

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