

2016年5月6日

一般社団法人  
日本美容歯科医療協会  
メルマガ

<http://jcd.jp/>

世間ではこの週末までGWですが、多くの歯科医院ではこの3連休で、日常業務に戻っていただけるのではないのでしょうか。

さすがに5月の連休を迎えますと、半そででもいいような気候になってきますね。

本日は、あえて似合わないキャッチコピーのご紹介と、ホワイトニング新患倍増計画のお話、そして新盤DVDのご紹介です。

jcd

歯科で使えるキャッチコピー例 第2期-3(前回の22に続き)

元ネタ:メルセデスの嘘

(メルセデス日本)

ダウンフレーム:〇〇の嘘。

応用例)インプラントの嘘

応用方法:待合室のポスターや説明書。

「インプラント」というと、絶対的な信頼の元で行う治療ですが、あえてここでは「嘘」という、似合わない言葉を入れてみました。

キャッチコピーは、文字通り「キャッチ」すなわち、読ませるための見出しですから、この後に、先生方の主張を入れればいいわけです。

- ・術後の管理をしっかりとしないとダメになること。

- ・誰にでもできる治療ではないということ。

- ・事故などの誤った情報に左右されないこと。

などなど。

「インプラントについて」という見出しよりも「インプラントの嘘」という見出しの方が、ずっと関心を引きますね。

jcd

#### 【ホワイトニング新患倍増計画】

ホワイトニングの新患の伸びに悩んでおられる先生方が非常に多いです。

- ・最新のやり方を導入したのにやってくれない。

・キャンペーン価格を設定してもその場限りで続かない。

実は、ホワイトニングの位置づけに大きな問題があります。まず、価格。どんなに最新の方法や薬剤を使っても、患者数が伸びない最大の理由は「高い」からです。

では、価格を下げるにはどうするのか？その方法は1つしかありません。ホームであれオフィスであれ、1回のコストをワンコイン500円以下に抑えない限り、価格破壊は無理です。

で、価格破壊したら儲けが少なくなるのでは？？と考えるところから、まず思考のOSを再インストールする必要があります。ここから先は、ホワイトニングをメンテナンスのシステムに組み込むのです。

弊協会の「唾液腺・咀嚼筋マッサージ」セミナーでは、特典講座として、このカラクリをお教えしています。また、訪問セミナーによるホワイトニングシステムの再インストールにより、まずは月に1人だったホワイトニング新患を、週に1人を中間目標にし、最終的には、週に2~3人の新患を達成させます。

ただしこの方法には弱点があります。それは「メンテナンスも含め、自由診療をメインに行っているクリニックでは導入しにくい」ということです。

逆に、「保険患者8割以上」のクリニックの方が、導入しやすいということ。ぜひ受講してみてください。

<http://jcd.jp/from%20oral%20tougou/estheseminer.html>

jcd

【新盤DVD発売のお知らせ】←全症例実演デモ映像付

・統合歯科治療実践マニュアル第1巻～第4巻

⇒咀嚼・口腔機能の維持改善のための口腔ヒアルロン酸治療

⇒咬合力適正化・顎運動制御のための歯科ボツリヌス治療

⇒栄養学・生化学いらすの歯科栄養サポート外来導入法

⇒統合歯科治療を行う際に知っておきたい制度面の問題

(これには、特典内容として、クレーム対策10か条とアンガーマネジメントが入っております)

\*詳しくは、弊協会HPをご覧くださいませ。また、各巻のプロモーション映像をご覧ください





jcd

メルマガのバックナンバーは下記のサイトからダウンロードできます。

<http://jcd.jp/from%20oral%20tougou/merumagaback.html>

---

編 | 集 | 連休後半は、半そででもいいくらいの気候になりましたね。

早いもので今年も3分の1が終わりました。

後 | 記 | そろそろ被災地のためにお金を使う時期になってきたと思います。

次回も、キャッチコピーとともにメルマガをお届けいたします。。

〇●〇●■□■□101-0052

●〇●〇■□■□東京都千代田区神田小川町3\_10Sビル駿河台3F

〇●〇●■□■□一般社団法人日本美容歯科医療協会

●〇●〇■□■□03-5843-3615