

物販だけで毎月100万円売り上げる

Start up!! 待合室 マーケティング®

【著者】中原維浩(医療法人社団栄晶会 理事長)

待合室からの医院革命!

先生方それぞれに、理想とする歯科医院像があると思います。しかし、来てほしい患者さんに理想的な治療を提供するためには、歯科医師と患者さんにギャップがあってはなりません。“待合室マーケティング®”は、待合室の掲示物や物販ディスプレイを活用して、物販売り上げとともに患者さんのデンタルIQを高め、ギャップを埋めることを目指します。本書では、患者さんへのセルフケアグッズの勧め方、効果的な物販ディスプレイの構築法、物販ディスプレイを中心とした実例紹介などが、わかりやすく解説されています。

〈B5判・80頁・オールカラー 本体4,500円+税〉

詳しい情報は
こちら



CONTENTS

第1章 待合室マーケティング®の意義

- 物販の役割 いま一度考えてみませんか?
- 物販エリアの改善 どこから手をつける?
- 待合室を科学する ニューロマーケティングと行動心理学

第2章 アイテムを知る者が物販を制す

- 患者さんの心を掴みやすいグッズって?
- 歯ブラシ処方時の注意点
- 侮れない歯ブラシ以外の物理的清掃用具
- 歯磨剤の基本を知ろう!
- 歯磨剤・洗口液の成分表示の見方・考え方
- 唾液検査の活用方法
- 唾液検査をグッズの処方に繋げよう!
- 口臭が気になる患者さんへのグッズの処方

第3章 効果的なディスプレイが患者の購入意欲を高める

- ディスプレイを変える7つの法則
- 効果的なPOPの作成法と活用法

第4章 事例紹介

- 商品の魅力が伝わらないと、患者さんは買ってくれない!
- どこに何を置くか? すぐにわかるように配置しよう!
- モニターの下など、デッドスペースを有効活用しよう!
- 製品とポスターのバランスを考えよう!
- おしゃれで可愛いのが、なぜか売れないディスプレイ
- あまりゴチャゴチャ置きたくない! インテリアとの見事な調和

