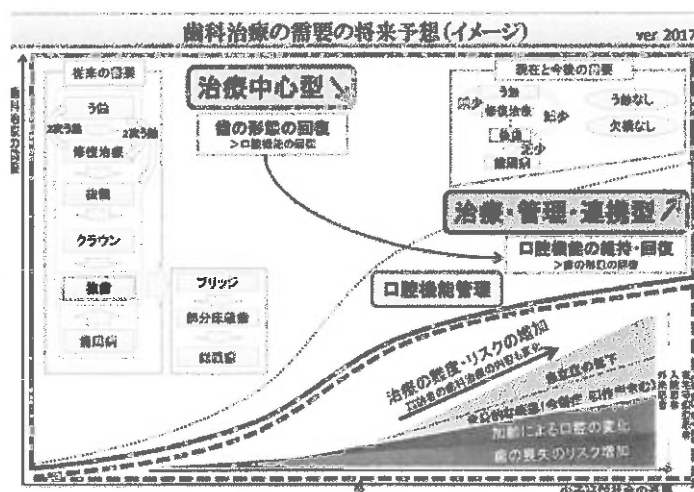


第 1 講座
小児患者数 UP の秘訣
～新患・検診・矯正～

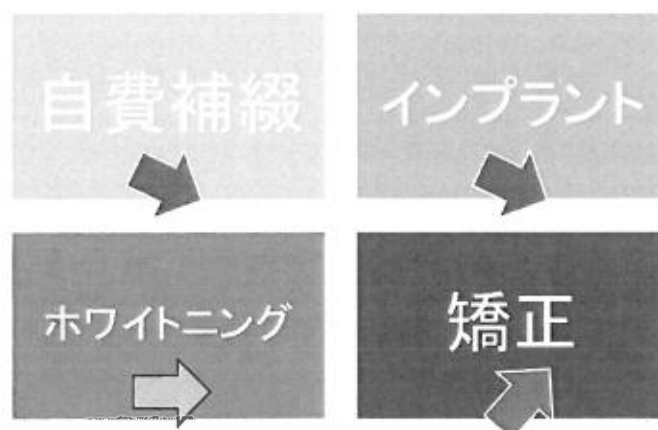
歯科医院地域一番実践会
山本 峻士

1. 小児歯科セミナーの目的

()での経営戦略が重要



今後の自費診療の方向性



()が増えている状況

1人の子どもに対してお金をかけやすい環境
となっている

小児歯科は()
新しいことを取り組んでいくことに()は
つきもの
どのようにリスクを減らしていくのか？
→技術研鑽も必要不可欠

同じ取り組みをしても3～5年後には効果は
()する可能性大
今のうちから取り組みを行い小児歯科部門での
地域一番歯科医院を目指す

経営の安定化に必要な考え
→経営の柱を()作ること
コロナの影響でより重要性が顕著に
想定外が起こることを()にする

小児歯科は歯科経営の()にも
良い影響

歯科助手(受付)の()構築

→3年の壁

TCにも向き不向きがある

()が強いスタッフは小児向き

()問題の解決にも繋がる

→()の活躍

「小児歯科に力を入れると午前が空きやすい
からもったいない」

一般歯科と小児歯科の()を考える

いかに()など空きやすい時間帯に
集めることができるか

空きやすい時間帯の有効活用

診療だけでは医院の成長は()になる

いかに院内()で()の取り組みを
行うかがポイント

経營業務の()に繋がる

小児歯科の最大のメリットは「 」

治療、検診の流れを構築しやすい

スタッフ()に()体制作り

小児歯科セミナーの目的

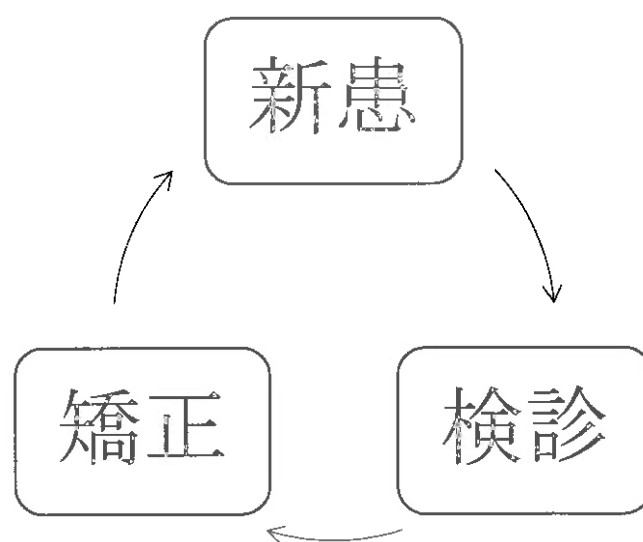
()と()を構築する

×治療のみの体制

いかに()・()に移行する流れを作り、

医院経営()に繋がるかがポイント

本セミナーの流れ～マーケティング～



2. 新患マーケティング

まずは自身の医院における()が
ポイント

数値分析を行うことで医院の()が明確化
される

新患を()で集計

①～3歳

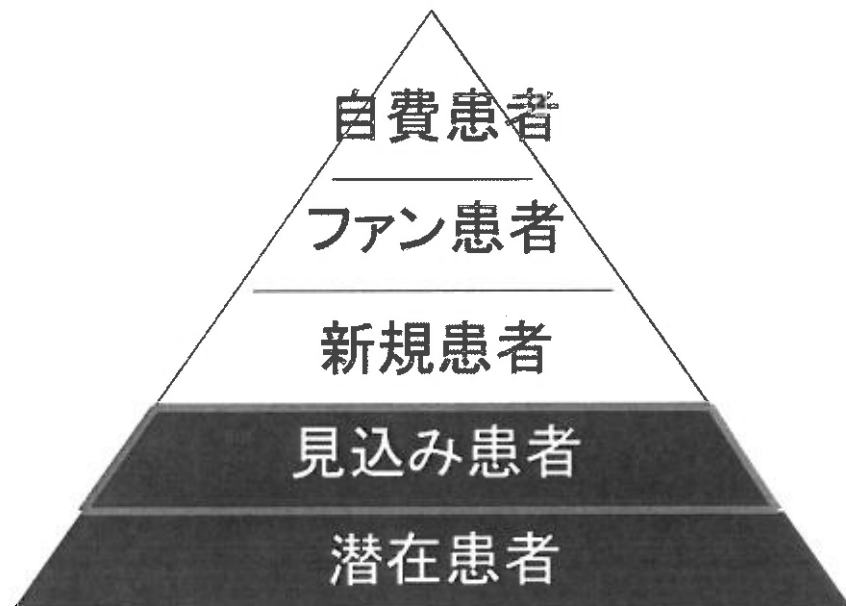
②4～15歳

③16歳～

新患数				新患総数
(0-3歳)	(4-15歳)	(16歳-)	合計	
0	1	2		3
3	2	0		5
				0
0	0	0	1	7
2	1	1		4
1	1	1		3
				0
1	0	4		5
0	0	3		3
1	1	2		4
				0
1	1	3		5
0	2	3		5
				0
0	0	4		4
0	0	5		5
0	1	1		2
				0
0	0	2		2
1	1	1		3
1	1	3		5
0	0	4		4
0	0	1		1
0	1	1		2
1	2	0		3
0	3	0		3
3	0	3		6
				0
15	10	51		55

新患対策をする上でマーケティングピラミッド
から()を練る
今すぐ来てくれる人だけに対する対策だけ
では()

マーケティングピラミッド



新患対策でのキーワードは「 」
人間は()で判断するもの
小児歯科を謳っている歯科医院は少ない
いかに()にアピールしていくか

2. 1 新患マーケティング～HP～

()が重要

→特に()

普通のHPに小児歯科ページを作成しても
来院には繋がりにくい



abc dental 小児矯正歯科 小児予防歯科

お問い合わせフォーム

予約する

10:30～11:00 / 13:00～15:30
9:00～11:00
休診 (祝祭日・お盆)
診療時間 9:00～11:00 / 13:00～15:00
※予約時間外は、お電話にて受付です

スタッフ紹介 院長室 小児歯科 アクセス お知らせ よくある質問 料金表 来院情報



こどもの
ための
予防歯科

はじめての方へ

0-9歳の
お子さんがいる
保護者の方へ

お役立ち情報

歯をきれいに

myobrace

小児歯科がからでス

歯の専門家

院 地域一番
実践会

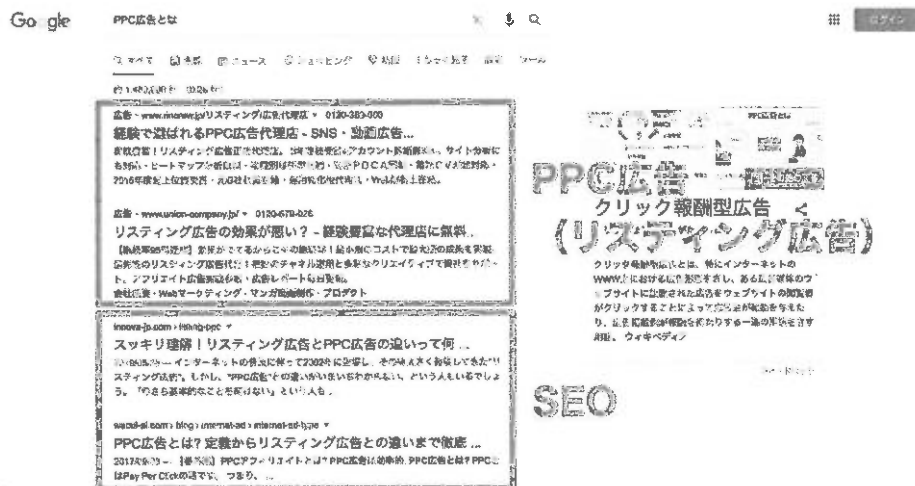
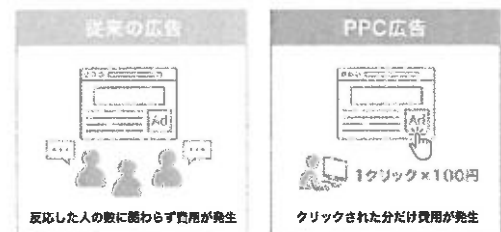
w.consuldent.jp

HPのリニューアルが難しいならば ()を作成



突然ですが、あなたは歯科患者さんが好きですか？

()の設定



()を覚えるのは経営には()と
考える



()も重要
()と()に撮影する
・出来る限り()は使わない
→広告っぽい仕上がりになる

()をスタッフのお子さんやファン患者
さんのお子さんに依頼
難しい場合は子役()に依頼する

小児矯正の()を掲載

()でアピールする

医療()に則って掲載すれば問題ない

→治療内容、費用、リスク、副作用の説明を

記載すればOK

()を掲載する

→性別、年齢、症例別

()対策にもなる

()のお子さんと近い年齢のブログは

閲覧されやすい

()で相談できるようにHPに()

を掲載

LINEで小児矯正相談

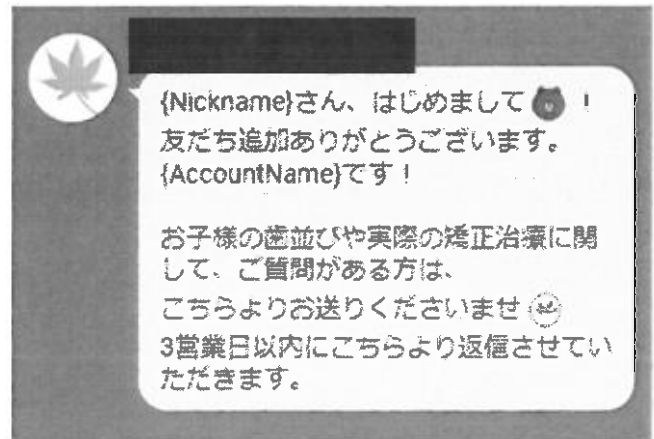
お子さまの矯正相談にLINEでお答えします。
下記のボタンを押していただくか、QRコードを読み取りLINEに友だち登録して
ご相談内容をお送りください。



できれば()に返信する

・即レスが難しいなら()に

すぐに返答できない旨を伝える



LINEから初診相談にどう繋げる？

①複数回やりとりして信頼関係を作る？

②すぐに来院を促す？

結論は()を促す

→LINEで()も取る

2. 2 新患マーケティング～看板～

看板製作は()を狙う

普通の内容では来院には繋がらない

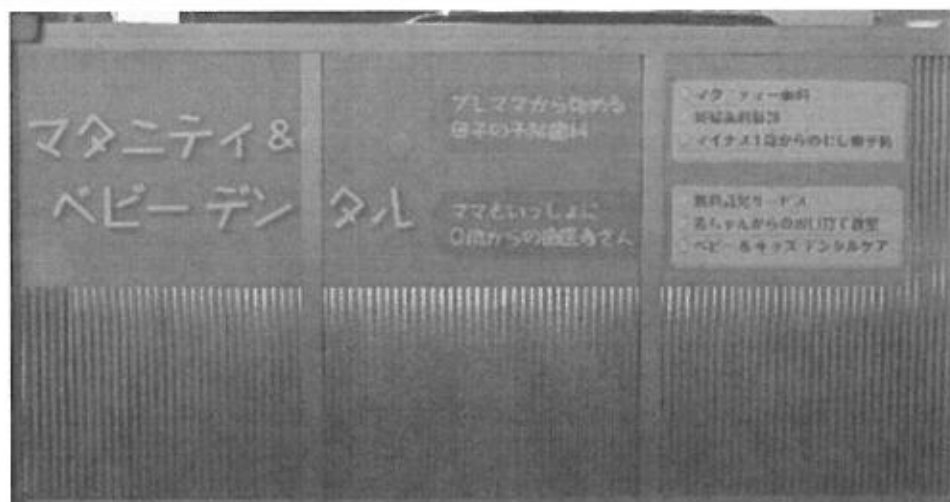
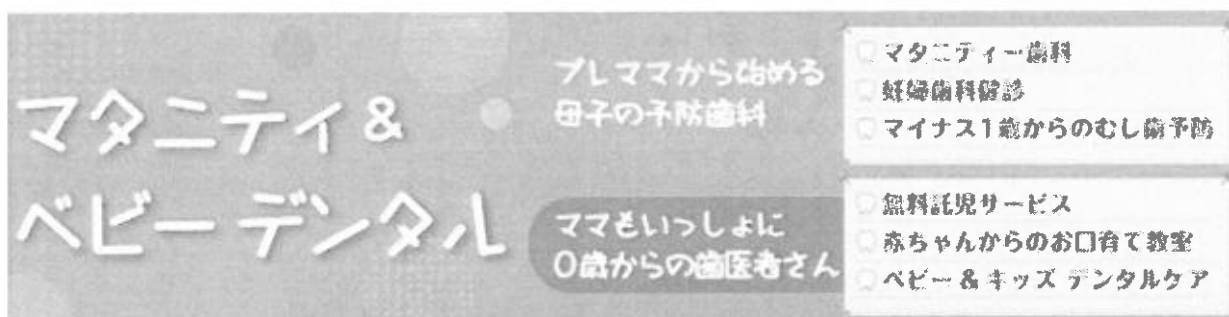
医療広告規制の兼ね合い

()が重要

例: 3歳までの予防歯科



看板で最も有効なのは()



()の有効活用

2.3 新患マーケティング～家族紹介～

小児新患は()がポイント

()の活用

子どもや()との来院を促す

()構成、兄弟構成を伺う

年 月 日		た。お気軽に、受けへお聞き下さい。	
日	満 歳	祖父・祖母	父 母
同居家族	妻・夫 人	本 人	兄弟 人
		家族 子供 人	
3.はれている		4.入れ歯の不具合	

カルテ No.

年 月 日 小児用問診表

(フリガナ)			男	生年月日 (歳 歳)
お子様の お名前			女	平成 年 月 日
保護者の お名前	続柄		お子様の通う学校名	
ご兄弟	兄・姉 (人) 弟・妹 (人) 一人っ子		お電話番号 ()	
ご住所			緊急連絡先 ()	

()で確認する

注意:あくまで軽く雑談程度に聞く

「なんで家族構成を書く必要があるんですか？」

と聞かれてもよいように回答を準備しておく

例

「当院は予防歯科に力を入れているのですが、
むし歯や歯周病にならない環境を整えるために
は、家族全員でのケアがとっても大切なのです」

「その方の生活状況に合わせたご自宅での
セルフケア方法を専門の歯科衛生士から詳しく
お伝えさせていただきたいので、よかったら
ご記入ください」

()を作成し、家族紹介に繋げる
()パンフレットを同封する



特にポイントは()

小児歯科に力を入れると夕方、土曜日に密集しやすい

一般歯科にも影響が出る

未就学児は比較的()の来院がしやすい

兄弟の()も確認する

「小さい頃から歯医者さんに来ることで、よりむし歯になりにくい環境に繋がりますので、よかったら次回弟くんも一緒に検診にお越しいただければと思います」

「受付でおっしゃってくださいね」

2. 4 新患マーケティング～設備～

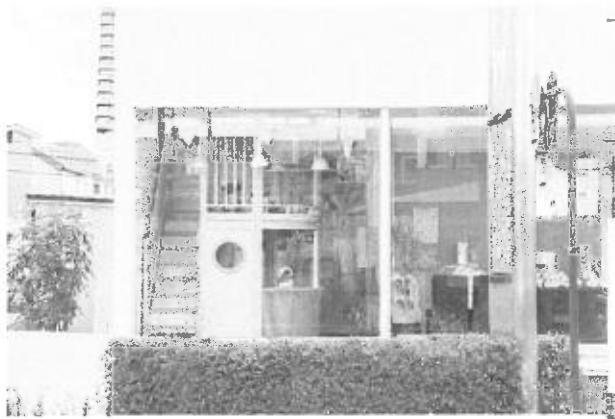
()を作る

これから開業、分院展開する医院にはオススメ

()から見えるようにする

外観が一番の()

高額でも広告費と考えれば高くない



()を実施する

→時間を()する

→パートスタッフでOK

→できれば矯正の()を身につける

2. 5 新患マーケティング～地域連携～

()も重要

保育園、幼稚園、児童館

→むし歯()の開催

産婦人科

→妊婦の歯周病リスク

新患マーケティング～地域連携～

関係構築方法とは

→地道な()

どんな歯科医院作りをしたいのか()

する

院長自身の()を伝える

()のアポイントを取る

「当院では子ども歯科における地域連携を行い、
より地域に貢献したいと考えております」

「なぜ地域に貢献していきたいのか」

という考えを()する

人間は()で動く動物
いかに感情で訴えるかが地域連携における
最大のポイント

2. 6 新患マーケティング～イベント～

()はブランディング
→いますぐ新患対策ではない
()の実施
→将来の()にも繋がる

イベント企画は()する
一年間プロジェクトとして()する
→企画、準備、運営
()に実施する
→その日に()も実施しスタッフ
モチベーションにもつなげる

2. 7 新患マーケティング～キッズクラブ～

キッズクラブは()から考える

無料？有料？

無料=()対策

有料=矯正()患者さん発掘

()から始めることがオススメ

有料はコンテンツ作成などの労力がかかる

()を持ってもらう



()アカウントの活用

→()カード活用

検診()の脱落防止

()効率化



ポイント到達時の特典



① デンタルグッズプレゼント

プレゼントの交換は受付スタッフにお声
をください。

「使用済み」の特典チケットはご利用に
なりません。(お返さずの操作で誤って「使
用済み」にしてしまった場合は対応いたし
ません)



LINEの登録を()とする

→キッズクラブ登録時に案内

今後の()活動に活用

矯正の()にも活用出来る

() の設置

スペースがあれば()と()に分ける
子どもに予防の興味を持ってもらう()
作りにする

3. 検診移行マーケティング

歯医者とは内科や眼科に通うのと同じ感覚
成人同様、() の啓蒙が大切
小児向けの() を実施する
特に() カウンセリングが重要

◆成人セカンドカウンセリング

- ① 当院のコンセプト
- ② 現状の口腔内の状況 (C・P)
- ③ これからの治療計画
- ④ メインテナンスの重要性
- ⑤ お口の悩み、不安の解消

◆小児セカンドカウンセリング（治療有り）

- ①当院のコンセプト
- ②治療トレーニングの必要性
- ③予防の重要性
- ④お願いごと

◆小児セカンドカウンセリング（治療なし）

- ①当院のコンセプト
- ②予防の重要性
- ③お願いごと
- ④次回ご予約について

（ ）がポイント

検診希望などの場合1回で終わることが多い

→特に未就学児

初診の（ ）に実施する

（ ）で実施することがポイント

→10分以内

理想は()に移動する
()でもOK

・小児カウンセリングのポイント

- ①()の啓蒙
- ②モチベーション()
- ③次回アポイント()

まずはいかに()に繋げるかがポイント
検診移行を目的とするのであれば

「 」は必須

成人も()だけではメンテナンス
には繋がらない

親御さんに対する()がポイント
「なんでわざわざ来たのに治療しないの？」
と()に繋がる

初診電話対応でも

「当院では当日に治療することは出来ない」

ということを()に伝える

→()に繋がる

当院の()を伝える

検診に来る、治療トレーニングを行う

()が重要

※セカンドカウンセリングスライドの紹介

※トークスクリプトも掲載

()を伝える

()を活用する

「このように、〇〇くんにも歯医者さんがずっと好きになってもらうように、治療を進めていきますが、よろしいでしょうか？」

→必ず()をもらう

・お子さんにも()、()を行う

「〇〇ちゃん(君)はむし歯をやっつけたいと思ってるかな？」

「一緒にむし歯をやっつけようね！」

治療の()も伝える

予防の啓蒙は()で伝える

むし歯予防には「 」が重要

店舗ビジネスは「 」で決まる

と言っても過言ではない

初診対応が重要

最大のポイントは？

→()を上げる

→ママを()こと

世の中のお母さんは褒められてない

だからこそ褒めることで()が出来る

→中には泣くお母さんもいる

「おうちのことをしながら歯医者さんにちゃんと連れて来て、本当に素晴らしいですね」

「私たちも〇〇さんのようなお子さん想いのママが増えてほしいと思って日々診療をしてるんです」

・懸念点

説明の()、チェアタイムにも影響が

ある可能性大

()を作成する

・説明の抜け漏れが発生しないように ()を作成する

治療トレーニング説明チェックリスト

No. _____ 氏名 _____ トレーニング記録用紙

① 治療説明の目的→4点を置く

□ 「トレーニング表に基づいて治療の練習を行います。練習をすることで、

- ・ Dr.との治療をよりスムーズに行うことができ、途中で脱落するリスクを減らすことが出来ます。
- ・ 治療や治療を行うことを受け、トラウマを減らせます。
- ・ 治療者が怖いものではないと認識してもらうことで、今後の手術や治療への積極性を高めます。
- ・ 何をどのようにするのか、何のためにするのかを知るための時間が確保出来ます。
- ・ 子どもと信頼関係を築き、自分から口を開けられる子になります。」

□ 全員が治療をスムーズに出来るわけではありません。4歳でも半分は出来ないので現状です。

治療トレーニングの()も作成する

小児治療トレーニングチェックリスト	
担当者：	
項目	チェック欄
① 一人でチェアに上がれますか？	☐
② チェアに横に寝転べますか？	☐
③ ミラーで口を見られますか？	☐
④ 手のひらで風・水できますか？	☐
⑤ 口の広げ閉、水で開く出来ますか？	☐

どれだけ予防の重要性が患者様に伝わっている
かわかる()

→()の売上金額

・()の本数、売上金額を出す

→()する

治療なしカウンセリングの場合、最も重要な
ことはカウンセリング後に()を
取得すること

成人のメンテナンス同様、次回アポイント
()が20-30%変わってくる

受付ではなく()で取る

→成人メンテナンスも同様

・説明から予約取りまで()で対応を
したほうが意味づけが伝わりやすい

()効果を活用

「近年では一人っ子が増えていることも影響し、大切なお子さんのお口の健康を守っていききたいという、親御さんも増えてきております」

「〇〇くんのお口の健康も守り続けるために、しっかり歯医者さんに通い続けることをオススメしております。そのため、皆様には基本的に(必ず)次回のお約束を取られていただいているのですが・・・」

最も言ってはいけないこと

×「いつがよろしいでしょうか？」

脳みそは()を好む

少しでもエネルギーを使うことを「面倒」と感じる

こちらに委ねられると、結果的に「まだ先の予定がわからないので連絡します」となる

→結果()に繋がる

重要なのはこちらが日時を()すること

「〇月〇日月曜日の〇時はいかがでしょうか？」

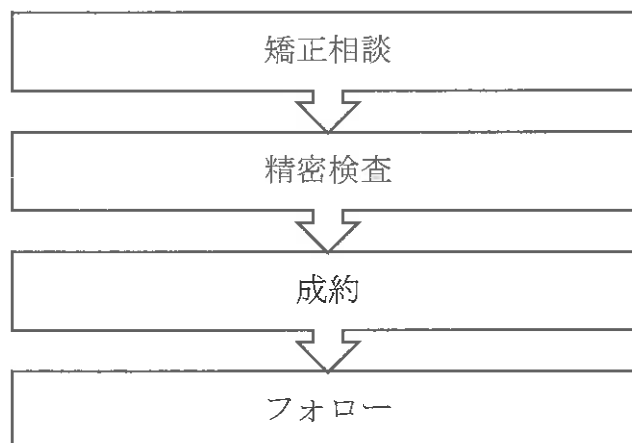
理想は()

()での提示でもOK

4. 矯正マーケティング

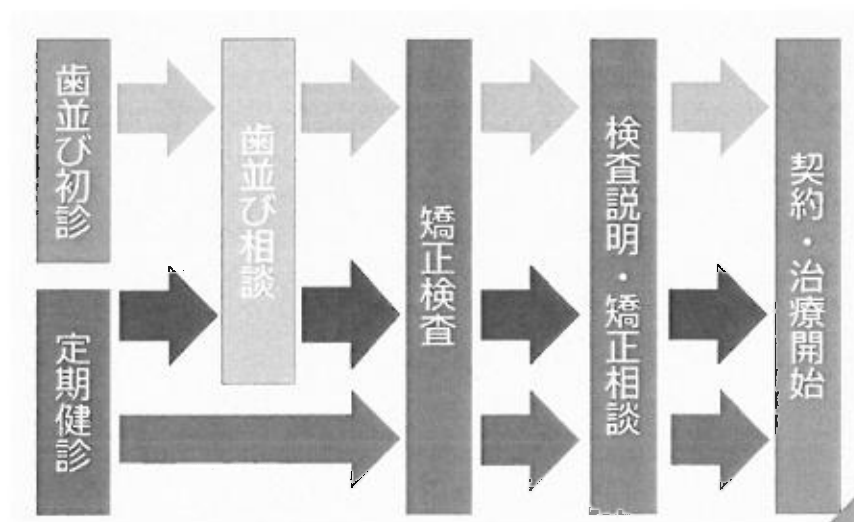
小児歯科を実施するにあたって小児()は必須

・良い()、高利益歯科医院経営に繋がる

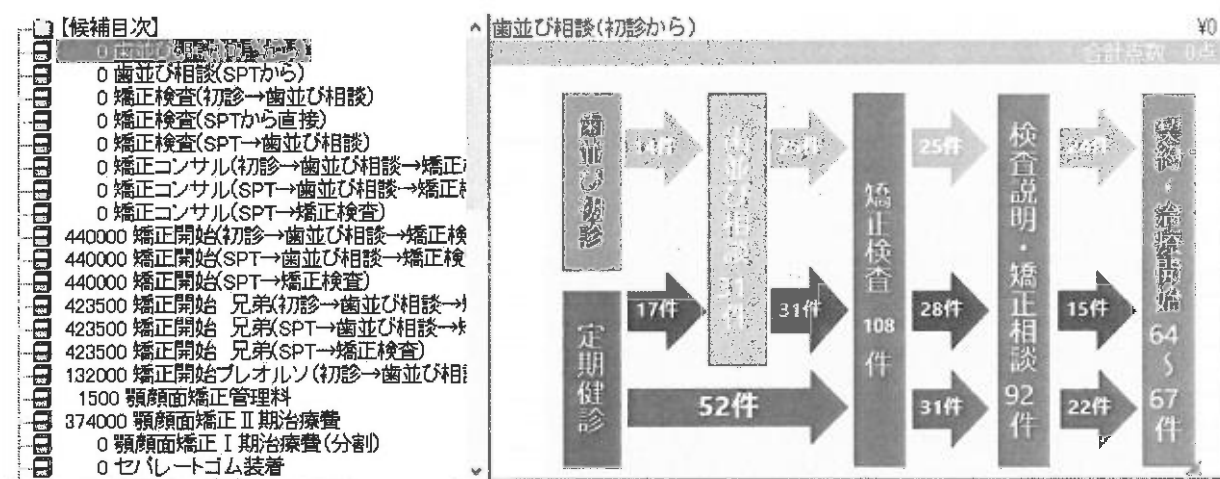


新患対策同様に数値から現状を知ることが重要

・それぞれの()を分析する



()を活用することで集計を()する



できれば矯正()で管理を行う

→()と()の徹底

小児矯正は「」をいかに増やすかがポイント

その為にもスタッフ()は必須
大前提()が整っていることがポイント

()で矯正相談への()を強化する

目標設定をする

例:

矯正相談数5件/月

精密検査移行率80%

()の設定

()の実施

→子どもにとってなぜ矯正をする必要があるのか？

重要なのは()患者さん

医業収入の安定化

いかに矯正相談に移行する流れを構築出来る
かがポイント

大事なポイントは「 」と「 」

検診患者さんに矯正相談を促す()
を決める

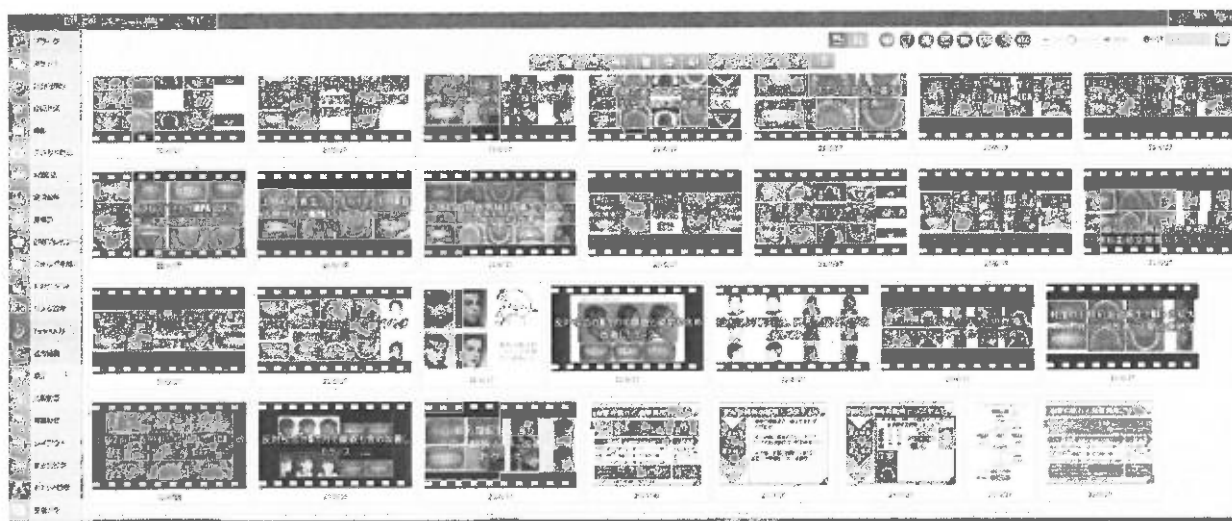
例:11はえかわり

DHから声掛けしてもらう症例を()する

◎こんな5歳から7歳のケースにお勧めしたい！

- ・乳歯列で前歯部クロスバイト
- ・乳歯列で臼歯部クロスバイト（交叉咬合）
- ・乳歯列で発育空隙なし。まして叢生傾向
- ・乳歯列で開咬
- ・上顎中切歯の唇側萌出（ハの字萌出）
- ・前歯部オーバージェット大
- ・下顎中切歯叢生傾向

矯正治療の() (重要性)を伝える
()で誰でも説明しやすい()を
整える
症例集、説明資料を()に入れる
→患者番号「 」を活用



すべての人に()のは時間と労力
がかかる
()を作成し活用する
()にアップし、URLを()で送付
する
→クロージングで活用

矯正()を実施する

→()にも繋がる

スタッフが()しやすい流れを構築

説明は()がポイント

→将来観測

・メリットよりも、矯正治療をしない()を
伝える

今日おはなしする内容

- ① 歯並びが悪いことでのデメリット
- ② 何故 歯並びは悪くなるのか？
- ③ 歯科の小児矯正とは？
- ④ 小児矯正のメリット・デメリット
- ⑤ 小児矯正 いつから始められる？ 費用は？

歯並びが悪いことのデメリット

- 見た目が悪くなる
- 噛む力が弱くなる
- 歯磨きがしづらく虫歯になりやすくなる
- 発音が悪くなる
- 全身の健康発育に影響しやすくなる
(例：姿勢・集中力・睡眠障害など)

()、()の活用

VAKモデル	取り込む 情報収集/Input	考える 内部処理/Process	伝える 情報発信/Output
 視覚 Visual	見る・観る 目に映る	イメージする 映像・写真など を思い出す	絵を描く 色やカタチの 説明をする
 聴覚 Auditory	聞く・聴く 文字を読む	意味を考える 計算する 予測する	話す・歌う 文字を書く
 体感覚 Kinesthetic	触る・嗅ぐ 食べる 心を読む	味わう 感情を考える 善悪を考える	カラダを動かす 感情を示す ボディラングエージ

()の顕在化



()を集める

「実際治療してどうなのか」不安を()に変える
 お子さんに近い症例を()して見せる

感想文を集めるポイント

矯正治療()に()する

書いてもらいたい内容を()に記載する

※なお、「文章を書くのは苦手なだけだな…」という方は、ご記憶を頼りに以下の内容を感想文に盛り込んでいただくと、スムーズにご記入いただけます。※

- お子様に矯正治療にしようと思ったキッカケは何でしたか？
- お子様に矯正治療を受ける前、どんな不安がありましたか？
- 治療中、その不安はどうなりましたか？
- お子様に矯正治療をして、いまもっともよかったと思うことは何ですか？
- 身近に矯正治療を考えている方がいたとしたら、どのように伝えますか？

※紙面やホームページに掲載する場合、お名前を載せてもよろしいでしょうか？

☐ はい ☐ 匿名で ☐ やめてほしい

☐ 匿名ならホームページに掲載してもよい

※個人情報の保護について※

ご記入いただきました情報は、当院の貴重な患者様情報として厳重に管理し、治療に関する目的のみに使用いたします。また個人情報をご本人様からのお申し出により訂正・削除いたします。

相談は()に行く

1. 他の診療に影響がない
2. キャンセルのリスクを減らす
3. 集中できる環境を整える

矯正が増えてくると()の矯正相談が
入りにくなる

→自費の()

TCが在籍しているのであれば矯正相談を
()が行えるようにする

()が重要

お金で()になるケースが多い

→二期に移行する際に

「なんで追加でお金がかかるの？」

オススメは一期と二期を分けない()
にする

一期で終わるのが理想

二期に移行すると利益率は減るが()
にはなる

一般の人は「矯正＝100万円くらい」と思っている

分けた場合は二期に移行する()で話をする
→口頭だけでなく、()に記載しておく

() の同席を促す
() の報告で終わる
→結果成約には繋がりにくい

同席が難しい場合は() と() を充実させる
() でも確認が出来るようにする
検査結果の報告を() で行う

MRC矯正などの場合、ポイントは「
を増やすこと

終わりがないので、アポイントが取りづらくなる
終了患者の() も設定する
大前提、() が最も重要

親御さんが管理できそうもなければやらない

「1日朝と夜に1分ずつアクティビティを行って
いただきますが、できそうですか？」
大切なことは()

()の見える化

日々の()を作成する

LINEの()は非常に有効

()専用のアカウントを作成する

→やりとり出来るようにする

・1ヶ月1回の来院では()の

()に不安を抱えるお子さんに実施

()で指導したアクティビティの()と

してこちらから送る

装置の使用方法などの()も送付する

ある程度の()も重要

()を導入する

その後必要あれば()料金

ポイントは患者さんに()こと

→メリット・デメリットを伝える

第 2 講座
小児歯科におけるマネジメント
～管理栄養士・業務効率化～

歯科医院地域一番実践会
山本 峻士

1. 管理栄養士を採用する目的

すべての歯科医院で最大の課題とは？

→採用活動

コロナ禍においても今後は更に人手不足は
続いていく予想

歯科医師、歯科衛生士はもちろん歯科助手の
採用も課題

歯科医院における歯科助手採用に効果的なもの
が「 」

職域によって人気の()がある

→大手食品メーカーの求人倍率は100倍を超える
管理栄養士として活躍できる場所が少ない

→病院なども人手不足で盛り付け業務がメイン
になることも

彼女たちが希望する活躍とは？

→()

病院や保育園勤務のほとんどが全くコミュニケーションを取らない環境

歯科医院は()などコミュニケーションを通じて活躍できる環境が存在

決して全員が管理栄養士としての活躍のみを望んでいるわけではない

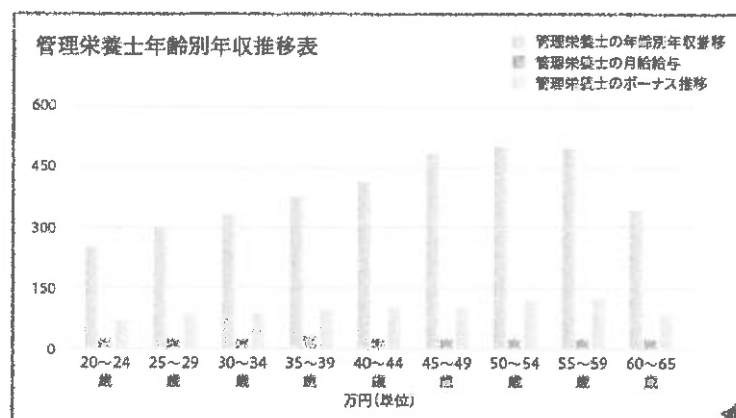
ただし全く管理栄養士業務がないのは結果的に退職に()やすい

()を取得している

→合格率はDHよりも低い

()は一つの採用における判断材料

一定の()を持っているスタッフが多い
 ()好き
 ()などにも積極的
 高卒スタッフは前職経験による
 ()がDAと同等
 採用しやすい業界



管理栄養士の()で採用を掲載する
 給与体系はDAと同様にする
 管理栄養士()を最初からつけない
 管理栄養士の()によって手当を
 つける

参考手当一覧

管理栄養士手当一覧

	啓蒙活動（院内）毎月更新	啓蒙活動（SNS）	管理栄養士業務
5,000円	院内レシピ掲載	Instagram投稿月1回	栄養指導
10000円	離乳食教室の案内	Instagram投稿月2回 or youtube投稿 3ヶ月1回	離乳食教室
15000円	矯正啓蒙資料	Instagram投稿月2回 or youtube投稿 3ヶ月1回	離乳食教室 管理栄養士セカンドカウ

入社後の()で早期退職されない方法

①DA、受付業務が()であること

②今は管理栄養士業務は()ということ

求人に掲載する

()にも再度伝える

「うちは管理栄養士業務に関して、これから一緒に作り上げるので、少なくとも最初の1年間は助手（受付）業務メインとなりますがよろしいでしょうか？」

子どもに()があるかも確認する

管理栄養士としての業務を構築した方が
()には繋がりやすい
スタッフから積極的に()があるわけでは
ないので、こちらが提案する必要がある

歯科医院での()の食事指導は難しい
→()で終わる
→必要な人は()で既に受けている

管理栄養士の()の場は小児歯科である
ただいきなり患者様向け()などは
ハードルが高い
()にわけて管理栄養士業務を作っていく

最終的には()に繋げることが()管理
栄養士活躍の目的
通常の管理栄養士としての()とは全く異なる
→「何を食べるか」ではなく「 」

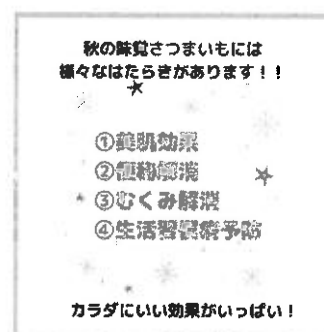
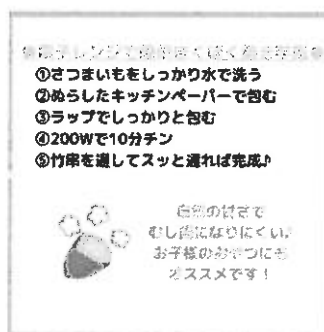
2. 管理栄養士業務のステップ

Step.1 ()

ここは経営面のメリットではなく管理栄養士の
()を優先させる

- ・管理栄養士が()していることをアピール
- ・オスメレシピ、食育についての情報を
()する

()にアップしてもらう



Step.2 ()アップ

歯科の管理栄養士セミナーに参加

まずは()から身につける

できれば管理栄養士が既に活躍している歯科
医院に()に行く

矯正治療(MRC矯正)や()などの知識を
身につける

最初は院長も()セミナーに行く

理想は()で行く

Step.3 ()としての活躍

・MFT

・MRC矯正のエデュケーター

・小児セカンドカウンセリング

・矯正相談コンサル

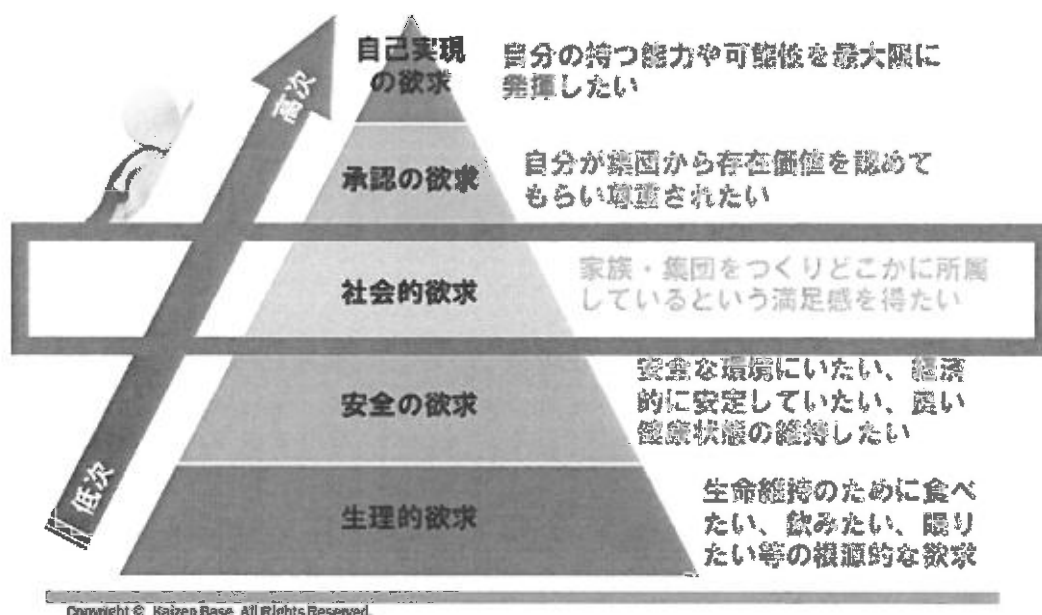
を実施

多くの管理栄養士は「管理栄養士業務」ではなく
コミュニケーションと()を求めている
・他のスタッフが行っていないことを専門的に
行ってもらうことで()を提供する

2. 欲求の5段階とは？

◆ Kaizen Base

人間の欲求は、下位の欲求が満たされると上へ上がっていく。



Step.4 ()企画、運営
()などのイベントを実施
将来の()患者さんづくり
DHからも()についての話を実施する
→()に繋げるため

院内で()を実施

最初は単発で開催する

・院内にスペースがなければ公民館などを
()実施する

継続開催出来るようになった場合、ポイントは()

院内での啓蒙を徹底

→小児初診パックに()する

→問診表で0歳児親御さんに()

→()にチェック

Instagramを活用

教室の内容を()

初診の段階で()を促す

()でも質問、予約が出来るようにする

入社6ヶ月

・DA、受付業務に専念

6ヶ月～1年6ヶ月

・Step.1 啓蒙活用

1年～2年目

・知識アップ

2年～3年目

小児TCとして活躍

3年目～

・イベント企画、運営

3. 業務効率化

人手不足は今後も続く見込み
業務(診療)()は必須

歯科医院における効率化とは？

- ①()レス
- ②()レス
- ③()(TEL)レス

小児歯科は効率化しやすい

→患者様の年齢層

①ペーパーレス

カルテ()、コミュニケーションシート
などの()

カルテ探しという最も()をゼロに出来る

院外でも()可能に

小児歯科でのペーパーレス化

→患者様配布資料

→動画、LINE活用

②キャッシュレス

受付教育は()

院長も業務を()、中のスタッフ

からも実態が掴めない

()などは費用がかかる

()などの導入

矯正()はQRコード決済にする

()決済を導入

矯正はできれば()に固める

例：日曜日

()で決済してもらう

受付は()でも診療可能になる

他の診療日が治療に()しやすくなる

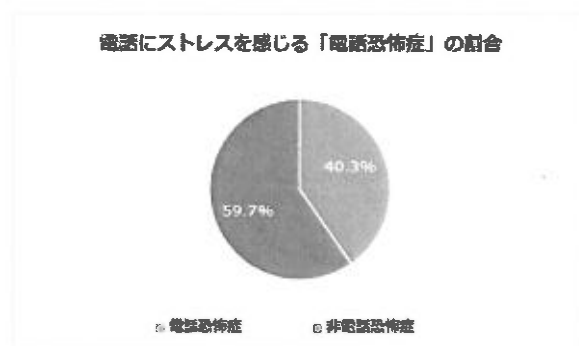
③電話レス

電話離れの()

若年層ほど電話に対して()を感じている

人が多い

受付スタッフの負担()



将来的にはすべての患者さんとのやりとりで
()を活用

まずは()からLINEのやり取りに移行
する

管理栄養士(小児TC)が()する

①日曜矯正日などの()連絡
対応

受付対応がより不要になる

キャッシュレスと組み合わせれば

日曜矯正日は()でも対応可能になる

②小児矯正(MRC矯正)のみやりとり可能にする

()アカウントの作成

()変更などのやり取りを可能にする

管理栄養士(小児TC)が担当

初めての方へ 当院からのご案内

～お子様と親御さんに知っておいてほしいこと～



〇〇歯科医院
TC 〇〇△△

今日お話ししたいこと

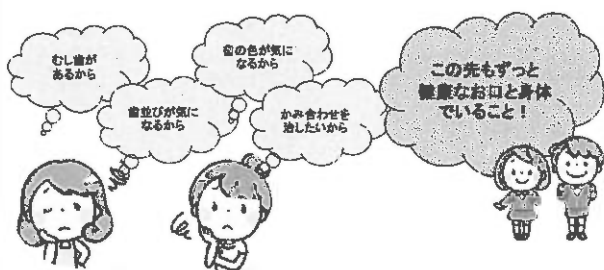


- 当院のコンセプトについて
- 大切なお子さんがむし歯に困らない人生を送るために大切なこと
- お願いごと



当院のコンセプト

●歯医者さんに行くきっかけは何ですか？



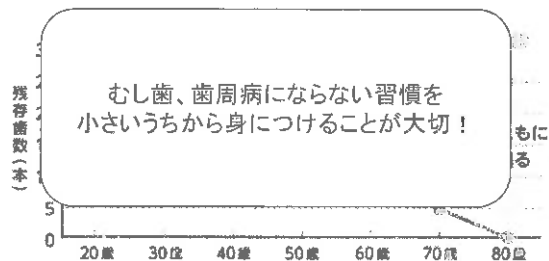
当院の

診療科目	診療時間
小児科	9:00～17:00
矯正科	9:00～17:00
口腔外科	9:00～17:00
口腔内科	9:00～17:00
口腔腫瘍科	9:00～17:00
口腔放射線科	9:00～17:00
口腔病理科	9:00～17:00
口腔再生医療科	9:00～17:00
口腔美容科	9:00～17:00
口腔予防科	9:00～17:00
口腔健康科	9:00～17:00
口腔リハビリ科	9:00～17:00
口腔研究科	9:00～17:00
口腔教育科	9:00～17:00
口腔文化科	9:00～17:00
口腔芸術科	9:00～17:00
口腔科学科	9:00～17:00
口腔技術科	9:00～17:00
口腔管理科	9:00～17:00
口腔開発科	9:00～17:00
口腔革新科	9:00～17:00
口腔未来科	9:00～17:00
口腔希望科	9:00～17:00
口腔理想科	9:00～17:00
口腔夢科	9:00～17:00
口腔未来科	9:00～17:00
口腔希望科	9:00～17:00
口腔理想科	9:00～17:00
口腔夢科	9:00～17:00



まずは

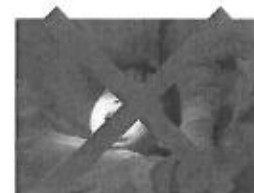
当院のコンセプト



当院のコンセプト



一番大切なことはお子さんが「歯医者さんを好きになってもらうこと」



当院のコンセプト



お子さんが小さければ小さいほど治療ができないのは当たり前です

4歳でも半分

当院は「自立できるお子さんに育つ」サポートすることを
コンセプトとしております



当院のコンセプト



トレーニング表に基づいて練習から進めていきます

キッズトレーニングノート



予防について



大切なお子さまがむし歯に困らない人生を送るためには？



フッ素の働きと使用法

フッ素には大きく3つの働きがあります。この働きによりむし歯予防に効果を発揮します。



虫歯を治す
フッ素が歯にしみこみ、むし歯の穴を埋め、歯を強くします。



むし歯を予防する
歯の表面をフッ素で覆い、むし歯の原因となる酸から歯を守ります。



むし歯を早期発見する
フッ素が歯の表面にしみこみ、むし歯の原因となる酸から歯を守ります。

予防



フッ素

3～4ヶ月に1回は
歯医者さんに通いましょう！

保護者の方へお願い



●私たちは地域のママ（パパ）さんのサポーターです

→忙しい中、歯医者さんに連れて来るのは大変…
ご来院が難しい場合、早めにご相談ください

●歯医者さんに連れてくることを怖がらないでください

→「言うこと聞かないと歯医者さんに連れて行くよ！」はなるべく言わないようにして頂けたらと思います

●お子様の歯とお口の健康についてわからないこと、

不安なことがあれば、気軽に相談してください



小児セカンドカウンセリング トークスクリプト

①導入

〇〇さん、はじめまして。

私トリートメントコーディネーターの△△と申します。

本日はいかがでしたでしょうか？ご不明点などございませんでしたでしょうか？

当院に初めてご来院いただく方にみなさまお話していることがございますので、

このあと10分弱お時間可能でしょうか？

ありがとうございます。

私からお伝えしたいことは3つございます。

まずはこれから当院に通っていただくにあたり、当院の考え方やコンセプトをお伝えさせていただきます。

また当院は予防歯科に力を入れておりまして、

お子さんが生涯むし歯や歯周病、歯並びに困らないような人生を送るための大切なことをお伝え致します。

その後簡単ではございますが、

親御さんをお願いしたいことをお伝えさせていただきます。

②コンセプト

みなさんにお聞きしていますが、歯医者さんに行くきっかけはどんなことがあげられますか？

むし歯があるから、歯並びが気になるから、歯の色（着色）が気になるから、かみ合わせが変だから

などいろいろなきっかけがあるかと思いますが、

その時に気になることを改善することも大切ですが、何よりも大切なお子さんがこの先の長い人生、ずっと健康なお口や身体でいることがなによりも大切だと思います。

ちなみに〇〇ちゃん（君）のお母様もまだほとんどがご自分の歯ですよね？

歯があるうちは、歯があることが当たり前と思ってしまいがちですが、

ご年配の患者様は声を揃えて「もっと自分の歯を大切にすればよかった」と仰っしゃります。

好きなものが食べられない、入れ歯が合わなくてストレスがたまる、周りの目が気になって

大きな口で笑えない・・・

そのように後悔している方はたくさんいらっしゃいます。

月刊誌「プレジデント」が55歳～74歳の男女1000人を対象に「今、何を後悔していますか？」

と尋ねるアンケートを実施しました。

その中の健康というジャンルでは

健康について後悔していることの第一位は、

「歯の定期検診を受ければ良かった」ということでした。

ただし、どれだけ後悔しても健康なご自身の歯が戻ってくることはありません。

実際のデータを見ていただきますと、しっかりと定期的に検診で歯医者さんに来院された方と、痛い時だけ、気になる時だけ歯医者さんに行く人とを比較すると年齢が上がれば上がるほど、自分自身の残る歯の本数に大きな開きがあるのです。

ではどうしたら、自分自身の歯を守ることができるのか？それは「習慣」が重要になってまいります。

特に小さなうちからむし歯にならない習慣を身につけることがなによりも大切になってくるのです。

③治療トレーニングの必要性

そのためにもまず、私達が最も大切だと思っていることは「〇〇ちゃん（君）に歯医者さんを好きになってもらうこと」だと考えております。行くのが嫌なところだと思ってしまうと、当たり前ですが通いたいと思ってもらうことに繋がりません。ですので、歯医者さんに無理やり連れてくる、無理やり治療するというを行うと、むし歯はなくなったとしても、結果的に歯医者がトラウマになってしまう可能性もあるのです。

ここで、〇〇ちゃん（君）のお母さん（お父さん）にお願いがあります。

治療がもしも出来なかったとしても、〇〇ちゃん（君）を責めないであげてください。

お子さんの年齢が小さければ小さいほど、スムーズに治療できる割合は少ないと言われております。4歳でもスムーズに出来る子は半分しかいません。

私達は単にむし歯の治療をしておしまいとは考えておりません。

歯医者を通じて「自立出来るお子さんに育つ」サポートをしていきたいと考えております。

つまりお子さん自身が「納得」して治療を進めていくことを第一に考えております。

そのため、当院では治療のトレーニングに行いながら治療を進めてまいります。このように歯の治療をするまでの工程を1つ1つクリアしていき、すべてクリアできればむし歯の治

療を進めてまいります。

このようなキッズトレーニングノートを使ってまいります。

基本的には同じトレーニングは3回までとしております。もしも同じ項目で3回続いてしまった場合、そこで無理に治療を進めずに、むし歯の進行を止める薬を塗り、定期検診をしていながら、歯医者さんに慣れることから始めていきます。

(笑気麻酔を使用する場合は笑気麻酔の説明をする)

このように、まずは〇〇ちゃん(君)にも歯医者さんがずっと好きになってもらうような土台作りとして治療を進めてまいります。よろしいでしょうか？

※お子さんに向けて

「〇〇ちゃん(君)はむし歯をやっつけたいと思ってるかな？」

「一緒にむし歯をやっつけようね！」

④予防の重要性

当院は予防歯科に力を入れておりまして、むし歯になってから治療をするのではなく、むし歯にさせないことがなによりも大切だと考えております。

むし歯予防の方法ってどこかで聞いたことがありますか？

お子さんのむし歯予防で最も大切なことは「フッ素」を使用するということです。

ここでは2つの予防についてお伝えしたいと思いますが、まずは定期的に歯医者さんに通い、歯医者でフッ素の塗布をすること、そしてご自宅でもフッ素入りのうがい薬を使用する習慣を身につけていただければと思います。具体的な使用方法是専門の歯科衛生士からお伝えさせていただきますが、まずはフッ素を使用することが大切であるということ覚えていただければと思います。

ここまででご不明点などはございませんでしょうか？

⑤お願いごと

最後に〇〇ちゃん(君)のお母さん(お父さん)にお願いが2点ございます。

〇〇ちゃん(君)のお母さん(お父さん)のようにご家庭のことをしながら、歯医者さんにつれてくることは本当に大変なことだと思います。ですが、ちゃんとお子さんの健康を思っ

て歯医者さんに連れていらっしやったことは大変素晴らしいことだと思います。
私達も〇〇さんのようなお子さん想いのママ（パパ）が増えてほしいと思って、日々診療を
しております。
今後も定期的に検診などにお越しいただければと思いますが、もしもご来院が難しい場合
は出来る限りで良いので、早めにご相談いただければと思います。

また、さきほどもお伝え致しましたが、まずは〇〇ちゃん（君）には歯医者さんを好きにな
ってもらうことが何よりも大切です。そのため、「言うことを聞かないと歯医者さんにつれ
ていくわよ！」などというようになるべく歯医者さんを怖がってしまうような言葉をお子
さんにかけないようにして頂くようにご協力頂ければと思います。

もしも気になること、不安なことなどございましたら、今後も当院スタッフまで何でもご相
談してくださいね。

ここまででご不明点などございませんでしょうか？

年 月 日

小児用問診表

(フリガナ)			男 女	生年月日 (満 歳)
お子様のお名前				平成 年 月 日
保護者のお名前		続柄	お子様の通う学校名	
ご兄弟	兄・姉 (人) 弟・妹 (人) 一人っ子			お電話番号 ()
ご住所	〒			緊急連絡先 ()

どうなさいましたか	☐ ムシ歯の治療をしたい ☐ 歯肉炎の治療をしたい ☐ 歯並びが気になる ☐ 歯ぐきから血が出る ☐ 検査をしてほしい ☐ フッ素を塗ってほしい ☐ その他 ()			
どこがお痛みですか	左上	上前	右下	☐ 歯 ☐ 歯肉
痛み方は	左下	下前	右下	☐ あごの関節 ☐ その他 ()
これまでの病気に かかったことはあります か	☐ 今日のはじめて ☐ 数日前から ☐ ずっと痛い ☐ 時々痛い ☐ ズキズキ痛い ☐ なんとなく痛い ☐ 冷たい物がしみる ☐ 熱い物がしみる			
これまでに病気に かかったことはあります か	☐ ない あてはまるものに ☒ ☐ 心臓病 ☐ 腎臓病 ☐ 肝臓病 ☐ 糖尿病 ☐ 高血圧 ☐ ぜんそく ☐ アレルギー体質 ☐ その他 ()			
現在も通院中の方は医 院名をご記入ください	病院名 : 病名 : 担当医名 :			
今まで薬を飲んで 副作用が出たことが ありますか	☐ ない ☐ ある (薬品名 症状)			
現在飲み続けている 薬はありますか	☐ ない ☐ ある (薬品名 病名)			
麻酔の注射をしたこと がありますか	☐ ある ☐ ない			
その時異常は	☐ ある ☐ ない			
ケガをした時に血が止 まらなかったことがあ りますか	☐ ある ☐ ない			
現在の健康状態は	☐ 良好 ☐ 普通 ☐ 悪い ☐ その他 ()			
治療に対する希望	☐ 現在気になるところだけでよい ☐ 全体的に治療したい ☐ 相談して決めたい			
来院時間の希望	☐ 特にない ☐ 午前 ☐ 午後 ☐ 月・火・水・金・土			
食事に関するご相談	☐ したい ☐ どのようなものが詳しく聞きたい ☐ 興味ない			

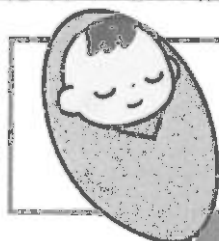
ムシ歯の原因菌

ミュータンス菌の母子感染



赤ちゃんへムシ歯菌の感染を予防しよう

ミュータンス菌の増えかた



ムシ歯の原因となるミュータンス菌は、生まれたばかりの赤ちゃんの口の中にはいません。



やがて、お母さんや周りの人の口の中にいたミュータンス菌がやってきます。



● ストロー



● 大人が使った箸やスプーン



● キス



● 口移しで食べさせる



歯が生えてこないうちは、ミュータンス菌は、住みつきません。



歯が生えてきたらミュータンス菌は、さっそく住みつきます。(生後6ヶ月～3歳までが最も感染しやすい時期です)



ミュータンス菌の母子感染を予防するには・・・

一緒に生活する上で、ミュータンス菌の感染を完全に防止することは難しいですが、まずは赤ちゃんのそばにいる周囲の人たちが、お口の中を清潔に保ち、ミュータンス菌を減らすことから始めましょう。

その中でも、お母さんのお口の健康がなによりも大切です。最も効果があり理想的なのは、妊娠期の母親の口腔ケアからお子さまへのムシ歯予防をスタートさせることです。

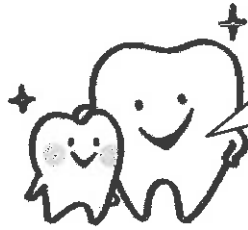
お子さまへの感染の時期が遅いほど、お子さまのムシ歯予防につながります！



矯正コンサルリスト 年 月

患者名／両親名		対応者	矯正相談日	移行	精検日	結果報告日	結果	LINE登録	備考
例	鈴木一郎	ヤマモト		○	9月20日			✓	
1									
2									
3									
4									
5									
6									
7									
8									
9									
10									
11									
12									
13									
14									
15									
16									
17									
18									
19									
20									

矯正治療をされた親御さまへ 「患者様の声」のお願い



ご協力宜しくお願い致します。。

〇〇歯科
院長 〇〇
スタッフ一同

いつもご来院頂きまして、誠にありがとうございます。
〇〇歯科では、スタッフ一同、日々全力で治療に取り組んでおります。

現在当院では、矯正治療がひと段落された親御さまに「患者様の声」のお願いをしております。患者様に喜ばれる医院を創るために、あなた様のお声が何より私たちの力となり、参考となります。

また、当院での治療をお考えの方から、「すでに治療を受けた人の意見・感想を聞きたい」というご意見が多くあります。そこで、今回いただきました皆さまのご意見を、当院での治療をお考えの方に参考資料としてさせていただきたいと思っております。

今回の趣旨にご賛同いただき、ご協力いただけるようであれば、裏面の「矯正治療を受けての感想」にご記入いただき、受付までお持ちください。

文でもイラストでも結構ですので、ご感想をお願いいたします。

なお、「文章を書くのは苦手なんだけどな…」という方は、ご記憶を頼りに以下の内容を感想文に盛り込んでいただくと、スムーズにご記入いただけます。

- ・お子様に矯正治療にしようと思ったキッカケは何でしたか？
- ・お子様に矯正治療を受ける前、どんな不安がありましたか？
- ・治療中、その不安はどうなりましたか？
- ・お子様に矯正治療をして、いまもっともよかったと思うことは何ですか？
- ・身近に矯正治療を考えている方がいたとしたら、どのように伝えますか？

※紙面やホームページに掲載する場合、お名前を載せてもよろしいでしょうか？

- ☐はい ☐匿名で ☐やめてほしい
☐匿名ならホームページに掲載してもよい



《個人情報の保護について》

ご記入いただきました情報は、当院の貴重な患者様情報として厳重に管理し、治療に関する目的のみに使用いたします。また個人情報をご本人様からのお申し出により訂正・削除いたします。

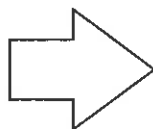
矯正治療を受けての感想

性別： 年齡： 症例：

術前

術後

お顔の写真は出ません



お顔の写真は出ません

[illegible]

ご協力いただき、ありがとうございました。

【未経験者 OK】管理栄養士として歯医者でも活躍できる♪歯科の知識も学べる環境です！

「歯科医院って管理栄養士が活躍できる環境なの？」

そうお思いの方も多いと思いますが、実は最近では歯科医院でも管理栄養士の方が活躍されている方が多いのです！

今や歯科医院はむし歯になった歯を単に削って、詰め物をして終わり、という時代から、「いかにむし歯にならない予防をしていくのか」という考え方が主流になってきております。その時に、「お口の健康」と「食事」の関連が重要と言われてきており、歯科医院でも管理栄養士さんが活躍されているところが多くなっているのです。

また、何歳になっても美味しい食事をするためには、健康な自分自身の歯でい続けるという事が大切になってきます。

それだけでなく、小さなお子さまのお口の健康と食事というものも深い関係があるので。例えば、お菓子やジュースばかり飲んでいる子は、むし歯になる可能性が高いため、出来る限りむし歯のリスクの少ないものに変えていく事をアドバイスできるのも、歯科医院で勤務している管理栄養士さんだからこそ出来るお話ですよ！また、むし歯だけでなく、歯並びと食の関係性も最近では重要になってきております。

このように小さなお子さまの大切な歯を守る為にも、管理栄養士さんにしか出来ないことがあるのです！

もちろん基本的には、治療のアシスタントや受付業務を行って頂くことがメインになってきます。そのため、歯科の知識やスキルも必要になってくると思います。

「歯科の知識がないけど、大丈夫かな？」

とお思いの方でも安心！先輩スタッフが入社3カ月はマンツーマン指導を行いますので、イチから知識を身に付ける事が出来ますよ♪

私たちと一緒に、お口の中だけでなく、患者様お一人お一人の健康そのものをお守りするサポートと一緒にしていきませんか？

【LINE 公式アカウント登録マニュアル】

1. LINE 公式アカウント開設ページよりアカウント作成

<https://www.linebiz.com/jp/entry/>



2. LINE ビジネス ID の作成

LINE 公式アカウントを開設するには、事前に LINE ビジネス ID を作成しておく必要があります。

LINE ビジネス ID とは、LINE が企業や開発者向けに提供している各種管理画面にログインするための共通認証システムで、個人の LINE アカウントまたはメールアドレスがあれば登録可能です。

LINE ビジネス ID を持っていない場合は、下記のページにアクセスし、「アカウントを作成」をクリックして作成しましょう。

この場合は、医院のアドレスで登録されることを推奨します。

LINE Business ID

LINEアカウントでログイン

または

ビジネスアカウントでログイン

アカウントを作成

LINEビジネスIDの利用については利用規約が適用されます。ログインすると規約に同意したものとみなされます。

② LINEビジネスIDについて

※「LINE アカウントでログイン」と「ビジネスアカウントでログイン」の違い

◎LINE アカウントでログイン

普段ご利用いただいている LINE アカウントでログインが可能な機能です。

LINE アプリ内でメールアドレスとパスワードの事前登録が必要です。

※必ずご利用中の LINE アカウントでログインしてください

※ログインの際に LINE アプリを使った認証が必要となる場合があります

◎ビジネスアカウントでログイン

普段ご利用のメールアドレスで登録が可能になります。

仕事で利用するメールアドレスでのご利用や、LINE アカウントを利用したくない場合にご利用ください。

LINE Business ID

LINEアカウントで登録

または

メールアドレスを入力してください。登録用のリンクをお送りします。

メールアドレス ?

メールアドレス

登録用のリンクを送信

アカウントをお持ちの場合はログイン

メールアドレスに医院のアドレスを登録する

LINE Business ID

LINEビジネスID登録用のリンクをお送りします。

登録するには[登録画面に進む]を押してください。このリンクは24時間有効です。

登録画面に進む

ボタンを押しても動作しない場合は、<https://account.line.biz/signup/email/join?token=PLjKjvWYSU-993K3KkswT2T2pc&redirectUrl=https%3A%2F%2Fmanager.line.biz%2F%2FinternalRedirect&scopes=>をコピーしてブラウザに貼り付けてください。

© LINE Corporation

登録したアドレス登録用のリンクが届きます。

リンクを押すと下記のような画面になります。

LINE Business ID

メールアドレス ⑦

登録したアドレス

名前 ⑦

名前 医院名を入力

パスワード ⑦

パスワード パスワードを入力

☐ 私はロボットではありません



登録

アカウントをお持ちの場合はログイン

名前とパスワードを入力し、LINE ビジネス ID の登録は完了。

3. LINE 公式アカウントの作成

LINE ビジネス ID を取得すると下記の画面になり、「LINE 公式アカウントを作成」アイコンから登録を行う

LINE Official Account Manager

アカウント グループ

アカウントリスト

作成

アカウントリスト

LINE公式アカウントを作成

LINE公式アカウントでは、LINEを通じて、お客様とやり取りしたり、販売促進を行うことができます。LINE公式アカウントを作成するとサービス利用を開始できます。

LINE公式アカウントを作成

アカウントが表示されない場合

LINE公式アカウントをすでに作成済みでアカウントが表示されない場合は、正しいLINEビジネスIDでログインしているかご確認ください。

ログイン中のアカウントと異なる通知設定

アカウント名に医院名を入力する。

1 会社 / 店舗情報の登録

2 入力内容の確認

3 利用申込み完了

LINE公式アカウントの作成

ログイン情報

ユーザー名 できた歯科医院 ログアウト

サービス提供国等 日本 [日本が公式プランが適用されます](#)

アカウントの基本情報

* アカウント名を入力 医院名を入力

* メールアドレス maeda-y@consultant.jp

会社/事業名 必須ではありません

業種

* 業種 医療機関・診療所 小業種

業種に「医療機関・診療所」「歯科」を入力する。

業種

* 業種 医療機関・診療所 歯科

完了するボタンを押すと LINE 公式アカウントの登録完了。

1
LINE 公式アカウントの作成

2
入力内容の確認

3
LINE 公式アカウント

入力内容の確認

アカウントの基本情報

作成したアカウント名	またはメールアドレス
メールアドレス	hasegawa@lineofficial-account.jp
会社/事業名	

業種

業種	医療機関・診療所・薬局
----	-------------

キャンセル

完了する

作成したアカウントは自動的にLINE公式アカウントに登録されます。

4
LINE 公式アカウント

5
LINE 公式アカウント

LINE公式アカウントが作成されました。

以下の内容でアカウントが作成されました。
LINE公式アカウントのサービスを利用する場合は、管理画面「LINE Official Account Manager」にログインしてください。

LINE Official Account Managerへ

アカウントの基本情報

作成したアカウント名	またはメールアドレス
業種	医療機関・診療所・薬局
メールアドレス	hasegawa@lineofficial-account.jp

よくある質問

LINE公式アカウントの作成方法、LINE公式アカウントの機能について
<https://lineofficial-account.jp/faq/>

〈第一講座〉

小児歯科セミナーの目的

長期視点

一人っ子

先行者利益

リスク

半減

複数本

想定内

マネジメント

キャリア

母性

採用

管理栄養士

バランス

午前中

頭打ち

全体

経営

スピードアップ

シンプル化

スキル

依存しない

仕組み

流れ

検診

矯正

安定化

新患マーケティング

現状分析

課題

年齢別

戦略

不十分

第一想起

イメージ

シンプル

ホームページ

デザイン

ランディングページ

PPC広告

広告設定

必須

写真

子供

一緒

テンプレート写真

モデル

タレント事務所

症例集

視覚

広告規制

症例ブログ

SEO

ユーザー

LINE

QRコード

当日中

挨拶メッセージ

すぐに来院

アポイント

ザイオンス効果

限定

院前看板

ガラス面

家族紹介

問診票

兄弟

家族

初診カウンセリング

小児初診パック

啓蒙

未就学児

午前中

年齢

キッズスペース

院外

広告

託児サービス

限定

知識

地域連携

予防教室

営業活動

アピール

想い

面会

プレゼン

感情

イベント

キッズニア

DH採用

プロジェクト化

運営

夏休み

納涼会

目的

新患

見込み

無料

帰属意識

LINE公式

ショップ

初期

管理

必須

啓蒙

フォロー

ガチャガチャ

治療

予防

きっかけ

検診マーケティング

予防

カウンセリング

セカンド

タイミング

治療後

短い時間

カウンセリングルーム

チェアサイド

予防

褒める

確約

検診	ロコミ	新規
治療トレーニング	移行率	頭打ち
目先の治療	レセコン	スタッフ
意味付け	簡素化	金額設定
クレーム	コンサルリスト	トラブル
事前	振り返り	包括料金
患者選別	フォロー	トラブル回避
コンセプト	矯正相談数	前提
意味づけ	巻き込み	料金表
基準	マネジメント状態	決裁者
笑気麻酔	院内全体意識	金額だけ
YES	ご褒美	資料
説明	勉強会	動画
確認	既存	自宅
ポーズ	基準	オンライン
ワンメッセージ	将来観測	終了患者
フッ素	タイミング	目標数
第一印象	具体化	患者選別
モチベーション	必要性	モチベーションコントロール
褒める	その場	頑張り
信頼関係	環境	チェックリスト
ばらつき	共有フォルダ	フォロー
初診動画	0	小児矯正
トークマニュアル	直接伝える	アクティビティ
チェックリスト	動画	実施率
指標	Youtube	院内
物販	LINE	復習用
フッ素洗口剤	相談会	資料
目標設定	効率化	危機感
次回アポイント	声掛け	2年制
反応率	見える化	追加
チェアサイド	デメリット	選んでもらう
同じスタッフ	写真	
バンドワゴン	模型	〈第二講座〉
省エネ	不安	管理栄養士
中断	感想文	格差
指定	安心	コミュニケーション
2択	ピックアップ	TC
大枠	終了時	繋がり
	依頼	国家試験
矯正マーケティング	事前	資格
矯正強化	診療時間外	思考力

勉強	セミナー案内
セミナー参加	借りて
給与水準	集客
職種	同封
手当	声掛け
業務内容	アポイント帳
GAP	投稿
メイン	フォロー
行っていない	DM
見学时	
関心	業務効率化
長期雇用	効率化
提案	ペーパー
成人	キャッシュ
単発	電話
民間病院	サブカルテ
活躍	電子化
イベント	ムダな時間
ステップ	電話対応
矯正	難しい
経営的	把握していない
知識	自動精算機
どう食べるか	QRコード決済
啓蒙活動	管理料
長期雇用	アプリ
在籍	同日
院内掲示	チェアサイド
Instagram	無人
知識	専念
基礎知識	加速化
医院見学	ストレス
MFT	軽減
一緒に	LINE
院内全体	小児矯正
小児TC	対応
専門性	当日キャンセル
活躍の場	アシスト1名
イベント	小児矯正専門
離乳食教室	アポイント
矯正見込み	
むし歯予防	
検診	