



はじめに

この「問診の極意」を制作した理由は、良い技術を持っているにもかかわらず、患者さんが治療を受けてくれない、売上げが上がらない先生のお役にたちたいと考えたからです。この本では問診の極意を用いてリピート率を80%以上にする考え方や方法をお伝えしております。少しも売上げUPにつながれば幸いです。

『院長が現場から離れる仕組み作りの専門家』

～治療院仕組み化経営～

株式会社 Therapist planet

代表 小樋 将太郎



問診の時の心得

- ・自分の **会社に対する自信**
- ・ **商品・サービスに対する自信**
- ・ **職業に対する自信**
- ・ **自分に対する自信**

があるなら『言い切る』こと。

『医者と患者の関係性』

が大事になってきます。

営業で**オラオラ営業**、つまり「**いいからこの治療をしなさい!**」

と強引に言ったり、

土下座営業、つまり「**ペコペコ**」して

『**この治療受けてもらっていいですか?**』と言ったり

するイメージがありますがリピート率の高い先生は

そのようなことはしていません。

問診で一番大事になってくるのは患者さんとの「**関係性**」です。
分かりやすく言うと『**医者と患者の関係性**』なのです。

あなたが熱を出して病院に行った際にお医者さんがあなたの体を全く診断しないで、傲慢な態度で「風邪ですよ！」と薬を出されたらどう思いますか？

そのお医者さんを信頼できないですね。

「もっと**親切**に診断してもらいたい！」と思いますよね。

逆にお医者さんがやたらへりくだってきて

「本当に申し訳ないのだけど、この薬ちょっとでいいので飲んでもらえると嬉しいんだけど…」と、ぺこぺこされても、

「この薬、大丈夫なのかな」と、不安になりますよね。

もっと自信のあるお医者さんのところに行きたいじゃないですか。

もし、患者さんが薬を飲む必要があるのであれば、「この薬を飲んで下さい!」、「飲まないとダメですよ!」とか

専門家として、断言!!してもらいたいじゃないですか。

つまり、お医者さんに求めるのは、

「親切・熱意」「専門性」です。

施術家の治療も同じです。

患者さんにとって、本当にその治療が必要か**「親切」「熱意」**を持って診断、ヒアリングし、そして必要であれば、**「専門家」**として、自信をもって提案してもらいたい訳です。

つまり「医者と患者の関係性」(全てのお医者さんが出来ているわけではないですが。)をいかに築くか?ということが重要になります。

この関係性が無いのに治療に入ってもリピート率はグンっと下がります(実証済み)

是非この関係を築いてやってみて下さい。

リピート率を80%以上にする問診

問診には必ず **患者様との関係構築**が必要です。

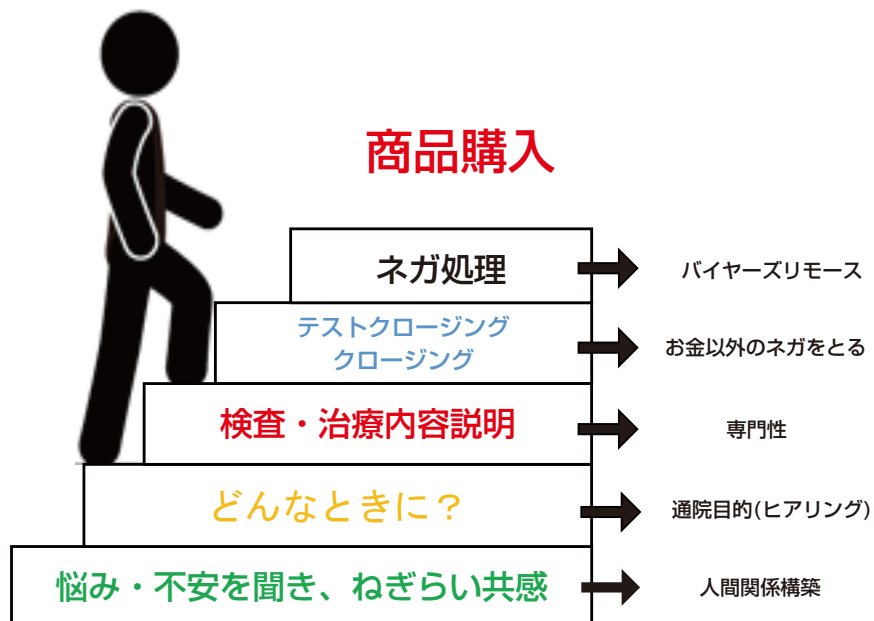
関係構築を築けなければ、いつも人によって全く違う問診になります。

だから、いつまでたっても自分の問診に自信が付きません。

『**基準なきところに改善なし**』という原理原則があります。

必ず人は治療やサービスを買う際に上の階段があります。

これはどんな治療、サービスでも必ずです。



1段目 今の悩み、不安を聞く。そしてねぎらい、共感をする。

→人間関係の構築

2段目 ヒアリング

→通院目的を明確にする

3段目 検査、治療内容説明

→専門性を出す

4段目 テストクロージング

→お金以外で不安な点はないか聞く

最終クロージング

→お金で不安な点はないか聞く

5段目 ネガ処理

→治療を受けた後の後悔、不安を取り除く

上記の階段を必ず踏みます！ 1段飛ばしありません！

治療単価が高ければ高い人ほど、この一段一段をしっかり踏んで行きます。

この階段を必ず意識して進んで下さい。

必ずリピート率は上がります。

自分自身のやり方があるよって人は勝手にして下さい。

第一印象は物凄く大事です。

自分ならどんな先生に診てもらいたいのか

真剣に考えてみて下さい。

身だしなみ、清潔感、におい、声の大きさ、しぐさ、態度

(メラビアンの法則)

必ず新患に入る前にチェックして入って下さい。

小さなイエス（はい！）を繰り返す。

先生『〇〇さん、こちらで靴を脱いで下さい』

患者『はい』

先生『〇〇さんこちらの用紙に名前をお書き下さい』

患者『はい』

先生『こちらの椅子に座って問診票をお書き下さい。』

患者『はい』

このように小さなイエスを繰り返すことによって、大きな決断の時にも『NO!』と言いにくくなります。

それとは別に新患さんは先生の院の事を一つも知りません。

とても不安です。

くどいほどに小さなイエスを出せるように説明してあげましょう。

問診の際は患者さんの**右側**に座ります。

覚えておいてもらいたいのが**患者さんの言葉8**、**先生の言葉2**です。

『8対2の法則』

よく先生だけがぺちやくちゃと話して治療に入る方がいますが、

患者さんが8先生が2です。

必ず守って下さい。

さあ問診スタートです。

まずは自己紹介から。

『本日〇〇さんを担当させていただきます△△と申します。』

宜しく願い致します。』

『お身体のことについていくつか質問させて頂いても宜しいでしょうか？』

上記は必ず言って下さい。

1段目 人間関係の構築

患者さんの**痛みの原因、不安、悩み**を聞いてあげましょう。

その時必ずしなければならないのが

『大変でしたね』『不安でしたね』

『痛かったですね』『しんどかったですね』の

ねぎらい、共感

ねぎらい、共感

ねぎらい、共感です。

しっかりと相槌をし、しっかりと話を聞き、くどいほどねぎらい

共感をしましょう。

そうすることにより患者さんは

この先生は **親切、熱心** に話を聞いてくれて

良い先生だわ。となり

人間関係の構築が生まれます。

覚えておいて下さい。くどいほどです。

人間関係の構築で一番大事な部分 です。

ここが出来るか出来ないかでその後の

患者さんの治療に対する意欲、

先生に対する信頼感が変わってきます。

2段目 ヒアリング（通院目的を明確に）

次に

「どんなときに生活に支障がありますか？」

「どんなときに不調がありますか？」

と、聞きましょう。

例えばこの質問の後に患者さんが

『お茶碗洗いをしている時に腰が痛みます。』

『掃除機をかけている時に腰が痛みます。』

『朝起きた時に腰が痛みます。』

と答えることがありますが、患者さんにとって、この答えこそが本当の通院目的になってきます。

腰の痛みを取りたいことはもちろんなのですが
本当の通院目的は患者さんによって異なります。

だからこそ『腰の痛みが無くなるためには〇〇の治療が〇〇期間必要です。』と伝えるのではなく『お茶碗洗いが痛みなくできるようになるためには〇〇の治療が〇〇期間必要です。』と伝えていく必要があるのです。

一見あまり変わらないようにも思えますがこのやりとりが治療やサービスを押し売りしない秘訣となってきます。

だからこそ、どんなときに？の質問の答えこそが、**本当の通院目的**になります。

患者さんは治療にお金を払っているわけではありません。

将来の自分、今の痛みが無くなった時の気持ちや今まで痛みで諦めていた事をやれている自分を想像してお金を払っているのです。

これこそが**ヒアリングの一番重要なポイント**であり、
これからの患者さんの一番重要な
「通院しなければならない意識、意欲」を生むのです。

3段目 検査、治療内容の説明（専門性を出す）

先ほど『医者と患者との関係性』をお話しましたが、いくら親切で熱意があっても専門性が無ければ話になりません。

ただ患者さんは身体に関しては素人です。

しっかりと**患者さんの分かる言葉**で今の身体の状態や治療内容を説明してあげましょう。

ここではしっかりと**自信を持った態度、口調**で今の患者さんの状態、それに対する治療法、通院回数の提示をしてあげましょう。

相手のお財布を気にして通院回数を言わない先生がいますが、
ここで引いては行けません。

先生が患者さんの先生であり、**専門家**なのです。

最後に弱気になって『次回の来院予定ですが～』なんて言ってももう手遅れです。

その時点で患者さんが主導権を握ってしまいます。

しっかりと先生の思う来院回数を伝えてあげましょう！

その **自信や専門性に患者さんは納得** するのです。

でもここで患者さんが納得するのも1段階目、2段階目でしっかりと **親切に熱意を持って患者さんの話を聞いてあげたから** こその3段階目なのです。

4段目 テストクロージング（お金以外で不安な点を取り除く）

ここでは、

『今までご説明しましたが、

お金以外で不安な点 はありますか？』

と聞いてあげます。

患者さんが『大丈夫です。ありません。』と

答えてもらえたら最後のクロージングに入ります。

『**通院回数が...**』とか『**治療内容が...**』とか

不安な点があれば、またそのことについて1段階目からお話を聞いて不安を取り除いてあげましょう。

そして、最後に『**他に不安な点はありませんか？**』と

聞いてあげ、なければ最後のクロージングに入ります。

これによりお金以外の不安やネガがなくなります。

最終的に断られたとしても、

お金以外は問題ないことが分かりますので、

落ち込む必要もありません。

これが出来ていないと、いつまでたっても

『**なぜダメだったのか、どこが悪かったのか**』

悩むことになります。改善すべき点も見えてきません。

本クロージング（お金のクロージング）

やはり何と言っても患者さんが気になるのはお金の問題です。

私の院でも一回7500円や10000円の治療です。

週2回、3回通う患者さんも沢山いらっしゃいます。

先生の院でも金額の設定はあると思いますが

例えば週2回通わないといけない患者さんは

私の院では最低でも45400円かかります。

3か月、6か月間、ひと月にこのぐらいかかるのですが

『ご自身のお身体に投資できますか？』

と聞いてあげて下さい。

『払って下さい！』と言ってしまったら

説得になってしまいますので、

『ご自身のお身体に投資できますか？』と聞いてあげて下さい。

そして患者さんの口から『大丈夫です！』といってもらえたら OKで

す。『ん〜』と難しそうな表情をされたら

『月にどのぐらいまでなら

ご自身のお身体に投資できそうですか？』

と聞いてあげて下さい。

『週1回までならなんとか。』とか

『20000円、30000円までならなんとか。』

と言う答えが出るのであれば『治りは遅くなるかもしれませんが頑

張って行きましょう。』

とか、先生の判断で難しいのであれば **断っても構いません。**

要するに先生の線引きも必要になってきます。

こんなに払う患者さんはいないよと思われるかもしれませんが、私の院は広島で原爆手帳があり、昔は窓口料金0円という患者さんが半分以上を占めていました。

その為にチラシやホームページで痛みや悩みの深い高額の治療費を払ってくれる患者さん（ターゲット）を呼び、このこの問診の考え方や方法を作ったのです。

大丈夫です。必ずこの料金を払ってでも解決したい悩みを持った患者さんは沢山います。

あとはそこにリーチ出来ているかいなかだけです。

患者さんのお財布事情は心配せず、自信を持って伝えてあげてください。

5段目 治療を受けた後のネガ処理

治療を受けた後、モミ返しが来たとか、

痛みが増したとか言う患者さんがいますが、

事前に必ず伝えておいてあげてください。

モミ返しが来た後に「好転反応ですよ。」とか言っても言い訳にしか聞こえません。

考えられるだけの問題は事前に抑えて患者さんに伝えておきましょう。（院によって違うと思います。）

その為に私の院では治療後に、患者さんの現在のお身体の状態、治療の必要性

豆知識などを添えたステップレターをお渡ししています。

帰られた後は、**サンキューレター**を送ったり、

凄く気になった患者さんには電話もしています。

高い買い物をしたとき買って良かったのかなと後悔したことはありませんか？

(バイヤーズリモース) 買った後の後悔と言う意味です。

その気持ちを防ぐためにも **ネガ処理、アフターフォローはもの凄く重要** になってきます。

是非、行ってみて下さい。必ず土壇場でキャンセルされたり、次回の予約をキャンセルされたりする確率が物凄く減ってきます。

上記のように1から5段階の階段を一步ずつ登って行けば

必ずリピート率はアップ します。必ずです。

後はしっかり回数を重ねて行動してみてください。

やるかやらないかはあなた次第です。

私の院では **1年目の新人でも**

この問診を使って85%のリピート率 を出します。

もちろん日々の技術練習も怠りませんが、先生方よりはるかにレベルは低いはずですよ。

しかし、患者さんは喜んで積極的に治療を受けてもらっています。

もう一度言います。

やるかやらないかはあなた次第です。

先生のリピート率が少しでも上がるヒントになってもらえれば嬉しく思います。

問診の極意【治療院仕組み化経営バイブル】

～患者さんを80%以上リピートさせる問診のすべて～

2015年8月1日 初版 2016年2月8日 第二版

発行人 小樋 将太郎

発行所 株式会社Therapist planet

※この発行物は著作権法で保護されている著作物です。
 ※この発行物の著作権は、筆者小樋将太郎に付随します。
 ※筆者の書面による事前許可なく、本書の一部または全ての複製・転売・転載することを禁じます。

【免責事項】
 本書は筆者の経験や考えを纏めたものであり、全ての人に同一の効果・影響を保證するものではありません。また、本書の内容に対していかなる損害を受ける事になりましても、発行者・配布者は一切の責任を負いません。すべて自己責任の上で参照ください。

まだ登録されていない方は、こちらの無料メルマガにご登録ください。



毎日最新情報
を更新中!!

こちらのQRコードか、
下記のURLにアクセスください。
<https://chiryoinshikumika.com/>

