원키우미
ONE GROWTH

2025.01.17.Friday

“저희 병원 잘 오셨어요.”

# 초진고객을 위한 강점 안내

원키우미 시크릿_네이버 프리미엄 콘텐츠

# 목차

2025년 원키우미 시크릿 1월 교육
초진고객을 위한 강점 안내


2025 의료시장의 변화

고객에게 줄 메세지

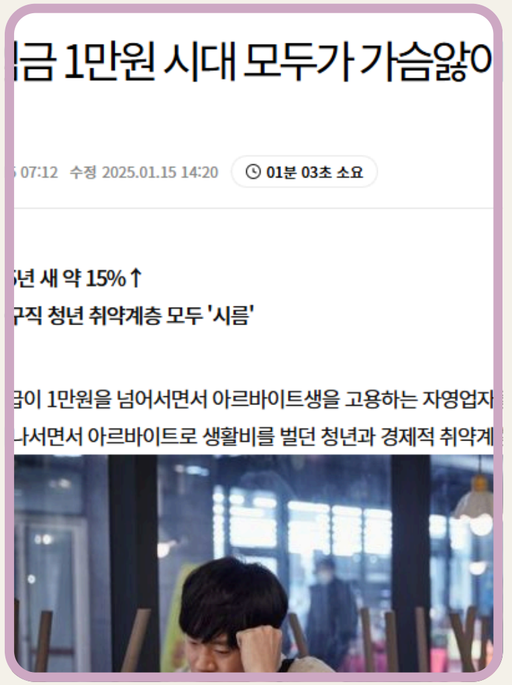
우리 병원 강점 찾아내기

우리 병원 강점 어필하기

# 2025년, 위기 속의 기회를 잡아라!

비급여 관리,
실손보험 개혁

사직 전공의들이
개원가로




최저인금 1만 30원

# 2025년, 위기 속의 기회를 잡아라!

## 비급여 관리 실손보험

**관리급여**
**(도수치료등)**

실손보험 유무 확인 불가 등
거론중

## 개원 러쉬

**개원 필수 인력의 조정**
**(데스크1, 보조1)**

액팅을 하는 직원들에 대한
수요 증가

## 최저인금 1만 30원

**직원 증원에 대한**
**보수적 접근**

AI 문진 등의 기술
도입 가속화

# 亂世之英雄

1 내부가 튼튼하지 않으면 경쟁에서 즉각적 도태

2 자신의 능력에 따라서 얼마든지 인정 및 성장이 가능한 시장

# “ 저희 병원 잘 오셨어요.”

[ 우리병원 고객 타임라인]

내원 — 5분 — 10분 — 20분 — 30분

2024년 3월 ‘이미지메이킹’ 부터 ‘맞이’ 와 5월 ‘접수’ 에 해당 되는 접점

**5분 : 우리 병원이 “무엇 WHAT”인지 인식 시키는 황금 시간**

**10분 : 우리 병원의 배경과 고객의 치료 목표 설정에 집중해야 하는 시간**

# 첫째, 병원 전체 경험에 대한 한 문장 만들기

1. 우리 병원 이용 고객들의 리뷰 (네이버 플레이스 리뷰, 홈페이지 리뷰, 서면 리뷰, 고객 만족도 리뷰 등)를 데이터화
2. 데이터를 챗GPT등 AI에게 공유
3. 우리 병원의 경험에 대한 고객 인식에 대한 '워드클라우드' 요청하기
4. 결과물을 통해서 하나의 캐치 프레이즈 만들기

[ 사례. 00 병원 고객 만족도 조사 결과]

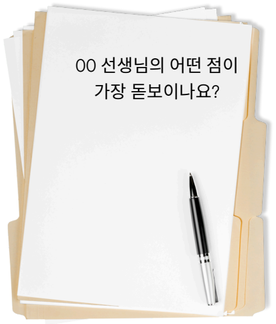
"친절함과 정성을 담은 진료"
"작은 배려와 세심한 치료"
"깨끗한 시설, 신뢰할 수 있는 치료"

[ 캐치 프레이즈 샘플]

# 둘째, 우리 병원 인력의 장점 찾기

기존 리뷰 등에서 담당 선생님에 대해서 고객이 장점으로 칭찬한 내용을 데이터화

구성원끼리 무기명으로 **“OO 선생님의 어떤 점이 가장 돋보이나요?”에** 답변하게 합니다.




각각의 구성원의 장점에 대해서 교류하고, 공감을 이끌어 냅니다.

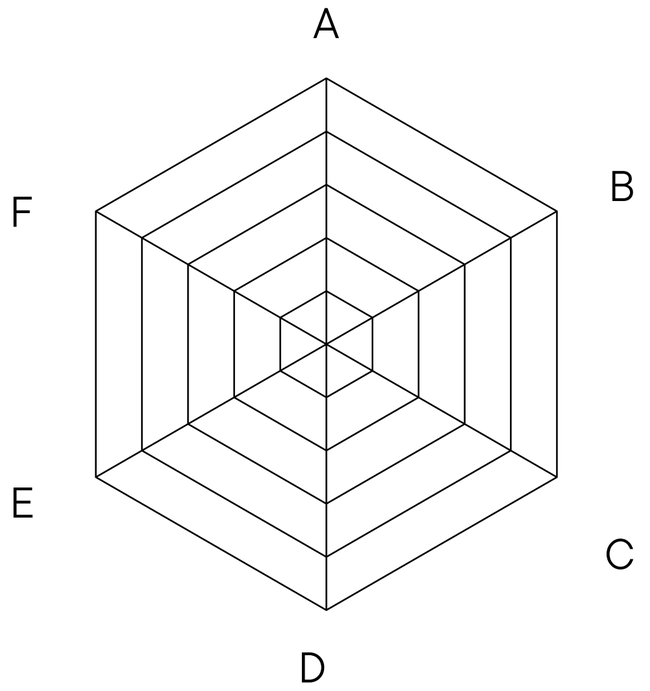
구성원에 대한 장점을 고객에게 안내할 ‘고정 수식어’로 구성

# 셋째, 우리 병원과 타병원과의 차별점 찾기

1. 고객들이 병원 선택 시, 중요시 여기는 요소를 5~6가지 정도 도출합니다.
2. 해당 요소들을 기준으로 경쟁병원과 우리의 경쟁우위를 비교합니다.

(경쟁 병원의 경우, 구체적인 내부 역량에 대해서는 판단이 힘드므로, 모호한 것은 중간 점으로 평가)

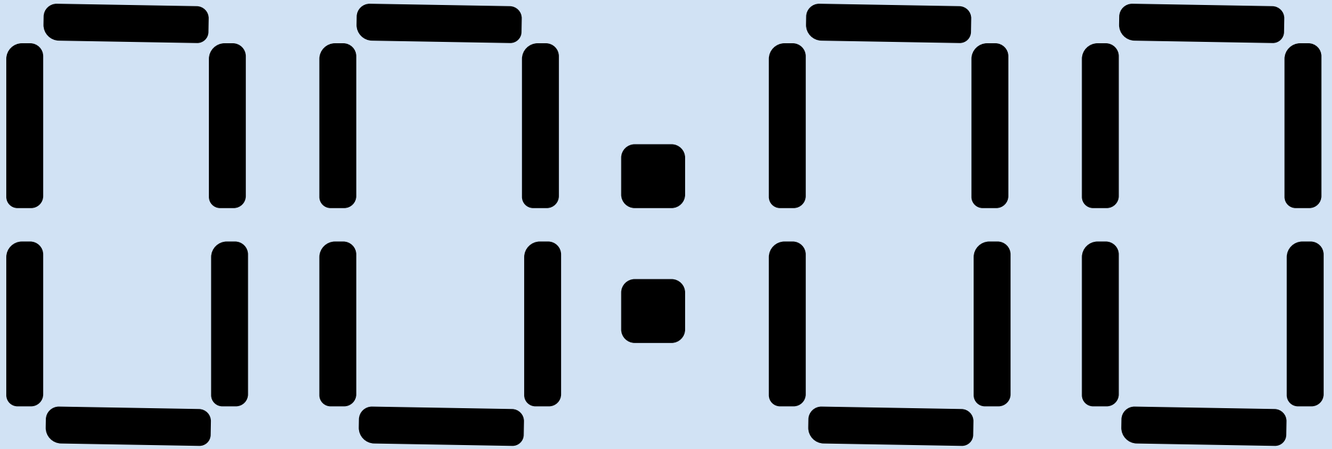
| 고객 선호 요소 | 우리병원 | 경쟁병원 A | 경쟁병원 B |
|---|---|---|---|
| A .의료진의 전문성 | | | |
| B. 최신장비와 기술 | | | |
| C. 맞춤형 서비스 | | | |
| D. 안전한 환경과 위생 | | | |
| E.브랜드 인지도/ 마케팅 | | | |
| F. 환자 관리/후속서비스 | | | |



# 셋째, 우리 병원과 타병원과의 차별점 찾기

| Strength 강점 | Weakness 약점 |
| --- | --- |
| | |

| Opportunity 기회 | Threat 위협 |
| --- | --- |
| | |




정해진 시간 10분 안에 간결하고 짧게 어필하기

## Contents 04. 우리 병원 강점 어필하기

어필하는 두가지 방법

- **물리적 증거 활용하기**

1. 인테리어 활용
2. 초진 등록 양식 활용
3. 내부 사이너지  및 자료 사용
4. 고객 사용 물품 의 디테일 살리기

- **프로세스 로 어필하기**

1. 고객 동선 구성의 차별화
2. 진료, 검사 프로세스의 차별화
3. 처방, 관리 프로세스의 차별화

응대 멘트를 통한 어필

**“우리 병원 잘 오셨어요.”**

- SIMPLE (단순성)
- UNEXPECTED (의외성)
- CONCRETE (구체성)
- CREDIBLE (신뢰성)
- EMOTIONAL (감정적 연결)
- STORIES (스토리텔링)

출처[ STICK: WHY SOME IDEAS SURVIVE AND OTHERS DIE]

# “원키우미 시크릿 잘 구독하셨어요.”

감사합니다.

원키우미
ONE GROWTH