

患者さんウォッチではじめる、地域一番の歯科医院づくり ～患者さんの生の声に耳を傾けましょう～

前回では、「かなり細かい、患者さんの目 パートⅠ」というタイトルで、患者さんが細かなところまで気になること、それによって医院に対する評価が大きく左右することを生の声の事例をもとに確認してきました。「こんなところまで見ているのか」と感じられた方もいらっしゃるのではないのでしょうか。やはり、患者さん視点で医院経営を捉えることは大変重要です。

それでは、今回も引き続き、患者さんの生の声を見てみましょう。

今月のテーマ:かなり細かい、患者さんの目 パートⅡ

遅い時間に初診でいっても、いやな顔するどころか、「大変でしたね」と気持ちよく受けてくださいました。また、次の治療の際には、自分のつまらない世間話なども、よく覚えていらっしゃるのに驚きました。

人の第一印象はおよそ3秒で決定づけられると言われていています。歯科医院の場合、受付の方の第一印象はそのまま医院全体の評価へとつながります。第一印象を良くするポイントの一つとして、ちょっとした「気配り言葉」を投げかけることがあげられます。この生の声にも表現されているように、遅い時間帯の駆け込みでも「大変でしたね」という言葉を返しています。このひと言を発するか否かによって、患者さんの精神的負担の度合はかなり変わってきます。ある大手家電量販店では、店内でお客様から「すみません」と質問されたとき、「はい！」ではなく「いらっしゃいませ！」と返してから質問内容を聞くそうです。たったひと言ですが、後者の方が印象は良いですね。

また、「次の治療の際には、自分のつまらない世間話なども、よく覚えていらっしゃるのに驚きました」とありますが、これも大切な要素です。患者さんにとって、自分の名前や話の内容などを覚えていてくれていると、「ああ、自分のことを気に掛けてくれているんだ」と感じ取るものです。患者さんは「患者さん」であるとともに「感情を持った人間である」ことを再認識してみましょう。

私は足が悪い為、チェア - を倒される時にとても敏感になります。ここのスタッフの方はさりげなく気を配ってくださるので、治療前に気持ちがとても落ち着くことができます。

このスタッフの方は、共感性・感受性が高いといえます。この「さりげなく気を配る」ことができるかどうか大切です。このためには、常にアンテナを伸ばし、患者さんを「見る」だけでなく「感じる」ことが求められます。そこでご紹介したいのが EQ と

という言葉です。EQとは「Emotional Intelligence Quotient」の略で、直訳すると「情動の知能指数」となり「心の知能指数」とも言われています。具体的には、周囲の人の気分や欲求をとらえ、それに対する適切な行動をとる能力であり、人間の知性の一部とされています。例えば、電車の中で本を読んでいるとしましょう。高齢者の方が自分の前に立ったとき、EQの高い人は状況をすぐに察知し、「どうぞ」と声をかけて席をゆずります。一方、EQの低い人は、その高齢者の存在に全く気づくことなく本を読み続けます。

来院される患者さんは、あまり気分の優れない方、身体の一部に障害を持つ方などさまざまであり、当然ながら一人ひとり異なります。したがって、今までよりさらに一步、患者さんに近づき（物理的距離ではなく心の距離です）その方の気分や欲求を汲み取った対応（つまりEQが高い人のとる対応）ができるよう医院全体で取り組んでいきたいものです。ちなみに、これはマニュアル化できないことです。歯科医師や歯科衛生士の先生をはじめスタッフ一同、自身の身体に染み込ませていくしかありません。

歯科助手、受付の方もあまり良い感じではなくて、とんでもなく濃いお化粧品に茶髪。清潔感は全く無いです。

まずは「とんでもなく濃いお化粧品に茶髪」に着目したいと思います。「おしゃれ」と「身だしなみ」の違いをご存知でしょうか。「おしゃれ」というのは自分自身が楽しむ装い、「身だしなみ」というのは、その状況に合った、かつ相手の人が心地よく接せられるような装い、をいいます。一般的にビジネスの場では、「おしゃれ」と「身だしなみ」の割合は1対9または2対8とされています。つまり、大方が「身だしなみ」なのです。来院される患者さんはどのような方なのか（年齢、性別、性格 etc.）をしっかりと把握し、それを踏まえた「身だしなみ」をスタッフの方々が心掛けるよう働きかけていくことが大切です。

次は「清潔感は全く無いです」という表現、既にご存知のとおり、歯科医院は清潔感が非常に強く求められる業種です。患者さんは医院全体に清潔感を求めてきます。したがって、受付が「清潔感ないな」という印象を持たれてしまう場合、それは受付に留まらず、医院全体の評価にまで及んでいきます。徹底している歯科医院は、目に見えるところはもちろんのこと、目に見えないところまで高い清潔度を保っています。

患者さん視点で今一度、院内を総チェックしてみましよう。

編集・発行 株式会社タップクリエート
創造経営研究センター
〒162-0065 東京都新宿区住吉町 2-18 ウィン四谷 907
TEL : 03-3341-1636 FAX : 03-3341-1687
E-mail : sozoken@sozoken.com
URL: <http://www.sozoken.com>

本原稿はクインテンス出版「歯科医院経営」2006年3月号に掲載されました。