

【キーワード】 ホームページ制作

集患につながる ホームページのトレンドとは

コロナ禍で、患者の受療行動に変化が表れていると言われています。それに伴い、診療所のウェブサイトのあり方にも影響が及んでいます。集患につながる診療所ウェブサイトのトレンドについて、HERO innovationの平野義和・代表取締役役にお話をうかがいました。

スマホ検索への 対応がカギに

患者は、具合が悪くて受診しようとする、まず、スマートフォン(スマホ)でGoogle検索します。「地域名(駅名)＋「内科(診療科目)」などの組み合わせで検索することが多いようです。検索結果のうち上位に出てきた診療所の「クチコミ」をチェックし、ホームページ(HP)を閲覧して比較検討したうえで、最終的に受診先を決めます。

このことからわかるのは、スマホから患者に来院してもらうためには、診療所のHPが検索結果の上位に表示されることが必要だということです。そうでなければ、自院のHPにたどり着くことすらできません。

そのうえで、比較検討の際に「ここにかかりたい」と思ってもらえるようなサイトにすることが大事になってきます。

つまり、この2つの条件を満たしたHPこそが、集患につながるのです。まず、そのことをしっかりと確認しておきましょう。

院長の写真・プロフィール 効果が変わる

今、診療所の検索はおよそ8割がスマホを使って行われています。スマホに対応していないHPはスマホではとても見にくく、それだけで離れてしまう可能性が高まります。まず何より、スマホサイズに対応させることが前提です。

そのうえで、診療所のHPは、特にスマホを想定した場合、トップページに何を載せるかが重要です。患者の知りたい情報を、簡潔かつ的確にトップページに配置することが求められます。

では、患者の知りたい情報とは何でしょうか。端的に言うと「どんな先生が、どんな治療をしてくれるのか。どこにあり、診療時間はどうなっているのか」ということ。なかでも、医師の情報はとても重要です。患者の多くは「優しい」先生に丁寧に診てもらいたいと思っています。それを意識したうえで、診療に対する思いや自分の専門性について、優しい言葉で簡潔に、あいさつの文章を掲載しましょう。

プロフィールもちろんですが、さらに顔写真の掲載も「Must」と言えるでしょう。

ただし、「怖い顔」の写真などは逆効果です。ここは、多少コストがかかってもプロのカメラマンに撮影してもらうべきです。明るくにこやかな写真を、背景なども考えて撮影してもらいましょう。同時に、院内の施設や設備などの撮影もお



スマホ用に最適化したトップページ

トップページに盛り込むべき情報

- 院長の顔写真
- 院長のプロフィール
- 院長のメッセージ
- 診療所の設備・雰囲気
- 診療所の特徴
- 電話番号／アクセス
- 診療時間
- 予約受付ボタン
- 診療科目(診療内容)
- 感染対策
- 新着情報

願ってもいいと思います。

感染対策の記載は必須

「どんな治療」については、具体的な疾患名や症状を明確に示しましょう。場所や電話番号、問い合わせ先などもトップページには必須です。診療時間も、具体的に示しましょう。専門外来などがある場合は、当然、その曜日や時間、担当する医師などの情報もわかりやすく表示します。

さらに、ウィズコロナのこの時代、感染対策については丁寧に記載しましょう。感染対策はもはや当たり前と思うかもしれませんが、記載がなければ患者は「感染対策が疎かなのではないか」と感じてしまう可能性があります。差別化の要因にはならないかもしれませんが、必要な情報ではあるのです。

またコロナ禍では、患者はできるだけ診療所での他者との接触を減らしたいと考えています。待合

室で長時間待つことは避けたいという意識があるのです。これに対応するには、ウェブ問診やウェブでの予約システムの装備、予約状況の確認、駐車場の空き情報などをリアルタイムで表示する機能を搭載することが望まれます。これらがあれば、より「選ばれる」診療所となるはずですよ。

好意的クチコミで埋没させよう

ここで一段階戻って、Google検索の上位に表示されることと、クチコミの評価について検討してみましょう。

Googleは、検索エンジンの利用者に最も価値がある情報を提供したいと考えています。そのため、最も価値があると認められるだけのコンテンツを盛り込んでいるところが上位に表示されることとなります。医療機関の場合、医療とかかわりの深い内容が評価されるようです。疾患や症状について触れることは、効果があると考えられます。

また、Googleのクチコミの数や内容も、評価の対象となっているようです。その意味でも、クチコミの管理は重要になってきます。

クチコミは、基本的に顧客(患者)が自発的に投稿するものでコントロールすることは困難です。誹謗・中傷に値するような投稿に対してはGoogleに削除を依頼することもできますが、実際に削除されることは稀です。放置するか、ありきた

りのお礼の投稿を返すかしかありません。しかも、その投稿でスタッフがメンタルの不調を訴えることもあります。

まず、誹謗・中傷に対しては、基本方針を決め(放置するなど)、それを上回る好意的な投稿で埋没させることがいいと思います。かかりつけの患者さんにそれとなく投稿を促すなどの方法が考えられます。患者アンケートで改善活動をしつつ、好意的なクチコミ投稿につなげるようなシステムもありますので、地道に広報していくといいでしょう。

*

ひと昔前までは、HPは診療所の「看板」という位置づけでした。しかし、スマホの普及により患者の受診先選びが変化したことで、HPが診療所のインフラの一つになってきました。さらに、新型コロナウイルス感染症の拡大が、その傾向に拍車をかけていると言えるでしょう。

個々の診療所のHPも、こうした流れを押さえて順次改良していくべきでしょう。顔写真を撮り直すだけでも、集患効果が出たというケースもあります。まずは、できることから手をつけてみてはいかがでしょうか。

