

Management Club Report

May.2024/Vol.257

Monthly Opinion 《新人育成は優良顧客増大の基》

4月から6月にかけては、毎年『新人研修』を開催してきましたが、2020年から3年間は新型コロナウイルス感染症の流行に伴い、会場での開催に変わってリモートでの開催を余儀なくされました。その後、感染症の終息と共にようやく昨年からは一部会場開催を復活。今年は従来と同じ盛岡、東京、名古屋、大阪、福岡での会場開催を行うこととなり、順次開催しております。

また、今年は新しい試みとして、『新人育成セミナー』をリモートで開催することにしました。これは、新人を迎え入れる歯科医院組織の在り方や、新人を指導する立場となる既存スタッフやドクターがリーダーとしてどうあるべきか、その心構えについてお伝えするものです。既に4回行いましたが、その内の2回は個別歯科医院での単独開催で、それぞれ全員が受けてくれました。

この『新人育成リモートセミナー』は、新人の早期退職が目立つ昨今の情勢から、新人研修も大事ですが、寧ろ受け入れ側である歯科医院の受け入れ態勢をしっかりと構築することのほうが先決ではないかとの考え方に立って組まれたセミナーです。このセミナーを組み立て、実際に行い、受講者の方の感想を聴くに従って、当然と言えば当然のことですが、新人に魅力と意欲を与えられる歯科医院は、受診者に対しても魅力と意欲を与えることのできる歯科医院であることがより明確になった気がしました。新人がすぐに辞めてしまうようでは結局受診者も長続きしないのです。その辺りを少し深く考えてみましょう。

1

受診者と新人の育成は歯科医療スタッフの責務

『新人育成リモートセミナー』のメインテーマ

2時間のリモートセミナーの前半は、歯科医院組織を支える価値観に多くの人を魅了する美意識が存在するかどうかをメインテーマとしています。そこで働く人は勿論、医院に価値を求めてやってくる受診者がその美意識に共感するかどうか大きな分岐点になるであろうことを説いています。

それは、医療技術、IT技術の発達により合理的価値に差異が生じない標準化現象が起きている中で、「この歯科医院でなら自分のやりがい満足させられ、幸福を獲得できる」と思える新人が生まれると同時に、「この歯科医院となら自分の健康幸福ライフの頂点を目指せる」との信頼を寄せる受診者が誕生するかどうかの分かれ目であると思うのです。

歯科医院経営にとって大切なことは、何人の来院者を集めるかではなく、自