

“十三五”国家重点出版物出版规划项目

图解服务的细节

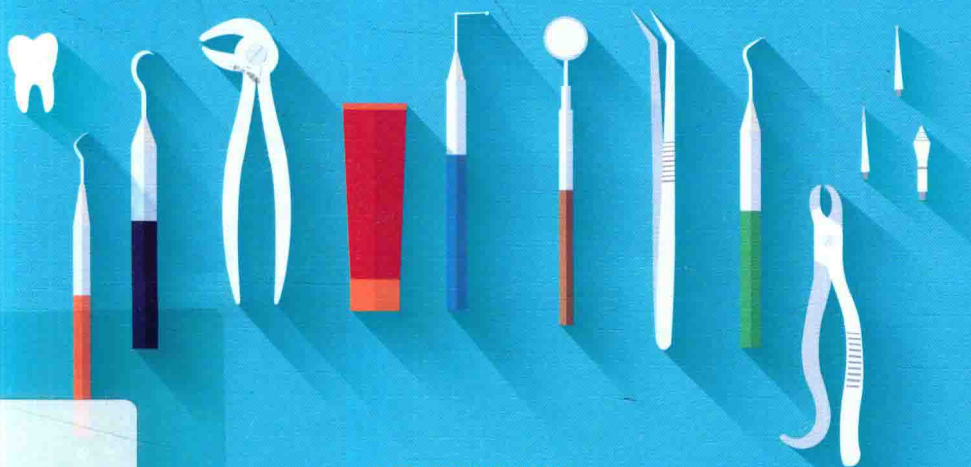
059

成功する歯科医院経営88の法則

口腔诊所 经营88法则

引领数百家口腔诊所走向成功的日本口腔经营之神的策略
经营口腔诊所，就是经营管理者、员工、患者的幸福感

[日] 西尾秀俊 著 柳小花 译



人民东方出版传媒
People's Oriental Publishing & Media
 东方出版社
The Oriental Press

图解服务的细节

059

成功する歯科医院経営88の法則

口腔诊所 经营88法则

[日] 西尾秀俊 著

柳小花 译

人民东方出版传媒
People's Oriental Publishing & Media



東方出版社
The Oriental Press

图书在版编目 (CIP) 数据

口腔诊所经营88法则 / (日) 西尾秀俊 著; 柳小花 译. — 北京: 东方出版社, 2017.
(服务的细节; 059)

ISBN 978-7-5060-9837-3

I. ①口… II. ①西… ②柳… III. ①口腔科医院—经营管理 IV. ①R197.5

中国版本图书馆CIP数据核字 (2017) 第184919号

Seikousuru Hakaiin Keitei 88 no Housoku
by Hidetoshi Nishio

Copyright © 2014 Hidetoshi Nishio

Simplified Chinese translation copyright © 2016 Oriental Press,
All rights reserved

Original Japanese language edition published by Masterpeace Co., Ltd.
Simplified Chinese translation rights arranged with Masterpeace Co., Ltd.
through Beijing Hanhe Culture Communication Co., Ltd.

本书中文简体字版权由北京汉和文化传播有限公司代理
中文简体字版专有权属东方出版社所有
著作权合同登记号 图字: 01-2017-4779 号

服务的细节059: 口腔诊所经营88法则

(FUWU DE XIJIE 059: KOUQIANG ZHENSUO JINGYING 88 FAZE)

作 者: [日] 西尾秀俊

译 者: 柳小花

责任编辑: 崔雁行 吕媛媛

出 版: 东方出版社

发 行: 人民东方出版传媒有限公司

地 址: 北京市东城区东四十条113号

邮 编: 100007

印 刷: 北京京都六环印刷厂

版 次: 2017年10月第1版

印 次: 2017年10月第1次印刷

开 本: 880毫米×1230毫米 1/32

印 张: 7.5

字 数: 90千字

书 号: ISBN 978-7-5060-9837-3

定 价: 45.00元

发行电话: (010) 85924663 85924644 85924641

版权所有, 违者必究

如有印装质量问题, 我社负责调换, 请拨打电话: (010) 85924602 85924603

前言

我对现在的口腔医疗行业有一些感触。

就是“口腔诊所能够让更多的人获得幸福，但是患者却不愿意来诊所，非常可惜”。

那么，为什么没有更多的人来口腔诊所呢？

因为口腔诊所成了很多人“不想去的地方”。

为什么不想去呢？

因为很多人认为“口腔诊所只是进行治疗的地方”。

并且，医生自己也营造了“患者不愿去”的氛围。

医生们掌握着精湛的技术，却没有将其具体地渗透到

大家的思想中去，所以没人来。而且，诊所之间还在相互争夺着那些丝毫不愿意来的少数患者。

这是为什么呢？

因为没有“告诉”大家。不被大家知晓的好东西，没有任何意义。

“那家口腔诊所在进行怎样的治疗、实施什么样的手术？”“那种治疗、手术能给患者带来怎样的幸福？”

实际上，如果将这些信息告知大家的话，口腔诊所肯定会门庭若市，人们也必定能够幸福。患者们能够幸福，口腔医生们也能够幸福。

人会聚集到“自己觉得幸福的地方”。这在口腔医疗行业也不例外。

牙齿健康，人会变美。口腔健康、牙齿美丽有利于增加自信，提高与他人的交流能力，能够更加健康、愉悦地生活。也就是说，能够提高人们的 QOL（生活质量）。

与其争夺那些不情愿来诊所的患者，不如想办法增加那些愿意主动来诊所的人。

为此，口腔诊所必须告诉人们“口腔诊所是非常美好的地方”，这样人们才会有所反应。那么，怎样把一些信息恰当地传递给大家呢？

本书将告诉你答案。

人离世之后，能够带到另一个世界的只有“满足感”，其他的什么都带不去。满足是什么？是生前的“愉悦他人”，是让更多的人，哪怕是多一个人意识到自己的存在。这对人来说，才是最大的幸福。

在这件事上金钱毫无用处。既然如此，为什么金钱又是必需的呢？因为金钱增加了更多让人高兴的“手段和方法”，能够带给更多的人欢乐与幸福。除此之外，金钱没有任何作用。

而且，金钱会自然地流动到那些“能够将金钱有效应

用于社会”的人的手中。

本书想传达给读者的不只是“这样的医生成功了”“如何才能成功”这些简单的信息。

我想告诉大家的是“怎样将医生、工作人员美好的一面传达给人们”。

口腔医疗行业还有巨大的可能性深眠于看不见的地下。

本书若能指引各位挖掘这些可能性，我将不胜荣幸。

西尾秀俊

目录

前言 /001

第1章 Impression (印象 & 形象创造)

- 1 善于形象创造 /003
- 2 大力清扫门口 /005
- 3 在候诊室安装大型壁挂电视 /007
- 4 在候诊室摆设应季的装饰 /009
- 5 不在候诊室放置院长读过的杂志 /011
- 6 不张贴破损、褪色的传单或通知 /013
- 7 厕所干净 /015
- 8 注意气味 /017
- 9 注重细节 /019
- 10 制作口腔诊所独创的海报 /021

- 11 制作口腔诊所独创的 DVD / 023
- 12 口腔医生出版书籍 / 026
- 13 讲故事 / 028
- 14 在口腔医疗设备投资上下大力气 / 030
- 15 最新设备的引进率高 / 032
- 16 将诊所开在临街一楼 / 034
- 17 争做地区规模最大的口腔诊所 / 036
- 18 将口腔诊所开设在竞争激烈的区域 / 038
- 19 引入 24 小时预约体系 / 040

第 2 章 Communication (交流)

- 20 善于倾听 / 045
- 21 善于让别人说话 / 048
- 22 提问能力强 / 050
- 23 懂得赞扬的力量 / 052

- 24 尝试了解对方 /055
- 25 患者不同，对策不同 /057
- 26 不是迎合患者，而是让患者认同 /059
- 27 让患者感觉“这位医生像我的亲人一样” /062
- 28 掌握咨询服务的基本知识 /065
- 29 认识到初次咨询的重要性 /067
- 30 “手术质量”和“信息战略”双管齐下 /070
- 31 借助于“防御本能”和“欲望” /072
- 32 如同对父母解释一样 /075
- 33 明白人会为幸福感埋单 /077
- 34 比起长度，更重视次数 /079
- 35 展现良好的人品 /082
- 36 掌握“怨言法则” /085
- 37 持有多种自费就诊的说明工具 /087
- 38 通过推荐提高货品销售额 /089

第 3 章 Management (员工&机构管理)

- 39 员工面试时的标准不同 /093
- 40 员工朝气蓬勃、笑容满面地工作 /095
- 41 同事之间好好寒暄 /097
- 42 激发员工的干劲儿 /099
- 43 院长善于发现员工的优点 /101
- 44 果断辞退不受控制的员工 /103
- 45 员工都是个性化演员 /105
- 46 明星扮演 /108
- 47 员工离职率低 /110
- 48 为员工举办生日宴会 /112
- 49 员工愿意在自家诊所进行口腔治疗 /114
- 50 在员工房间张贴“销售额推移图” /116
- 51 员工认识到口腔诊所是为社会做贡献的地方 /118
- 52 不用“斥责”与“金钱”驱动员工 /120

- 53 让员工得到成长 /123
- 54 通过引导促进变化 /125
- 55 经营者爱员工 /128

第4章 Philosophy (哲学 & 理念)

- 56 拥有深刻的哲学 /133
- 57 树立目标, 坚信“达成目标非常简单” /135
- 58 明确目标与目的的差异 /137
- 59 理解“因果法则” /140
- 60 有明确的“人生设计” /143
- 61 不感叹、不抱怨现状 /145
- 62 直面现实 /149
- 63 时刻保持口腔诊所应有的姿态 /151
- 64 失败无数次 /153
- 65 不找做不到、不做的借口 /156

- 66 只言未来，不讲过去 / 160
- 67 感觉“自己和口腔诊所都发生了较大的变化” / 164
- 68 能从多角度了解事物 / 167
- 69 不执着于战胜其他口腔诊所 / 169
- 70 肯定“变化” / 171
- 71 有敢于冒险的勇气 / 173
- 72 不在意“坏话”，关注“赞扬的话” / 176
- 73 拥有“胆怯之心” / 178
- 74 认识到“危机 = 机会” / 180
- 75 做好觉悟，下定决心 / 182
- 76 脱离心理限定 / 184
- 77 放大自己的器量 / 187

第 5 章 Love & Thanks (爱与感恩之心)

- 78 认识到自己是“花” / 191

- 79 重视父母 /193
- 80 感到“让患者高兴，真好” /195
- 81 充满谢意 /197
- 82 充满关怀 /199
- 83 心怀敬意，懂得体贴 /201
- 84 思考能为对方做什么 /203
- 85 从“人们想要什么”出发构思理论 /205
- 86 保持饥饿、保持愚蠢 /207
- 87 理解“经营是生存的方式” /209
- 88 拥有不求回报的爱 /212

第1章
Impression

(印象 & 形象创造)

成功的口腔诊所注重
“印象 & 形象创造”

1 善于形象创造

善于形象创造的口腔诊所，在吸引患者方面比较成功。

患者首先注意到的是口腔诊所的形象，即第一印象。也就是说，口腔诊所的形象会左右它的患者数量。

很多人认为“口腔诊所的好坏是由‘手术水平的高低’决定的”，因此只想请技术水平最高的医生，用最先进的设备，尽量在保险报销范围内治病。