슷한 것을 설치하되 X선 사진이나 모형을 사용하는 경우가 많으므로 의자의 배치는 마주보게 하는 것이 좋다. 또한 상담실은 초진 환자에 대한 설명에도 사용된다.

치료비 지불 상담코너

치료비에 대한 질문상담에 응하며, 위치는 대기실에서 떨어져 있게 하고 접수부에 같이 설치하면 된다.

*다음 호에서는 본연재물의 마지막회로서 “진료보수 문제”, “Promotion문제” 그리고 촉진책과 조정 시스템에 대하여 기술합니다.

광주직할시 치과의사회 사무국이전 및 전화번호 변경안내

광주직할시 치과의사회 회관을 마련하여 1991. 1. 14 오전 9시부터 아래와 같이 이전 변경하여 회무와 실험업무를 수행하오니 양지하시고 착오 없으시기 바랍니다.

-아 래-

○변 경 후

1. 주소 서구 구동 37-98
2. 전화 (062) 675-6536~8
3. 팩스 (062) 675-6539

○변 경 전

- 동구 장동 58-55
- (062) 232-1224
- (062) 232-5518