



病院ホームページ作成のご提案

集患戦略の決め手

「勝ち組」病院ホームページの ノウハウをあなたに



医療ホームページに効果はあるのか

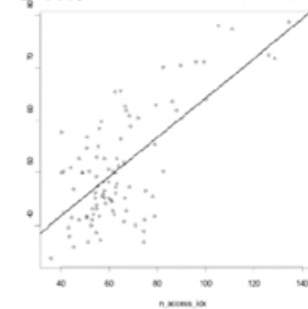
媒体別集患効果

世田谷区・新規開業耳鼻科医Sクリニック
初診の患者さまに来院のきっかけを聞く
広告・広報の媒体による効果・単位%

	2004	2005	2006
窓看板	29	18	16
駅看板	2	3	2
バス停看板	2	1	0
自治会報	4	2	2
口コミ	25	30	35
ホームページ	14	27	26
他院紹介	3	4	5
その他	21	15	14

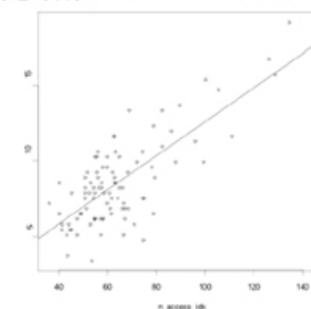
実在する東京都心のクリニックの来患者数、新規患者数を08年第10週～第29週までカウントし、同クリニックのホームページのアクセス解析ログを収拾して相関性を分析。

来患者数 vs ユニークアクセス数



```
n_patients_idx ~ n_access_idx
Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-17.5111  -4.9484  -0.6888   6.1824  16.2195
Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  26.76261    2.55468   10.476 < 2e-16 ***
n_access_idx  0.37493    0.03758    9.977 2.29e-16 ***
Residual standard error: 7.532 on 93 degrees of freedom
(1 observation deleted due to missingness)
Multiple R-squared:  0.517,    Adjusted R-squared:  0.5118
F-statistic: 99.54 on 1 and 93 DF,  p-value: 2.292e-16
```

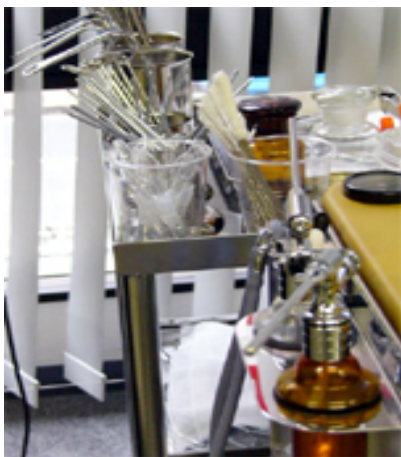
新患者数 vs ユニークアクセス数



```
new_patients_idx ~ n_access_idx
Residuals:
    Min       1Q   Median       3Q      Max
-4.90348 -1.30260 -0.03409  1.31377  4.31342
Coefficients:
            Estimate Std. Error t value Pr(>|t|)
(Intercept)  1.334526    0.632028    2.111 0.0374 *
n_access_idx  0.112540    0.009297   12.104 < 2e-16 ***
Residual standard error: 1.863 on 93 degrees of freedom
(1 observation deleted due to missingness)
Multiple R-squared:  0.6117,    Adjusted R-squared:  0.6075
F-statistic: 146.5 on 1 and 93 DF,  p-value: < 2.2e-16
```

回帰分析を行ってみると、新患はホームページへのその日の100人のアクセスに対して、10人程度が来患していると考えられる。また、来患者数／新患者数に共通して地図ページの閲覧との正の相関がみられた。

ホームページは新規患者の集患に実績あり



【東京都内 K医院の場合】

「ここに開業しても患者はだれも来ない」と見放された地所に、2年前に新規開業。

現在、このクリニックは、新規患者の9割以上が病院ホームページを見て来院しています。

ホームページ以外の広報宣伝はしてません。

某年2月16日

HP訪問者人数 **695人**
HPアクセス数 2218page

来院数 **275人/日**

某年3月トータルの

HP訪問者人数 **6775人**
HPアクセス数 22339page

新規作成カルテ数 **2200/月**

ウェブコンサルティングラボが創るのは

ホームページではなく、「**集患**」という機能です！

ホームページはリクルーティングに効果あり

・埼玉県立がんセンター
放射線技師2名と検査技師1名募集。
ふだんは10名程度しか
応募がないところが
ホームページ効果で60名が応募！

・単科クリニック
事務員1名の募集に320名が応募。全
員面接を断念！

単純な募集ページではダメ
それなりの工夫がないと、募集ページ
は逆効果になる恐れも。

職員募集

放射線技術部 座談会

放射線治療 / 診断をやりたい人にとっては天国

ホーム > 職員募集 | コメディカル

コメディカル職員募集中(薬剤師)

放射線技術部はスペシャリストが集う病院にとってなくてはならない職場です。がん専門病院で、高度がん医療の最前線に立つ放射線技師のみなさんに、ここならではの仕事のおもしろさや、やりがいについて語り尽くしていただきました。

専門病院にさまざまなチャンスあり

A技師 がんセンターには24人の放射線技師がいます。新人が入ってきた人には、まず当直ができるようにスキルを身につけていただきます。それからその人に向いているセクションに配置することになります。仕事量が多いといっても、一般病院と比べると全然たいしたことはありませんね。特に治療関係は、一症例あたりに携わる放射線技師の数が多いです。

B技師 外来のほうも多いと思いますよ。症例数が多いので、とても勉強になります。




放射線技術部

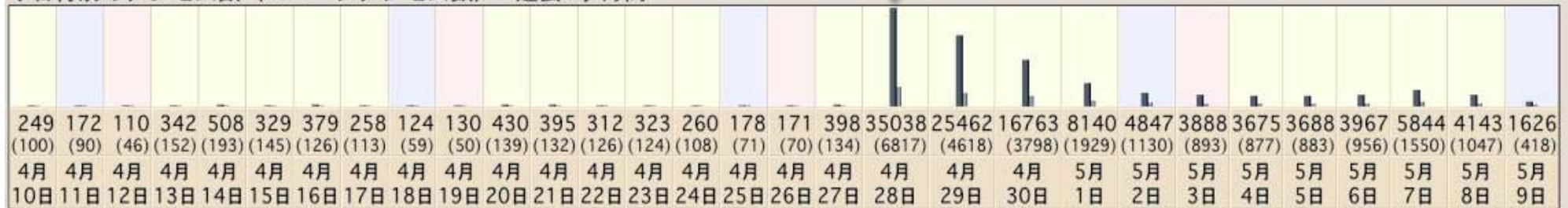
ハイグレード・ホームページの効果

09年4月28日 夜8時

TBS系列「これが世界のスーパードクター10！」放送



◆日付別のアクセス数（ユニークアクセス数） 過去1ヶ月間



■ホームページのクオリティの高さが、マスコミからの取材依頼につながったケース！

ウェブコンサルティングラボが作成した東京のクリニックホームページ。このクリニックはホームページ以外の宣伝、広報は一切行っていません。

ホームページを見たマスコミからの取材依頼が多く、出演の度に患者が増えています。「これが世界のスーパードクター」では、放送日の翌日朝から電話がパンクしたので、回線を増設して電話対応の派遣を1カ月間、3名雇い、問い合わせ対応、予約受付に追われたそうです。見やすく、わかりやすく、明るいホームページは、患者さまにもマスコミにもアピールします。

H21/02/19 日本テレビ系列 新情報バラエティー「スッキリ!!」
 H20/09/16 テレビ朝日系列 「情報整理バラエティウソバスター」
 H20/07/11 フジテレビ系列情報番組「めざましテレビ」
 H20/06/04 フジテレビ系列情報番組「ハピふる！」
 H20/01/12 TBS系列報道番組「ブロードキャスター」
 H19/06/13 ニッポン放送 「高島ひでたけの特ダネラジオ」
 H19/03/13、14 日本テレビ系列「ズームイン!!SUPER」
 H19/01/18 日本テレビ系列「ズームイン!!SUPER」
 H19/01/13 TBS系列報道番組「ブロードキャスター」
 H18/6/18 朝日新聞 耳かきのやり方
 他、BS放送、雑誌、タ刊紙、「ワシントンポスト」など多数

最新治療法 お仕事に合わせて いびき治療 禁煙外来 地域のみなさまへ マスコミ登場 地図 お知らせ 休診・診療時間変更

トップ > 子宮頸がん予防ワクチン「サーバリックス」

わたしが「女性のからだを守る」子宮頸がん予防ワクチン「サーバリックス」の接種を行う理由

東京都中央区 慶友銀座クリニック院長 大場俊彦



「赤ちゃんを産めなくなる」恐ろしい子宮頸がんを防ぐ！

グラクサス・シクラインの子宮頸がん予防ワクチン「サーバリックス」は、電一がんを予防できるワクチンとして発売以来マスメディアでも大きく取り上げられています。

接種対象者は10歳以上の年齢の女性で、1回0.5mlを3回、上腕の三角筋部に筋肉内接種します。

確かにサーバリックスを接種すれば、子宮頸がんに罹患するリスクを大きく減らす効果があります。

とはいえ子宮頸がんは、近年発症率が急増しているものの、すべての人がかかる病気というわけではありません。ワクチンの費用価格も決して安くありません(税込15000円/1回、薬剤確保のため前払いが必要です)。公費負担(公的助成)も横浜市・川崎市・東海市・東区・東区・東区、新横浜地区や兵庫市・東区・東区、ごく一部でしか接種実施されていません。3回接種する必要があります。ですから「わざわざサーバリックスを接種する必要があるのかしら」と思われる女性の方も少なくないと思います。

それでもなお、わたしは実際に子宮頸がん予防ワクチンの接種機能的な接種が必要だと考え、「サーバリックス」を接種することにしました。

わたしがそう決断した理由、それは子宮頸がんは「赤ちゃんを産むことができなくなってしまう」という、女性にとって最悪の病気だからなのです。

- ・ 花嫁症レーザー治療
- ・ 遠方診療療法
- ・ いびき治療
- ・ 禁煙外来
- ・ 肥満治療・肥満外来
- ・ インフルエンザ予防接種
- ・ プラセンタ注射
- ・ 子宮頸がんワクチン
- ・ じんこく注射
- ・ 産後ケア

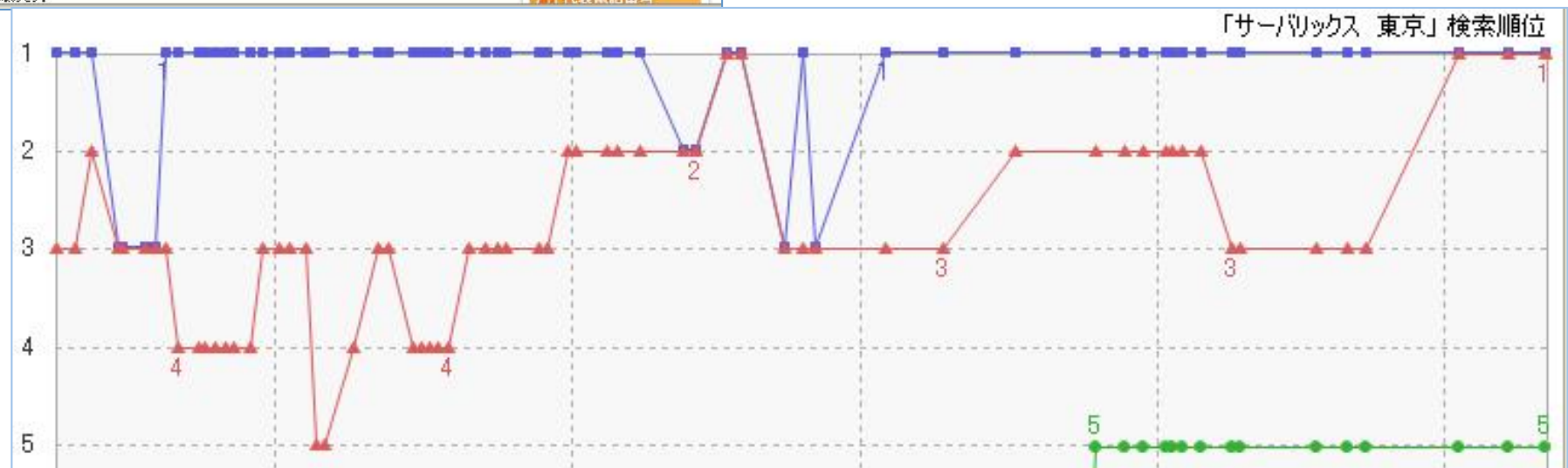
問診票 各種問診票 「ダウンロード+持参」で診察時間短縮！

- ・ おまかせリンク
- ・ サイトマップ

代表電話番号

薬を売るのに効果的

単科クリニックのサイトの1ページ
「子宮頸がんワクチン 東京」
Yahoo! 1位 Google 1位
ガーダシル 東京」
Yahoo! 1位 Google 1位



集患できるホームページは、どこが違うのか？



・コンテンツ

専門性

患者さまが本当に知りたい医療・診療情報を過不足なく提供しているか

共感性

テキストの内容が、読み手の心にきちんと届くように書かれているか

・デザイン・ビジュアル

患者さまに安心感・信頼感を持たれるデザインになっているか

・SEO

検索エンジンに上位表示されるよう工夫したページになっているか



読者へのインパクト＝集患

増患できる医療ホームページとは

医療ホームページは一見どれも同じに見えますが、集患機能には大差があります。



ドクターが「医療HPで伝えておけばよい」と思っていること

- ・やっている医療の医学的内容
- ・ドクターの経歴
- ・アクセス地図

この要素しか満たしていないHPだと、患者の知りたい肝心なことが書かれていないので来院につながらない



患者側が知りたい要素

- ・かかったら何をしてくれるのか??
- ・誠実に患者に向き合う親切な治療姿勢か
- ・患者の都合をちゃんと考えてくれているか
- ・信頼できそうなドクターか



**患者さんの心につくる
共感・安心・親近感
それが来院につながる！**

ドクターと患者さんの間をつなぐ
「編集者が作る医療ホームページ」



わかりやすく伝えるために

- ・ドクターが自分をオープンにする姿勢を演出
- ・座談記事・語りかけ口調のテキスト
- ・地域性を重視したページ作り
- ・工夫された写真とデザイン

編集テクニックを駆使

「世界にひとつ」しかないオーダーメイド・ホームページ



■近隣に新興住宅地があるクリニックの場合

家庭からアクセスする患者様向けに、あまり固くない、親しみの持てる、それでいて信頼感のあるイメージをつくる。
家族全員に関係ありそうな医療内容を網羅するコンテンツを制作。地方大学病院との病診連携もしっかりアピール。

■都心のクリニックの場合

オフィスからアクセスするサラリーマン、OLのために、
かっちりとした信頼できるイメージをつくる。
治療の先進性と地域性をアピールするコンテンツを作成。



■シニア層の多いクリニックの場合

文字を大きめにして、イラストを使った親しみのあるイメージをつくる。
内容も高齢者層をターゲットにしたコンテンツの割合を増やす。

最大の集患効果を得るために、患者層によって異なるイメージづくりが必要です。
このような作り込みは、テンプレートを使った単純なホームページ制作ではできません。

SEO=検索エンジン最適化

当社はSEO会社ではなくてホームページ作成会社ですから、Yahoo!やGoogleの検索順位は保証しておりませんが、結果的に以下のような成果を上げています。

【2010年9月現在の順位】



銀座+耳鼻科 yahoo! 1位
銀座+耳鼻科 google 1位
サーバリックス 東京 yahoo! 1位
サーバリックス 東京 google 1位
銀座 アレルギー yahoo! 1位
銀座 アレルギー google 1位



静岡市 内視鏡 yahoo! 1位
静岡市 内視鏡 google 1位
静岡市 大腸カメラ yahoo! 1位
静岡市 大腸カメラ google 1位
静岡市 巻き爪 yahoo! 1位
静岡市 巻き爪 google 1位



我孫子市+消化器科 yahoo! 1位
我孫子市+消化器科 google 1位
我孫子市+内視鏡 yahoo! 1位
我孫子市+内視鏡 google 1位
東葛+消化器 yahoo! 1位
東葛+消化器 google 1位



青森+耳鼻科 yahoo! 3位
青森+耳鼻科 google 2位
青森市+めまい yahoo! 1位
青森市+めまい google 1位
青森市+いびき yahoo! 1位
森市+いびき google 1位

「夢のようです」というメールをいただきました

ついこの間、「夢のようです」というタイトルの電子メールが受信フォルダに入っていました。

「夢のようです」というタイトルのメールをもらうことはなかなかないので、「何だろう」と思って開けてみると、それはある病院の院長夫人からのメールでした。この病院は新病棟の増床工事をやっており、看護師を10名増員しなければ保健所の増床許可が下りないのですが、何十億円もかけて工事はスケジュール通り進行しているのに、看護師はまったく集まらない。開院時期はどんどん迫って来るし、困り果てているという状況でした。

そこで、当社で看護師募集の携帯サイトを作成し、求人情報誌と連動して募集を行ったところ、「ぜひここで働かせてほしい」という看護師さんの応募が急激に増え、あっという間に10名の枠を無事に埋めることができたとのことです。「院長と事務長が、夢のようだ！と喜んでいます。心より御礼申し上げます」という懇篤な内容のメールでした。そのお気持ちを表現するのに、「夢のようです」というタイトルのメールをお送りいただけたのだと思います。。

同じことは同時期に歯科医院でもありました。ドクターから、「歯科衛生士の求人サイトを公開してすぐに応募があり、明日から来てもらえることになりました」というメールをいただいたのです。公立病院のパラメディカル応募が、サイト開設前の6倍になって担当者がうれしい悲鳴をあげていたというお知らせもいただきました。

もっと予想外の効果があった事例としては、関東地方のクリニックの看護師募集サイトをたまたまご覧になった女医先生が「ぜひ働かせてほしい」と、医師募集もかけていないのに応募して来られたので、喜んで勤務していただいているという事例があります。

このように、看護師やパラメディカルの求人では、携帯サイトは非常に強力な効果を発揮することがわかっております。

なぜ「この医療機関に行きたい」と思っていただけなのか

看護師10人の採用に成功された院長先生にお話を伺ってみると、求人募集サイトを作る前は応募してきた看護師さんに面接しても、病院のことについて院長先生の側が説明する時間の方が長くて、「まるで病院側が看護師さんの面接を受けているような感じ」だったとのことでした。

ところが求人携帯サイトを作った後の面接では、採用希望の看護師さんは携帯サイトを熟読して来ているので、病院の特徴やバックグラウンドはすべてわかっています。

ですから院長先生が長々と説明をする必要などまったくなく、むしろ院長先生の表現によれば、「応募者の目がキラキラと輝いていて、ぜひここで働かせていただきたいという姿勢になっていた」ということで、「それまでの立場が180度逆転したようだ」と、非常に驚かれた様子で話されていました。

当社の経験からすると、医療ホームページをきちんと制作すれば、こうした状況変化はどこでも可能なことです。そしてこれとまったく同じことが、患者さんの集患についても言えます。医療機関様には、当社がホームページを作成している制作過程の間はまったくわかりませんが、できあがってしばらくたつと、みなさんその効果を実感して驚かれるようです。

なぜ医療ホームページにそうした効果があるのか端的にご説明しますと、例えば看護師募集サイトの場合は看護師さんに対して、「当医療機関で働くとおあなたの生活がどのように好ましく変わるのか」をちゃんと理解してもらえるコンテンツを作成すればよいのです。

どのような医療機関にも長所はありますから、それをきちんと説明し、医療機関側がアピールしたいことと、応募してくる看護師さんが知りたいことをマッチさせることを念頭に置きながら企画を立て取材を行うわけです。

新規患者集患についても、まったく同様のことが言えます。「この医療機関ではどのような医療を、どのようなレベルで提供しているのか。医療機関側はどのような意識を持って患者に接しているのか」といった、患者さまが知りたい情報をホームページ上に分かりやすく載せれば、それは患者さまの心に伝わります。それによって来患者を増やすことができるのです。

「カタログメディア」と「オウンドメディア」

「医療ホームページの質的差異」についてわかりやすくご説明するために、最近打ち出された2つのカテゴリをご提示したく存じます。

ひとつは「カタログメディア」と呼ばれるもので、紹介する医療機関のスペックを単なる情報として提示するにとどまるようなサイトのことです。医療機関であれば、診療科、院長紹介、施設紹介、地図しか載っていないホームページがこれに該当します。

これに対して「オウンドメディア」という類型があります。これは、「その医療機関しか持っていない特徴は何か」をきちんと患者さまに理解しやすくアピールしているような、一段レベルの高いホームページのことを指す言葉です。そうしたオウンドメディアは読者の心に深く届き、読者の行動を促すことができます。当社の作成するクリニックホームページに集患効果があるのはそのためです。

そしてオウンドメディアはだれにでも作れるものではありません。「オウンドメディアの範疇に入る医療ホームページを作成したい」と望まれるのであれば、作成能力を持っているサイト制作業者を選択する必要があります。

当社のホームページ作成の最大の特徴は、ドクターやドクター周辺のみなさんに対してしっかりと取材し、サイト企画立案を行うことにあります。

つまり、医療機関のオウンドメディアを作るためには、そのクリニックの全体の概要、提供している医療についての全般的なお話を伺い、まず強み分析を行い経営戦略を把握して、それに沿ったサイト企画を立案しなければなりません。ホームページで強調するポイントやデザイン、ページ建ては個々の医療機関によってまったく異なってきます。

クリニック側が提供できる医療を、ターゲットである潜在患者にどのようにアピールするのがもっとも効果的か企画を練ると同時に、SEO効果の高いページ建てを考えてサイト企画を立案します。

当社は、「どのようにすれば、最も効果的なコンテンツを作ることができるか」、毎回克服すべき課題を見つけ、解決のために新しいチャレンジを行う意欲的なサイト企画を開発するよう努力しています。そうした前向きな努力が、他のホームページとはひと味違った、当社作成ホームページの競争力を生む源泉になっています。

当社作成サイトがGoogleで上位表示される理由

Googleが2011年から導入したパンダアップデートというアルゴリズム変更により、テキストを不正に使って表示順位を上げることは難しくなり、2012年に行われたペンギンアップデートにより外部リンクをたくさん張ることによってホームページの重要度を高く見せかけるSEOも大幅に効果を失うことになりました。

このGoogleのSEO不正防止対策は、実は当社が作成した医療ホームページにとっては非常にプラスに働く要素です。その理由はGoogle側から見れば、彼らは「読者が読みたいと思うホームページを上位表示したい」と考えて不正SEO対策を行っているからです。

当社が作成するホームページは、ドクターがご自身の医療についてある程度ボリュームのあるテキストできちんと説明し、重要なキーワードを的確に見出しに反映させています。そうしたサイトの構造は、実は雑誌記事の作り方とまったく同じものなのです。

雑誌を作るときは、企画を決めて取材を行い、まず原稿を完成させます。その原稿を編集者が読み込んで小見出し、中見出し、記事タイトルをつけます。そして最後にタイトルを集めて目次を作ります。ホームページでは、この目次はトップページに該当します。

「コンテンツ」とは英語で目次を意味する言葉ですが、まさにトップページから階層状に下層ページのテキストにまで重要な順にインデックス化されていることが、読者にとってもGoogleエンジンにとっても見やすいサイトということになるのです。

当社はまさにそうした構造のサイトを作るプロフェッショナルですから、小手先のテクニックを使わなくても、当社が作成した医療ホームページは、Google検索エンジンにとって「検索結果に上位表示させたい」と思うホームページになっているわけです。

ディレクトリ登録は必要ですが、それ以外はムダな費用はかかりません。

当社作成の医療ホームページは各地域のYahoo!やGoogle検索結果でトップを獲得しており、強い集患力を有するものとなっております。

当社の姿勢やサイト運営体制は、「顧客志向」を反映しています

当社は他のホームページ作成会社と違って、営業マンを置いておりません。お忙しいドクターのお仕事を電話でおじゃまするということもしておりません。基本的に当社から医療機関様へはお電話しないようにしております。それもまた、「できる限りクライアント様にご負担をかけないようにする」という当社の姿勢の表れです。営業マンがしつこく電話してくるホームページ作成業者は、その安くない営業マンの人件費もホームページ料金に上乗せしているわけです。当社としてはそれは望むところではありません。不必要なことはカットして、医療機関様にとって最高のコストパフォーマンスを実現したいと考えております。

また、当社のご契約では契約期間を定めておらず、ホームページがご不要と判断されれば、いつでもご利用を打ち切っていただいてよいことになっています。よく新規開業の際に「5年縛り」のホームページ契約をしてしまい、解約できなくてお困りのドクターがいらっしゃいます。ホームページがまともであればまだよいのですが、もし集患に役立たない質の悪いサイトであった場合は、医療経営への決定的な打撃となってしまいます。当社はそのような強制的な縛りがかかる契約は望みません。医療機関様のお役に立つ限り、ご利用いただければ十分と考えております。

当社は現在、市販ホームページ作成ソフト(BiND)によるサイト制作を行っております。これによりHTMLのコーディングのコストを圧縮することができ、初期費用を安く抑えております。また医療機関様側でお知らせなどを自由に変更していただくことができるようになっています。BiNDは、SEO的にも優れたソフトです。ホームページの閲覧者のほうからみ見れば、問題点はすべてクリアできているソフトであると評価できます。

またロゴマークや外看板、窓看板、名刺・封筒・パンフレットなどの院内印刷物のデザインも行っております。看板作成や印刷については、医療機関様の地元の会社に依頼したほうが、集患の観点からメリットがあるのではないかと存じます。当社がご提供する優れたデザインを一番有利な形でご利用いただければありがたく存じます。

制作プロセス

制作決定・契約



事前準備 取材でどれだけよいお話をいただけるかが勝負です！

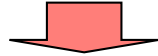
窓口となる担当者をお決めください。あらかじめ必要な情報をお送りください。また、インタビュー項目は事前にお送りします。診療科が複数にまたがる場合、取材時間が増えます。



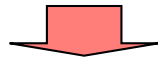
・取材 1日目
ヒアリング(理事長・院長・事務長) 3時間
ロケーション・ハンティング 1時間



サイト企画立案



・取材 2日目
インタビュー(理事長・院長・事務長) 4時間
撮影 4時間



・取材 3日目 予備日

重要！

貴院側の責任者が一人に決まらないと
原稿チェックなどが進まず
HPはいつまで経っても完成しません！

テキスト制作 チェック・修正 1~2週間 完全原稿化

後から原稿修正すると間違い
が起きやすくなります。

約2週間

デザイン・コーディング

約1週間

デザインチェック・修正

サイトアップ

WCL スタンダード・バージョン

WCLのフルオーダーメイドHPは初期費用が高い



テンプレートを使えば安くできるが、可塑性がない



<解決策>

プロデザイナーのセンス + 優れた制作ソフト

■スタンダード・バージョン

(10ページ程度 コストを抑え、フルオーダーメイドのサイトと同じ効果を追求します)
豊富でわかりやすいテキストと信頼感のあるデザインで、病院・クリニックの魅力をアピール
フルオーダーメイドHPと同等の集患増患効果、リクルーティング効果、SEO効果を上げる、
最高のコストパフォーマンスを発揮する医療サイトです。

初期費用(オプションなし)105,000円 月額使用料31,500円

- ・独自ドメイン
- ・スライドや特殊なプログラムは別料金です。地図はGoogleマップを使用します。
- ・セミオーダースタイルで、フルスペックのクリニック・病院ホームページを作成します。デザインに若干の制約がありますが(テキストリンクの色が変えられない、グローバルメニューの幅が変えられないなど)、機能にはまったく問題ありません。
- ・医療機関側でBiND for WebLiFEを使って、かんたんにお知らせなどの書き込みや修正が行えます。

BiND for WebLiFE



操作性もコスト面も非常に優れた
ウェブ制作ソフト(Mac版もあり)
特に、初心者でも写真をかんと
んに画像加工可能できるメリット
が大きい(10万円もするフォト
ショップが必要ありません)。
(税込 18,800円)

クリニック印刷物作成

ハイクオリティのロゴマーク、名刺、封筒、開院チラシ、院内パンフレット、紹介カードなども作成できます。ホームページと印刷物のビジュアルを統一することで、より高いコミュニケーション効果が期待できます(料金別途)。

■院内パンフレット(3つ折)

■院内バリエテット(3つ折)

マイクラニック大久保は静岡市街地にある病院敷地内・部門別・小児・小児科のクリニックです。

患者さんに安心していただけるお友に入りの場所になりますよう。また、行きつけの病院のようにクリニックとして地域に馴染めるクリニック、「なかやつづみ」といふように、自分から受け入れたいです。

緑地の散歩コースに接するつづみ、ふらふら散歩のクリニックとして、地域のみなさんの憩いとなる場所と光臨を、するのにお役に立ちたいと願っています。

診療：大久保健之 大久保真二 大久保健孝



マイクリニック大久保

消化器外科・肛門外科・内科・小児科

〒420-0923 静岡県静岡市東区乙2丁目1-20
Tel.054-263-5558 Fax.054-263-5559

診療時間	月	火	水	木	金	土
AM 8:00~12:00	○	○	○	○	○	—
PM 3:00~6:00	○	○	○	○	○	—


<http://www.myclinicshizuoka.com/>

すこやかな毎日をあなたに

みやぎ医療科学大学

マイグユニーク大久保

診療の特徴

【消化器内科・皮膚科・内科・小児科】

痛くない大腸カメラ

結核内視鏡

（胃カメラ内視鏡メメラ）

傷の縫合処置

（ピアス）

消化器癌・乳癌のフォロー

（検査、治療診療）

がん検診

人間ドック

骨密度の測定（VHO）

認知機能

（認知・ヘルニアなど）

小児科のオーダーメイド手術設備

低身長児の成長ホルモン治療 など

1st. Exam room (第一診療室)

2nd. Exam room (第二診療室)

Endoscope (内視鏡)

Recovery room (回復室)

手術後のモニタリング・ケア・観察の場

Kids room (キッズルーム)

Pediatrics (小児科)

■紹介カード

ご家族やご友人の方をご紹介します。
こちらのご紹介カードを切り離し、
ご持参ご本人様、ご紹介者様のお名前を記入してご持参ください。

ご本人様
お名前

ご紹介者
お名前

たいへんありがとうございました。

あなたの笑顔を守りたいから

 **マイクリニック大久保**
消化器外科・肛門外科・内科・小児科
<http://www.myclinicohsaka.com/>




<http://www.myclinicohkubo.com/>

マイクリニック大久保 検索

ぜひマイクリニック大久保に、
ご家族やご友人の方をご紹介ください。

■封筒



消化器外科・肝臓外科・内科・小児科

マイククリニック大久保

〒420-0923 静岡県静岡市葵区川合2丁目1-20
 Tel.054-263-5558 Fax.054-263-5559

<http://www.myclinicohkubo.com/>
あなたの笑顔を守りたい

■開業案内チラシ

大久保青龍科外科医院は生まれ変わります。

10月16日(金)
Renewal Open



消化器外科・紅門外科・内科・小児科
マイククリニック大久保
〒420-0829 静岡県静岡市駿河区川合2丁目1-20 Tel.054-263-5558

診療時間

	月	火	水	木	金	土
AM 8:00～12:00	○	○	○	○	○	○
PM 7:00～6:00	○	○	○	○	○	○

※休診日：日・祭日



大久保駅
大久保駅西口
大久保駅南口
大久保駅東口
大久保駅北口
大久保駅南口
大久保駅東口
大久保駅北口



マイククリニック大久保
http://www.myclinic-takako.com

休診のお知らせ 10/1(水)・10/9(金)・10/15(木) 休診
10/16(金)・10/17(土) 休診

激安！ WCLモバイル集患サイト

詳細・お申し込み <http://www.wcl-m.com>

1 独自ドメイン！ 検索して一発表示

docomo、auが採用しているGoogleモバイル検索で上位表示されます。

- 看護師のリクルーティングに抜群の効果と実績。
- モバイル端末しか持たない層の集患に！

2 スマートフォン、パソコンでも表示されるので、 公式サイトの代用になる！

3 集患増患ノウハウがぎっしりつまっている！

4 3,000円の激安価格！

5 リクルーティングに効果あり！

・ケータイサイトvs.PCサイト

Q. ケータイサイトとPCサイトのどちらが効果があるか？

A. 効果はそのサイトのアクセス数に依存する。その医療機関のケータイサイトのほうが、PCサイトよりもアクセス数が多ければ、ケータイから来る新患のほうが多い(特に地図ページ)。



ウェブ コンサルティング ラボ

ログインID(メールアドレス)

パスワード

login

トップページ
サービスのご紹介・ご利用条件
Tips: 受診ご案内
Tips: 入院案内
Tips: 当院のご案内
Tips: 治療費
Tips: 診療内容
Tips: リクルーティング
Tips: 患者さまの声
Tips: リンクページ
作成Q&A
連絡用ページ
携帯サイト作成早わかり
かんたんSEO講座
参考携帯サイト集
特定商取引に関する表示

WCLケータイ集患サイト
お申し込みはこちら

WCLケータイ集患サイト

クリニック・病院のモバイルサイトサービス



月額 **3,000円**
新聞代より低価格
詳しくはこちらで

WCLケータイ集患サイト

携帯サイトで**増患集患!!** 医療経営の力強い味方ですね。

携帯電話による病院やクリニック、医療機関の検索がかなり一般的になっています。団塊世代以上でも、今やケータイを使いこなすのは普通のことになりました。若い女性もパソコンを所有せず、情報収集をケータイに頼っている人も少なくありません。そうしたパソコンを使わない患者層の集患増患のためには、携帯電話サイトの作成がとて効果的です。いまやモバイルサイトは、パソコンよりも威力があるとすら言われるようになってきています。

看護師募集媒体を見ている看護師さんたちも、ケータイサイトがあれば簡単にクリニック情報を確認できるので、モバイルサイトを持たない他の医療機関とも差がつけられ、リクルーティング効果も期待できます。

ウェブ コンサルティング ラボのご提供するもの

■ウェブサイト作成

スタンダード・バージョン（10ページ程度 コストを抑え、フルオーダーメイドのサイトと同じ効果を追求します）

初期制作費(税別)	100,000円
月額使用料(税別)	30,000円/月

スライドなど、オプションは別途御見積申し上げます。

フルスペックコース（10ページ程度 フルオーダーメイドで、テキストの豊富な、最強の医療ホームページを作成します）

初期制作費(税別)	500,000円
月額使用料(税別)	30,000円/月

ページ数の多い病院などは別途御見積申し上げます。

■WCLケータイ集患サイト

初期制作費(税別)	20,000円
月額使用料(税別)	3,000円/月

お任せサービスサービスなど、
詳細・お申し込みは
<http://www.wcl-m.com>