

※実際のレポートの一部を抜粋しています

クリニック実地調査・運用改善診断レポート

本レポートは、実地調査に基づく現状分析に加え、現場の「判断」を加速させ、クリニックの収益性と患者満足度を最大化するための具体的施策をまとめたものです。

1. エグゼクティブ・サマリー（経営判断のポイント）

調査の結果、貴院は「高効率なオペレーション」という強固な土台を持っています。

一方で、現在の「システム主導」の運用は、一部の患者にとって「事務的」と感じさせるリスクを孕んでいます。

本レポートでは、単なる現状把握にとどまらず、リピート率向上を見据えた具体的な調整ポイントを提示します。

2. 患者体験(CX) & オペレーション詳細分析

各フェーズにおける「事実」「患者心理」「改善への判断材料」を深掘りします。

■ フェーズ1: 受付～洗顔（期待と不安の交差点）

項目	現状の詳細	患者心理の推移	Lunoka's View (改善への一手)
受付対応	Web問診連動で極めてスムーズ。	「待ち時間がなくて助かる」	効率は維持しつつ、初診時には「本日の流れ」を紙1枚（またはLINE）で提示し、先読みの不安を除く。
洗顔導線	備品完備。セルフ運用。	「何を使えばいいか迷う」「これだけでいいの？」	洗顔スペースに「当院がこのスキンケアを選んだ理由」を一言添えるだけで、物販への興味関心に繋がります。

■ フェーズ2: カウンセリング・診察(信頼構築の要)

項目	現状の詳細	患者心理の推移	Lunoka's View (改善への一手)
肌診断(NeoVair)	モニター投影による可視化。	「自分の肌がヤバい(危機感)」	数値の解説に終始せず、「3ヶ月後にこの数値をどう変えたいか」という未来の目標設定を行う時間を3分設ける。
医師診察	簡潔でスピーディー。	「忙しそう。質問しているのかな？」	診察の最後に「何か聞き残したことはないですか？」という一言を定型化し、満足度の低下を防ぐ。

■ フェーズ3: 施術・会計(リピートの分岐点)

項目	現状の詳細	患者心理の推移	Lunoka's View (改善への一手)
施術体験	丁寧な個室対応。	「大切に扱われている安心感」	施術中に「次回の目安」を世間話に混ぜて伝えることで、会計時の予約提案が「売り込み」ではなく「アドバイス」に変わります。
会計・予約	事務的で迅速。	「終わった。次はどうしよう？」	「本日のお手入れメモ」などを手渡す導線を。帰宅後のフォローこそがリピーターを生みます。

3. 空間・導線設計の最適化アドバイス

ハード面の強みを活かし、ソフト面で「情報のズレ」を埋める提案です。

- 「無機質」から「洗練」への調整
施術室のノイズのなさは素晴らしいですが、パウダールームには「次に受けてほしい施術」や「相性の良いホームケア」の案内を、あえて「手書き風」の温かみのあるPOPで置くことで、患者の心理的距離を縮められます。
 - スタッフの動線活用:
スタッフが効率的に動いているからこそ生まれた「余白の時間」を、患者とのコミュニケーション(声掛け)にどう割り振るかのルール化を推奨します。
-

4. Lunoka Works 伴走プラン: 具体的アクション

本レポートを「読んで終わり」にしないための、3つの判断ステップです。

1. 【即時】声掛けの定型化
カウンセリング終了時と会計時に、患者の不安を拾う「魔法の一言」を共通言語にする。
 2. 【短期】院内ツールの見直し
洗顔スペースやパウダールームに、患者が「自分で判断できる」ための情報(メニュー比較表など)を配置。
 3. 【中期】リピート導線のデジタル化:
LINE公式アカウントを活用し、施術3日後、2週間後の「適切なタイミング」でのフォローメッセージを自動化。
-

5. 総括: 投資対効果の最大化に向けて

現在の高効率な運用に、Lunoka Worksが提唱する「判断支援」の視点を加えることで、「回る現場」から「選ばれ続ける現場」へと進化できます。本レポートに記載したズレをひとつずつ解いていくことで、広告費に頼らない安定経営の基盤が整います。

作成: Lunoka Works

費用対効果: 本レポートは、離脱率の低下および顧客単価の向上を目的とした戦略的資産として構成しています。