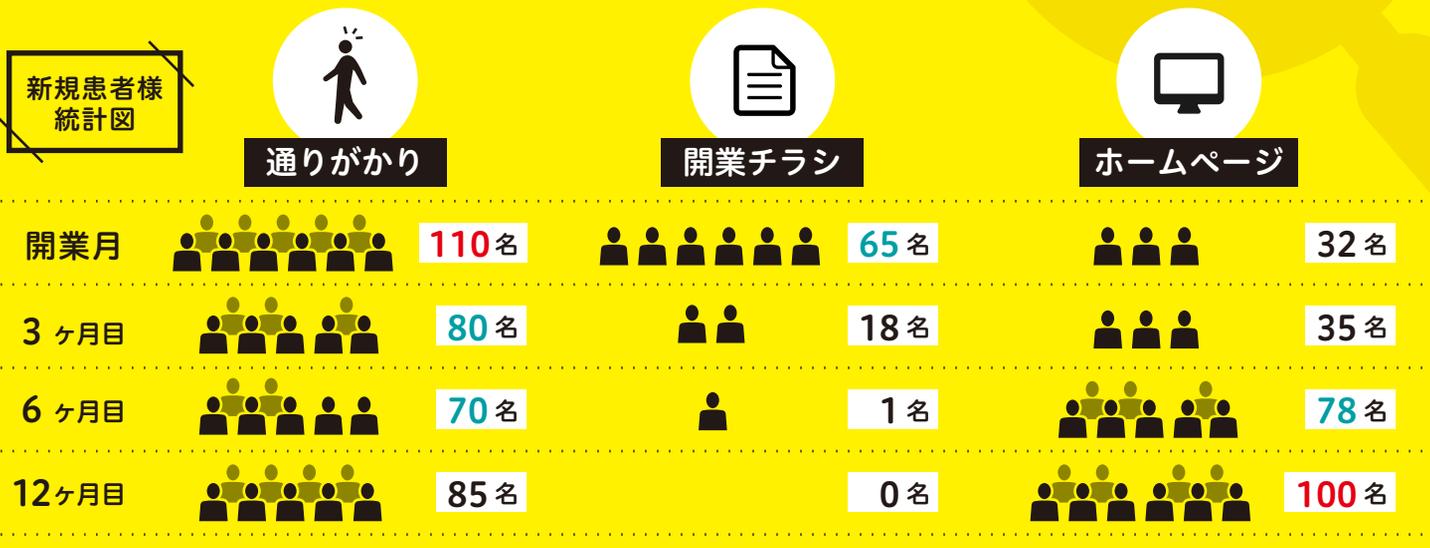




# クリニックのホームページは有効なツールであるか？

弊社は新規開業や事業承継、移転、リニューアルに伴うクリニックの集患対策のお手伝いをしております。  
突然ですが、**クリニックに来院する動機**はどんな方法が多いと思いますか？  
あるクリニック様で新規患者様が何をみて来られたか、統計をとらせて頂きました。



看板などに目が留まって、そこにクリニックがあると認知して来られる方です。こちらは年中通して多くの新規患者様が来られていることがわかります。

診療圏の周辺地域にクリニックを開業したことをお知らせするチラシとなります。開業前の配布のみと決まっている為、開業後は徐々に効力は落ちてきます。

作る時期にもよりますが、公開当初は検索サイトで表示されにくいこともあります。徐々に「通りがかり」の新規患者数よりも多くなっていくものです。



全てのホームページが上記のような結果が出せるかと言えば、**違います**。  
ホームページの作り方は、下記の3つに大きく分けられます

	露出力(検索)	誘引力(集患)	独自性	文章作成	手軽さ	更新(手間)
① 自作	×	×	○	×	×	×
② テンプレート	△	△	×	△	○	△
③ オリジナル	○	○	○	○	○	○
	初期SEO対策	デザイン・誘導	強みを引き出す	ライティングサポート	委託・知識いらず	更新サポート

皆様のホームページは、集患対策に有効活用されていますか？  
今回は、検索ワードについてご案内させていただきます。



株式会社HERO innovation  
福岡支店 Promotion事業部 延塚 裕次 (のぶつか ゆうじ)  
1979年生まれ。大手小売流通業のIT会社に入り、企画・コンサル・営業・保守と多岐に渡り、従事してきたが、もっと社会貢献したいという意思で、医療専門の広告会社HERO innovationに転職。現在は多くのクリニックに、より良いご提案ができるよう、日々ひたむきに勉強中。知り逢えた人達を“笑顔”にすることが生きがい。

