Management Club Report

Mar.2020/Vol.207

Monthly Opinion ≪歯科医療従事者の幸福度測定≫

2020年になって早くも3か月が経過しようとしています。2020という節目の年でもあり東京オリンピックで盛り上がるべき年が、新型感染症の世界的広がりによって予想だにしなかったスタートを切ってしまいました。院内感染を恐れる患者心理は通院へのためらいを生んでいますが、呼吸器疾患とは縁遠い歯科医院といえどもその影響を少なからず受けているようですし、マスクや消毒液の不足は深刻さを増していると聞き及んでいます。一日も早い事態の収束と新型コロナ感染症終息宣言の発布を待ち望むばかりです。

さて、そのような事態が続く中ではありますが、私どもでは今月の7日8日に予定しておりました『新人教育指導担当者ミーティング/1泊2日合宿研修』を延期した以外はほぼ計画どおりに業務を進めていくことができております。健全経営を整斉と進めておられる多くのお客様に感謝申し上げる次第です。

1月より、今年のテーマである『顧客幸福を高め、従事者幸福を高める』を追求すべく、何軒かの歯科医院で院長はじめ勤務医スタッフの方たちの幸福度測定を行っております。今月号はその測定結果を検証しながら、歯科医院の幸福度を高めるための糸口について、現状での研究成果をまとめてみることに致しました。道半ばどころか、緒に就いたばかりのことですので成果と言うほどのものはありませんが、感じていることを述べて参ります。

1

顧客満足の真の満足者とは誰か

-様ではない顧客満足度

歯科医院には口腔内に問題を持つ人が問題解決を目的に来院しますが、その人の症状、問題意識、あるいは価値観の違いによって歯科医院への期待感は異なります。更に、期待感や期待値の相違に加え、職業や趣味、生活形態、そして対人関係性向、極端に言えば人間性の違いなどによって歯科医院への受診態度に様々な差異を生み出しています。

そのように極めて多岐に亘る受診者層に対して、「歯科医院の受信者が求める "顧客満足"はこれだ」と決めつけてしまうことには、そもそも異論があります。 歯科医院における顧客満足とは、全般的、あるいは平均的な指標で測れるもので はなく、極めて個別的なものであるべきと考えるからです。