

## 第 7 章 簡易マーケティング

### 7-1 開業日前後のマーケティング

#### Q 7-1

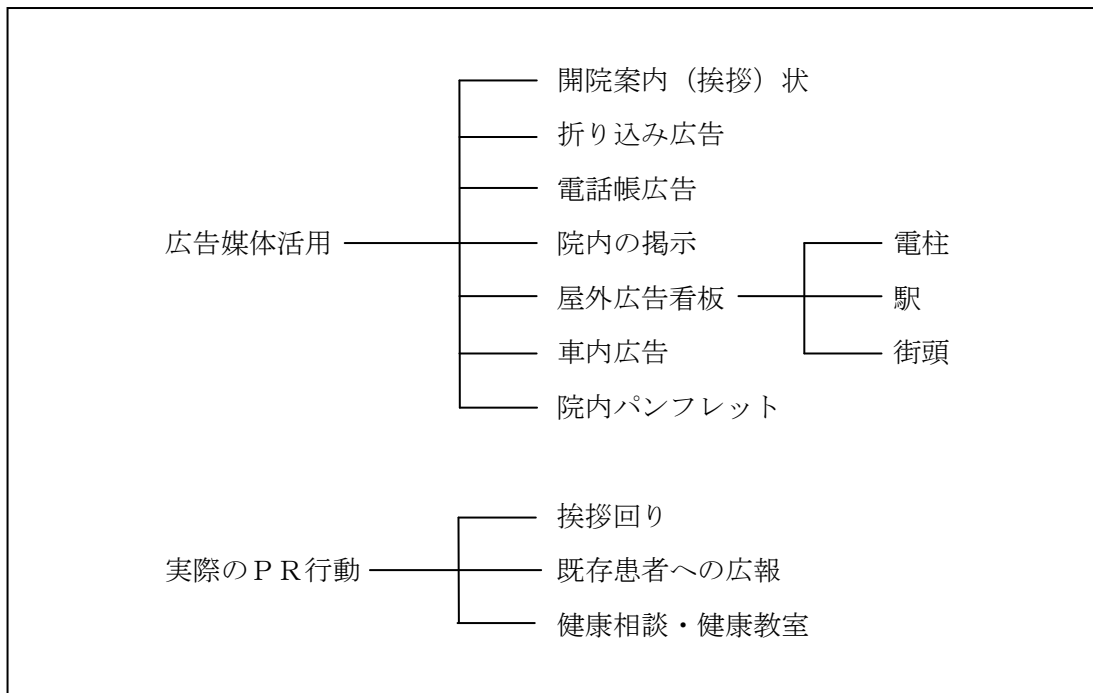
**診療所開業日前後に必要なマーケティングを教えてください。**

#### A 7-1

開院の前に新たにできる診療所を地域住民に P R していくことは開院後の運営をスムーズにするため絶対に必要なことです。院長をはじめ、スタッフ（採用していれば）、コンサルタントがその媒体の役割を果たしますが、工事関係者などの協力も忘れてはなりません。

具体的には「開業準備室」のスタッフによる個別の家庭訪問（医師会とのトラブルに注意）、チラシの配布、院内見学会（内覧会）の開催案内などをしてください。院長夫妻が率先することも大事です。院長が、この診療所をこの地で開業される決意をする時の「何か」の要素をときほぐして、そこから P R の道を開いていくことを忘れてはなりません。

開業前 P R は、認知度（A I D M A）を向上させるための活動として、次の図表のように示すことができます。



(注) A I D M A

A : A t t e n t i o n (注意)	まず自院に注意を引き付けること
I : I n t e r e s t (興味)	それは何だろうと興味を持たせること
D : D e s i r e (欲求)	それを好きだと思わせる魅力作りをすること
M : M e m o r y (記憶)	患者に記憶してもらうこと
A : A c t i o n (行動)	自院に来てもらう (受診) こと