

## これからの歯科の『ビジネスモデル』を考える(Part2)

—“静かなる革命”をめざして—

2015年1月18日

上山 信一(慶應義塾大学)

ueyama@sfc.keio.ac.jp

(基本原則)

### 1-1. 「ぶれない」

- 「都度治療から予防投資へ」は歴史の必然
- 「かしこい患者が自己管理」する時代
- 真の顧客志向を追求する信念

### 1-2. 「しかし柔軟に」

- 顧客に来てもらわないと始まらない
- 目の前のニーズには即応
- 相手の不安と不満に共感・共有する

(個々の歯科医ごとに)

### 2. 目標は〇〇人との信頼構築

- 持続継続の価値
- お互いの生涯価値の最大化を追求
- 口コミ紹介による営業が理想

⇒個々の歯科医(会社)の戦略目標

(オーラル・フィジシャンチームとして)

### 3. 情報戦を戦う・・・データによるコミュニケーションが必須

- 長い目で見て何が「お得」かを考えてもらう
- 「出費」でなく「投資」と考えてもらう
- 80才のビジョン(デンタル・ハピネス=歯を残す)を示す