

マーケティング課

高橋 聡子



生まれて13年経ちました。

初めての病院は不安が一杯、受付の方法がわからない、何科にかかったら良いのかなど、患者さんに「最高のサービスの中で最高の治療を受けていただきたい」そんな熱い思いの中、平成12年12月21日に“マーケティング課”が誕生いたしました。

患者さんが満足するような医療を提供するには、個々のサービスの質を高めるだけではなく、サービスを提供するプロセス全体の質に気を使わなければなりません。

そのためには、病院という枠を超えて異業種に学び、病院にそれを還元する、そういう努力が求められていると考えます。そこで、「患者さん第一主義」の発想のもと、患者さんに喜んでいただけるような「病院の仕組みづくり」を考えると、ひとり一人の患者さんに最高のサービスを提供することがマーケティング課の最大の仕事であると考えています。

コンセプトは、「病院+ホテル」であり、気持ちよくお迎えし、気持ちよく過ごして頂き、気持ちよくお帰り頂くということです。そのためには、私たちは常に患者さんのニーズをきめ細かく拾い上げ、発生した問題をその場で解決していくことが求められています。今後、マーケティング課でやらなくてはいけないことは、まだまだたくさんあります。発展

途上の課ではありますが、「伝説のサービス」作りに一層の努力をし、職員が同じ価値観を持ってサービスの提供が出来るよう心がけています。

マーケティング課の理念

- ・いつもにこやかであること
- ・会話には視線をあわせること
- ・常に相手に対して敬意を払い聞く耳を持つこと
- ・丁寧な応対をすること
- ・冷静であること
- ・身なりをきちんとし、きれいで清潔であること

1. 組織

かつて各々独立していた「総合案内（総務）」・「フロント（医事）」が合併して院長直下の一部部署として連携して動くようになりました。

2. 内容

フロント・フロア サービス／総合案内／ご意見・ご要望にお答え、改善 など

マーケティング課サービス係のおもな業務

フロント：新患者と再診患者の受付

（患者さんが来院されたらまず、最初に接する部署です）

フロア：再診受付から診察までの患者さんの誘導

総合案内：当院に来院された方へのニーズに合ったご案内とご誘導、院内での来院者相談によるご誘導と窓口対応

情報分析業務：

貴重なご意見・ご要望のアンケートを毎日収集して患者さんへのご連絡、また関係部署に連絡して敏速に対応する。

ご意見アンケートを集計、分析。

改善内容は向上委員会へ提案する。