

治療院専用：リピート率改善・20 項目診断シート

「技術はあるのに、なぜか患者さんが離れていく……」 その原因が、あなたの「技術」にあるのか、それとも「仕組み」にあるのかを診断します。

■ カテゴリー1：初診～2 回目の「信頼構築」

1. ☐ 患者さんの悩みを、患者さん自身の言葉で復唱（傾聴）しているか？
2. ☐ 「なぜこの痛みが出ているのか」を、中学生でもわかる言葉で説明しているか？
3. ☐ 施術後、日常生活で「やってはいけないこと」を明確に伝えているか？
4. ☐ 翌日までに、初診のお礼メッセージ（ハガキやLINE）を届けているか？
5. ☐ 次回予約を取る際、「なぜその日が必要なのか」という理由を伝えているか？

■ カテゴリー2：3 回目までの「離脱防止（魔の3 回目）」

6. ☐ 2 回目来院時に、前回の施術後の変化を詳しくヒアリングしているか？
7. ☐ 患者さんの趣味や家族構成など、カルテに「人柄」のメモを残しているか？
8. ☐ 3 回目までに、院長であるあなたの「プロフィールや想い」を伝えているか？
9. ☐ セルフケア（ストレッチ等）の指導を、紙や動画で渡しているか？
10. ☐ 「痛みが消えた後」のメンテナンスの重要性を、3 回目までに説いているか？

■ カテゴリー3：4 回目以降の「ファン化・固定客化」

11. ☐ 施術中以外の時間に、あなたの院を思い出してもらう「接点」があるか？
12. ☐ 季節ごとの体調変化に合わせた「お役立ち情報」を定期的に発信しているか？
13. ☐ 患者さんを「症状名」ではなく「〇〇さん」という個として扱っているか？
14. ☐ 院内の掲示物は、3 ヶ月に一度は更新されているか？
15. ☐ ニュースレターなど、自宅に届く「アナログな郵送物」を定期的に送っているか？

■ カテゴリー4：経営戦略・紹介の仕組み

16. ☐ 既存客の維持（リピート）に、新規集客と同じだけの「時間と予算」を割いているか？
17. ☐ 紹介が起きた際、紹介者への感謝を「特別感のある形」で示しているか？
18. ☐ 回数券などの「囲い込み」ではなく、「自発的な再診」を促す工夫をしているか？
19. ☐ スタッフ全員が、院の「理念（なぜこの仕事をしているか）」を語れるか？
20. ☐ 半年以上来院がない「休眠患者」へ、再診を促すアプローチを継続しているか？

診断結果は次ページをご覧ください»

【診断結果とアクションプラン】

- **チェックが15個以上：【リピートの達人】**
素晴らしい経営です。今の関係性を維持しつつ、紹介の仕組みを強化すれば、広告費ゼロでの運営が可能です。
- **チェックが10～14個：【伸びしろ十分】**
技術は信頼されていますが、「忘れられるリスク」に対策が必要です。定期的なニュースレターを導入するだけで、離脱率が劇的に下がります。
- **チェックが9個以下：【経営の危機】**
「穴の空いたバケツ」で水を汲んでいる状態といっても過言ではない状態のようです。新規集客の獲得を積極的に行うことよりも、既存患者さんとの「心の距離」を縮める施策に舵を切った方が賢明だと思われます。

診断結果を見て、少し胸がチクツとした先生もいらっしゃるかもしれません。でも、どうか落ち込まないでください。それは先生がこれまで「目の前の患者さんの施術」に120%の情熱を注ぎ、一生懸命に向き合ってきた何よりの証拠ですから。

そこで、ニュースレターの出番です。これは単なる宣伝チラシではありません。先生の専門知識や温かいお人柄を、患者さんのご自宅へそっと届ける「心の架け橋」です。

「文章を書くのは苦手だし、そんな時間は取れない……」と不安になる必要はありません。大切な友人に近況を伝えるような、体温の宿った1枚があるだけで、患者さんは「ああ、またあの先生に診てもらいたいな」と、先生の笑顔を思い出してくれるでしょう。