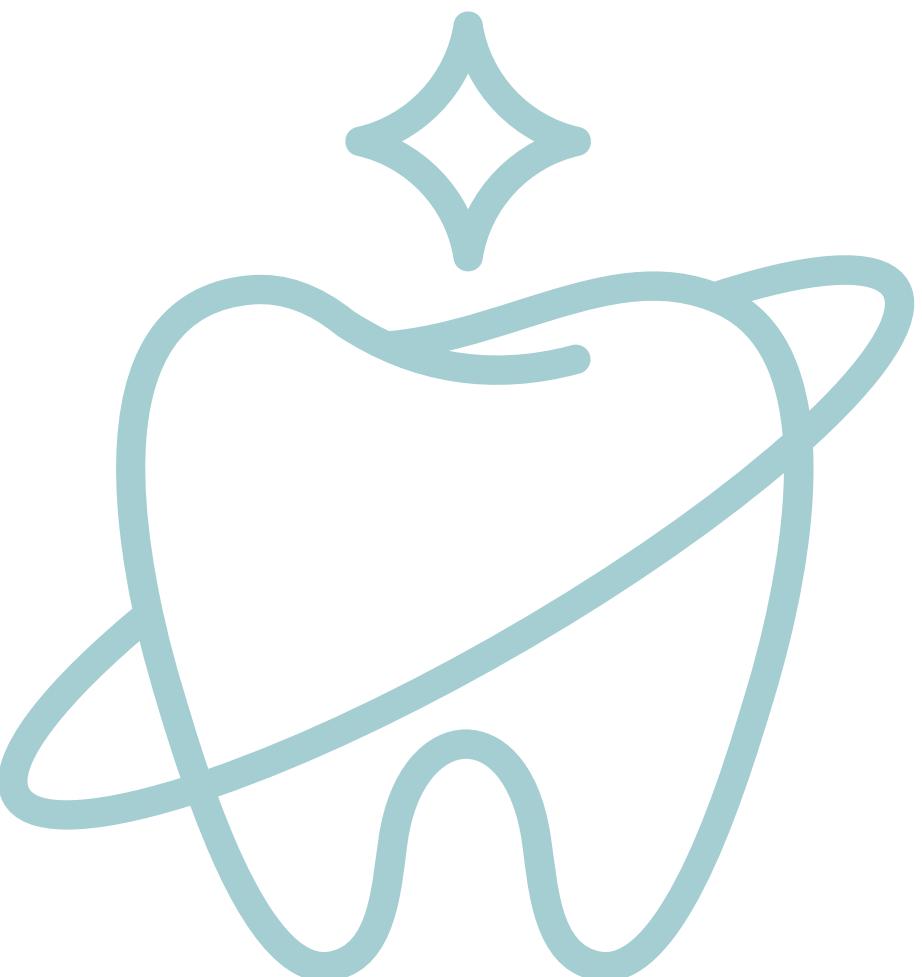


スマイル歯科クリニック様

マーケティング戦略ご提案書

自由診療数を増大するLP改修のご提案

2025年10月22日
株式会社〇〇〇〇
担当：〇〇



目次

ご提案の背景と目的	1
現状の課題	2
理想の状態	3
成果目標・KPI	4
3C分析	5
ペルソナ設計	6
ファネル設計	7

LP設計ポイント	8
改善方針と施策概要	9
改善イメージ	10
ロードマップ	11
推進体制	12
概算費用	13
効果シナリオ	14

01. ご提案の背景と目的



- 1 高松市の中心地という好立地を確保 アクセスの良さを活かした集客ポテンシャルがあります
- 2 「笑顔と自信を取り戻す高度な治療」という明確なコンセプト 差別化された価値提案がすでに確立されています
- 3 高い専門性と技術力の保有 自由診療を拡大するための技術的基盤が整っています
- 4 LP上で高度な技術が「安心」として十分に伝わっていない可能性 自由診療を検討する患者様の不安解消ができていません
- 5 本提案の目的：来院予約につながるLPの改善 離脱率の低減とコンバージョン率の向上を実現します

02. 現状の課題

1

保険診療依存

- ・現在の収益源が保険診療に偏っていて、収益単価の伸び悩みや診療報酬改定の影響を受けやすい構造
- ・自由診療へのシフトを目指す中で、それを支えるWeb施策が必要

2

自由診療のCPA（顧客獲得単価）高騰

- ・自由診療（審美・インプラント・ホワイトニングなど）は高単価の収益源である一方、競合クリニックとの広告競争が激化
- ・リスティング広告でのCPAが上昇中。明確な差別化を訴求し、CVRを上げることが重要

3

LPでの離脱が多い

- ・現在、LPの離脱率は65%と高く、見込み患者を逃している状況
- ・自由診療を検討する患者様が抱く不安をLP上で解消できていない可能性
- ・離脱ポイントを把握できておらず、精査が必要な状態

▶ LP上の訴求力、安心感、信頼性の強化を軸としたLPO戦略が必要

03. 理想の状態

本プロジェクトの成功によって実現する状態を明確にします。

プロジェクトのゴール

自由診療において「安心して任せられるクリニック」として選ばれること

自由診療を主軸とした安定的な経営基盤の構築を実現します。

顧客単価の向上と収益構造の改善により、診療報酬改定の影響を受けにくいクリニック経営を目指します。

実現したい成果

LP改善により以下の成果を実現し、自由診療集客の基盤を構築します

LPの離脱率を改善

離脱率を現状の65%から45%に改善し、より多くの見込み患者様にメッセージを届けます。

滞在時間・スクロール率の向上

LP上で患者様の不安や疑問を解消し、コンテンツへの関心と理解を高めます。

CVまでの導線強化

CTAボタンのクリック率を向上させ、スムーズなカウンセリング予約へと誘導します。

自由診療のCPA適正化

CVR改善により広告費用対効果を高め、オンライン問い合わせ数を安定的に確保します。

組織の変革

クリニック内で「自由診療に注力する方針」がスタッフに浸透し、一貫した患者対応を実現します。

04. 成果目標・KPI

自由診療問診数を1年以内に1.5倍にするため、具体的な数値目標を設定します。

KGI
最終目標

1年以内に自由診療問診数を1.5倍に増加

KPI
判断指標

- ・LPのCTAクリック率を現状の2倍（カウンセリング予約ボタンのクリック）
- ・LP離脱率 現状の65%を45%に改善

KAI
行動指標

- ・スクロール率 主要コンテンツ到達80%
- ・LP滞在時間 60秒以上

05.3C分析

市場・競合・自院の3つの視点から現状を整理し、LPO戦略で優位を築けるポジションを明確化します。

自院 Company



- ・高度な治療技術と最新設備（最新のCTやマイクロスコープ完備）
- ・多角的な自由診療対応（インプラント、ホワイトニング、矯正など広く対応）
- ・コンセプトの明確さ「笑顔と自信を取り戻す」モチベーションの価値）
- ・競合がカバーしきれていない親しみやすさと費用モデルの明確化でアプローチできる
- ・地域密着型の安心感訴求（地域密着だからこそ継続的なアフターケアに強い）

市場 Customer



- ・ターゲット：自由診療検討層
- ・ニーズ：安心感と費用対効果
- ・費用（総額の明示）、痛み（対策）、技術（実績・保証）の3点が揃って初めてCV（問診予約）に至る。
- ・3つの不安を解消し、未来の価値を提示するストーリーの見せ方が必要

競合 Competitor



- ・診療科目が明確で細やかな解説があり、技術や知識をアピール
- ・自由診療メイン型は少なく、小児診療を含む一般診療が大半
- ・院長のブログやメッセージなどで人柄、親しみやすさを訴求
- ・保証制度の訴求はほぼ見られない
- ・患者の声や口コミの掲載がほぼ見られない

本分析により、貴クリニックの競争優位性を可視化しました。

05.3 C分析



地域の患者ニーズ・競合クリニック・自院の強みを分析し、今後の自由診療拡大に向けた戦略基盤を整理します。

戦略的なポジショニング提案

「保証」による安心感の優位性

1

競合が訴求しきれていない「保証制度」と「リアルな患者の声」を押し出し、費用と失敗への不安を同時に解消。技術力だけでなく、結果への裏付けで信頼性を確立します。

多角的なペルソナへのアプローチ

2

競合が手薄な20代（審美）や30代（ホワイトニング）に対し、親しみやすく高級感のあるデザインと、費用モデルの明確化でアプローチし、地域の市場シェアを拡大します。

※ペルソナ・・・自社の商品やサービスを利用する理想的な顧客像を、実在しそうな一人の人物として描いたもの

06.ペルソナ設計



主要な顧客像を3タイプ設定し、それぞれのニーズを可視化します。

ペルソナ①



女性
37歳

ホワイトニング検討中の会社員

職業	営業職（中規模企業勤務）
居住地	クリニックから車で20分圏内
ニーズ	会話時の歯の印象に自信を持ちたい
不安・悩み	痛みや料金、効果
情報収集	Googleで「ホワイトニング おすすめ 高松」などと検索／インスタで体験者の投稿チェック
行動傾向	サービス説明が簡潔・明確で画像付きだと安心／「初回限定割引」などのサービスがあると気軽

ペルソナ②



男性
53歳

インプラント検討中の経営者

職業	飲食店経営
居住地	郊外／自宅と職場の中間エリアで通院したい
ニーズ	歯の欠損で咀嚼困難と見た目のコンプレックス
不安・悩み	料金や安全性
情報収集	「インプラント 信頼できる歯医者」などでWeb検索／口コミ、事例、実績、医師の経歴を重視
行動傾向	症例画像や実績の明示、料金の透明性があると安心／初回カウンセリングで親身な対応があると、リピート意欲UP

ペルソナ③



女性
21歳

歯列矯正に興味がある大学生

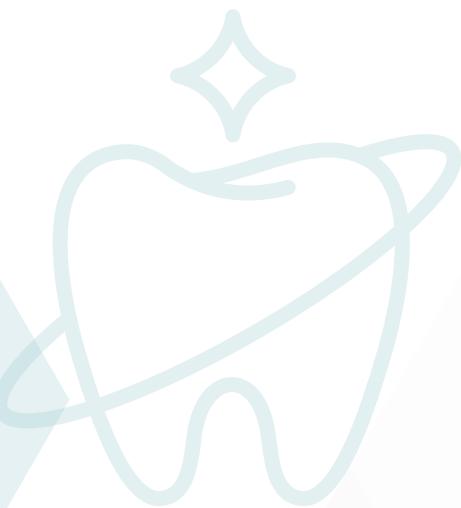
職業	就職を控える大学3年生
居住地	クリニック近辺に実家住まい
ニーズ	歯並びにコンプレックスがあり、就職に備えて矯正したい
不安・悩み	料金や治療期間
情報収集	YoutubeやInstagramで歯列矯正体験談をよく見る／「矯正 費用」などでWeb検索
行動傾向	学生でも無理なく始められる料金設定や分割払いを重視／同年代の症例紹介や、患者の声があると安心

※ペルソナ・・・自社の商品やサービスを利用する理想的な顧客像を、実在しそうな一人の人物として描いたもの

スマイル歯科クリニック様LP改善提案

07.ペルソナインサイトによるLP設計ポイント

3つのペルソナを基軸に、それぞれの意思決定を後押しする構成要素を検討しました。



30代女性 ホワイトニングを検討

1

主な不安 痛み・費用・効果

訴求要素 視覚訴求、体験談、限定オファー

50代男性 インプラントを検討

2

主な不安 安全性、費用

訴求要素 実績、症例紹介、料金明示、保証制度

20代女性 歯列矯正を検討

3

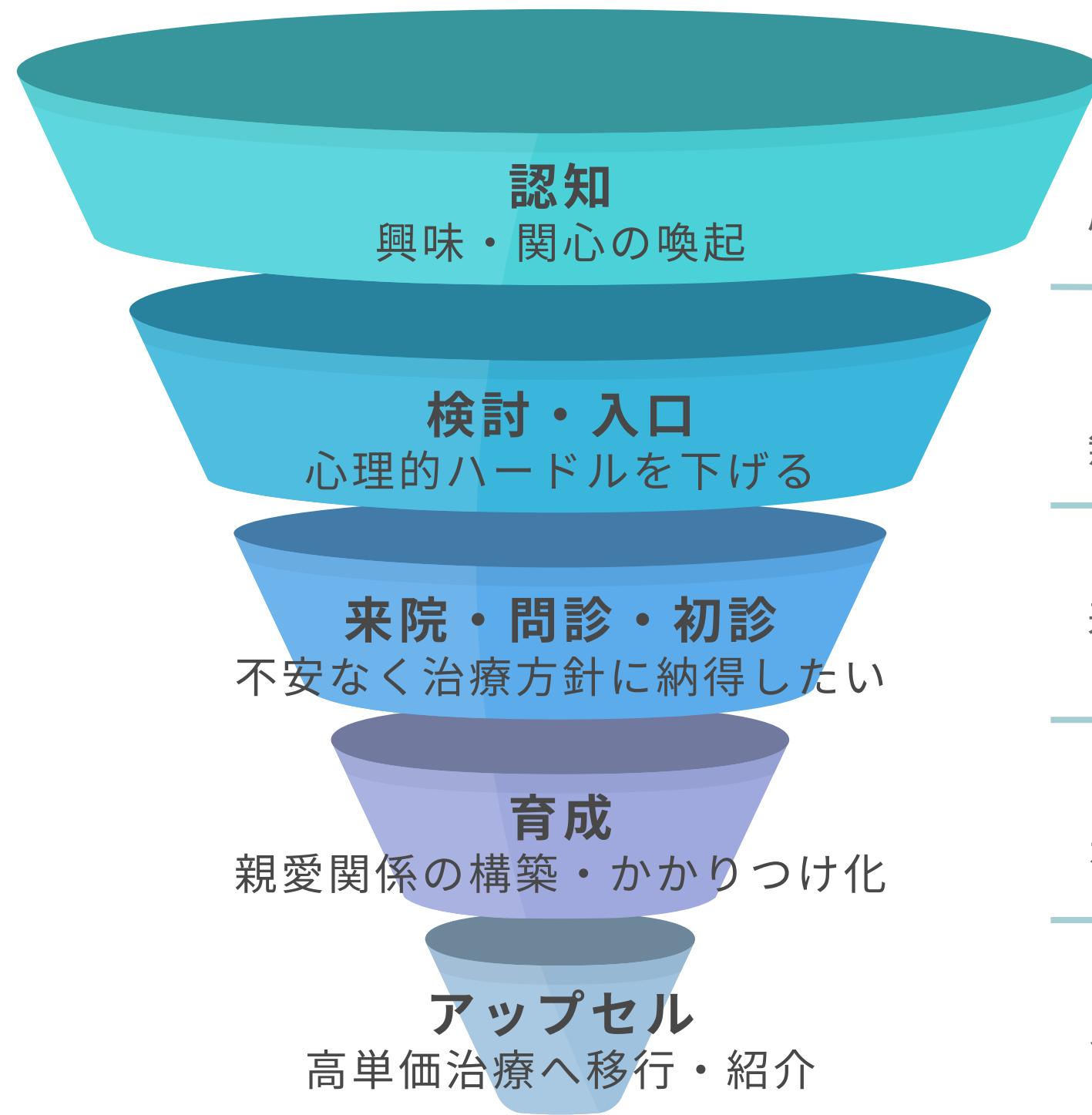
主な不安 料金、期間、親の理解

訴求要素 同世代の事例、支払い方法、親しみやすさ

※インサイト・・・潜在的な心理、ニーズの奥にある欲求

08. ファンル設計 認知から顧客化に至るまでの行動プロセス

信頼構築のための関係作りを目的とし、顧客育成を前提にLPを改修します。



接点・施策

広告、MEO、自然検索、口コミ

無料カウンセリング

来院前に「医師の顔が見える」、「方針に納得できる」状態にしておく

ホワイトニング、審美での日常利用

インプラントなどの高度治療

LPの役割

ファーストインプレッション、興味を持つきっかけ作り、安心・信頼を届ける情報設計

不安解消（特に費用・痛み・失敗）相談してみたいと思わせる導線

技術力と専門性の証明
保証制度の訴求、患者様の声の裏付け

日常利用を促す導線
(例：費用モデル、症例など)
院長のメッセージ

結果への保証、成功事例、ストーリーを配置し、背中を押す情報を網羅

08. ファネル設計 顧客育成でLTVを最大化

信頼構築のための関係作りを目的とし、顧客育成を前提にLPを改修します。



LTVの最大化戦略

リードの獲得

低単価メニューで広く獲得し、来院で初期の接点を持つ

信頼性の獲得

医師のホスピタリティと技術力をご体験いただき、任せられるという信頼を獲得

収益性の向上

信頼関係を構築できた患者に、長期的なメリットを示して高単価メニューへアップセル



まず、ホワイトニングや美容診療などの比較的リーズナブルな価格帯で広く接点を持ち、クリニックへの信頼を築いた上で、将来的なインプラントなど高単価への移行や紹介へつなげます。
単発でなく、長く利用していただき「地域で選ばれるブランド」に育てることを主軸に推進します。

09. LP改善方針と施策概要

ペルソナの不安解消と意思決定を後押しするLP構成要素として、以下11項目を実装します。これにより、リード獲得率の向上と質の高いカウンセリング誘導を実現します。



① キャッチコピー

自由診療への不安解消、提供価値を明確に

② 導入

ペルソナの悩みを言語化し、未来像の提示

③ 料金・プラン

リアルな費用のモデルケースを明示（〇〇円～、ではなく）

④ ユーザーの声

3ペルソナに対応する声を掲載

⑤ CTA（予約ボタン）

モチベーションの上がるポイントに複数設置

⑥ 実績・症例

医師の経歴や症例数、患者の声で安心感を醸成

⑦ サービス紹介

初診から施術の流れ、費用の見える化

⑧ 安心の裏付け

権威性や保証制度などで不安を払拭

⑨ ストーリー

院長の思いや技術などでクリニックを差別化

⑩ よくある質問

ペルソナの悩みに対応したQ&Aを用意

⑪ アクセス・診療時間

Googleマップ連携

現状のランディングページ

課題

- 保険診療依存からの脱却
- 自由診療のCPA高騰
- Webで不安が払拭できず離脱多数



10.具体的な改善イメージ1

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。



①ファーストビュー 現状

導入と共感パートです。ここで自分の悩みを解決できそうと思わせ、スクロールを促します。

The screenshot shows the homepage of the Smile Dental Clinic website. At the top, there's a navigation bar with a logo, a search bar, and links for 'クリニックについて', '診療内容', '医療紹介', and '歯科相談センター'. Below the navigation is a large dark banner with the text '理想の笑顔を手に入れる プレミアム歯科治療' and a subtext about advanced techniques and personalized care. It features a large image of a dental implant. Below the banner are three circular icons for '専門医による治療', '最新設備完備', and '安心の保証制度'. A button labeled '歯科カウンセリング予約' is at the bottom left. At the very bottom, there's some small text and a date '15年2月 2,500回 98%'.

現状の課題

- ・キヤツチが抽象的
- ・自由診療の魅力が不足
- ・未来を期待させる導入が不足

①ファーストビュー 改善後

導入と共感パートです。ここで自分の悩みを解決できそうと思わせ、スクロールを促します。



スマイル歯科クリニック
審美歯科・インプラント専門

クリニックについて 診療内容 医師紹介 無料相談予約 0120-123-456

高額な治療で失敗したくないあなたへ

笑顔と自信を取り戻す
プレミアム歯科治療

審美歯科 ホワイトニング インプラント

15年の実績 2,500件以上 満足度 98%

安心の保証制度

専門医による高度治療 最新設備完備

初回相談（60分）無料で受付中 無料カウンセリング予約はこちら

こんな悩みを抱えていませんか

高額にならないか不安…
痛いのはイヤ
失敗が怖い

ご安心ください。そのお悩みは当クリニックで解決します。

初回相談（60分）無料で受付中 無料カウンセリング予約はこちら

改善ポイント

箇所	変更内容	意図
1 ビジュアル	画像挿入 歯が見える笑顔の30代女性	未来の価値（笑顔と自信）を視覚的に提示し、共感とモチベーションを喚起。
2 メインカラー	ネイビー部分の分量を減らして明るさをプラス	落ち着きと高級感を維持しながら、重い印象を避け、ポジティブな安心感をデザインで表現。
3 メインコピー	「高額な歯科治療で失敗したくないあなたへ。理想の笑顔を手に入れる…」	悩み代弁の一文で共感訴求。 〇〇方へ、で読み手を特定。 未来のイメージを提示。
4 サービス紹介	アイコン変更 ・インプラント→ ・ホワイトニング→ （輝き）	直感的に理解できるものへ
5 実績・症例・満足度	それぞれアイコン風にして強調	安心感の強調訴求
6 導入追加	ファーストビューアー下部に追加 こんな悩みを抱えていませんか ・高額にならないか不安… ・痛いのはイヤ ・失敗が怖い ご安心ください。そのお悩みは当クリニックで解決します。	具体的な悩みを代弁し、共感から信頼へ、モチベーションを移行させる。 スクロールを促進。
7 特徴3つ	下部に移動 ・専門医による治療 ・最新設備完備	ファーストビューに要素が多いため訴求ポイントを絞って簡潔に表現。
8 CTAボタン	フローティングCTAに変更 画面下部に常時表示	行動機会を逃さない。

10.具体的な改善イメージ2

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。



②クリニック紹介 現状

高額な治療費の裏付けとなる安心を提供し、失敗への不安を解消します。

クリニックについて

笑顔と自信を取り戻す、パーソナライズされた高度な歯科治療

当クリニックの特徴

- ✓ 最新のCT・マイクロスコープ完備
- ✓ 経験豊富な専門医による治療
- ✓ 患者様一人ひとりに合わせた治療計画
- ✓ 充実したアフターケア体制

 専門医2名
豊富な経験を持つ
認定専門医

 衛生士3名
きめ細かな
サポート体制

現状の課題

- ・情報が断片的で工程がわかりにくい
- ・表現が抽象的でイメージしにくい
(例：豊富な経験、きめ細かななど)

②クリニック紹介（技術力と実績訴求）改善後

高額な治療費の裏付けとなる安心を提供し、失敗への不安を解消します。

クリニックについて

笑顔と自信を取り戻す。あなたに合わせた高度な歯科診療

当クリニックの安心な特徴



- ✓ 最新のCT・マイクロスコープ完備
oooooooooooooooooooooooooooo
 - ✓ 経験豊富な専門医による治療
oooooooooooooooooooooooooooo
 - ✓ 患者様一人ひとりに合わせた治療方針
oooooooooooooooooooooooooooo
 - ✓ 充実したアフターケア体制
oooooooooooooooooooooooooooo

最新設備とリラックス空間を完備



経験豊富な専門医と看護師が
あなたの笑顔を守ります

当クリニックの施術例



- ・治療期間〇か月
- ・費用自安〇万円
- ・担当医師〇〇



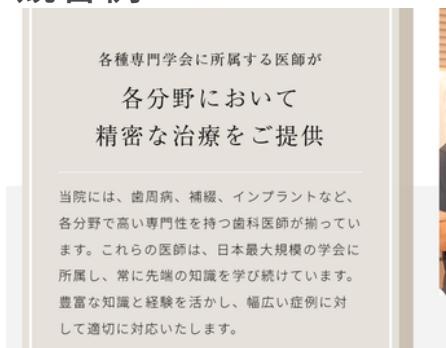
初回相談（60分）無料で受付中

無料カウンセリング予約は[こちら](#)

改善ポイント

箇所	変更内容	意図
1 ビジュアル追加	画像挿入 院長の施術中画像（機材を操作する真剣で知的な印象の横顔）	精密治療を支える設備と、扱う意思の技術を同時に訴求し、客観的な安心感を提供。
2 リードコピー	テキストサイズを拡大・変更	このパートの重要性を強調し、技術への自信を明確に伝える。
3 特徴4つ	それぞれ具体解説を追加し、項目+具体解説のセット構成に	ターゲットへのメリットとなる具体的な価値を提示し、説得力を高める。
4 院内の雰囲気追加	画像とテキスト追加 ・リラックスできる診察室 ・最新設備	治療への心理的ハードルを払拭。痛みへの配慮の他、衛生面も重視している姿勢を伝える。
5 ピフォアフ例追加	Before/Afterの画像 ・治療期間〇か月 ・費用目安〇万円 ・担当医師〇〇 ・保証制度ありのアイコン	リアルな成功事例と結果への保証を示し、投資と施術の不安を払拭。

競合例



スマイル歯科クリニック様LP改善提案

10. 具体的な改善イメージ3

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。



③ 診療内容と費用モデル 現状と改善ポイント

悩みとして最も多く、離脱の原因となる費用と痛みの不安を解消し、心理的ハードルを取り除きます。

診療内容
高度な技術で理想の笑顔を実現

	審美歯科	セラミック治療やホワイトニングで美しい歯 並びと白い歯を実現	50,000円~
	インプラント	失った歯を自然な見た目と機能で回復する最新のインプラント治療	300,000円~
	ホワイトニング	歯を削らずに白く美しい歯にするプロフェッショナルケア	30,000円~

現状の課題

- ・ 実際の費用がわかりにくい

改善ポイント		
箇所	変更内容	意図
1 モデルケースを追加	・画像挿入 ・患者属性（30代女性、など） ・施術内容、期間 ・総費用目安	リアルな総額と内訳を明示し費用への不安を解消。自分事化を促し、費用の納得感を高める。
2 診療の流れを追加	初診～施術完了までの流れを、画像を用いて視覚的に説明	治療の不透明さの不安を解消。
3 痛み対策を追加	痛み対策に特化した具体的な情報を追加掲載	痛みへの不安をやわらげる。



普通にかめるようになった（40代男性）

右上6番の歯を失ったEさん。
■治療内容:インプラント1本
■治療期間・回数:3か月・5回
■費用(自由診療):444,400円（ジルコニアセラミック仕上げ）
※治療費は治療契約当時のものです。治療内容と状態により異なります。
■リスク・副作用:インプラント手術は高齢や持病によってはできない場合もあります。
清掃を怠ると歯周病やインプラント周囲炎が起こることがあります。

10. 具体的な改善イメージ4

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。



④ 医師・実績・症例紹介 現状と改善ポイント

医師の権威性と信頼性を強化し、意思決定を後押しします。

医師紹介

経験豊富な専門医がお一人お一人に最適な治療を提供

田中 健一
院長・審美歯科専門医
経験年数: 15年
東京医科歯科大学卒業。日本審美歯科学会認定医として、
美しく機能的な治療を心がけています。

佐藤 美子
インプラント専門医
経験年数: 12年
大阪大学歯学部卒業。インプラント学会認定医として、安
全で確実な治療を提供します。

現状の課題

- 医師の技術力が表現されていない
- 自由診療に対する信頼性の不足

経歴

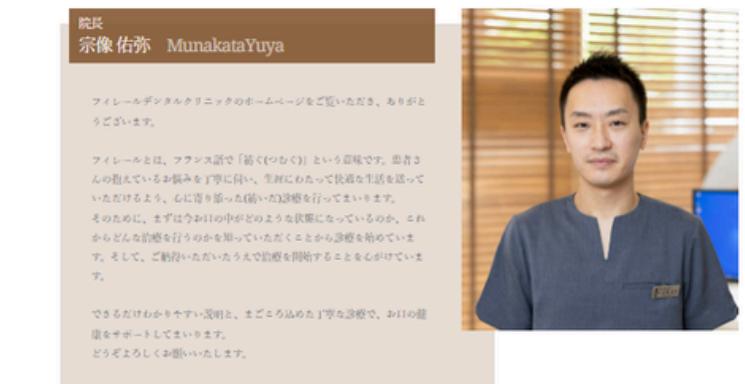
2011年 日本大学医学部 卒業
2011年 会津中央病院歯科・口腔外科にて研修
2013年 奥羽大学医学部附属病院
歯科補綴学講師(以後インプラント)
2015年 奥羽大学医学部附属病院
歯科補綴学講師(以後インプラント)
2018年 宮城県立病院 勤務
2022年2月 フィレールデンタルクリニック 同院

所属・修了セミナー

日本口腔インプラント学会 会員
日本歯科補綴学会 会員
SICDレギュラーコース
CEREC・CAD/CAM基礎(北五城会先生)
CERECコース(小池平先生)
CERECコース(高橋 さ先生)
ダイレクトボンディングクランジングオン(高橋 さ先生)

改善ポイント

箇所	変更内容	意図
1 画像追加	医師アイコンを、実際の顔画像に差し替え	信頼性の向上。親近感と安心感を高める。
2 医師紹介	専門領域、経験年数 経歴、資格、所属学会	権威性の訴求。 任せて安心と思わせるための客観的な裏付けを提供。



経歴	所属・修了セミナー
2011年 日本大学医学部 卒業 2011年 会津中央病院歯科・口腔外科にて研修 2013年 奥羽大学医学部附属病院 歯科補綴学講師(以後インプラント) 2015年 奥羽大学医学部附属病院 歯科補綴学講師(以後インプラント) 2018年 宮城県立病院 勤務 2022年2月 フィレールデンタルクリニック 同院	日本口腔インプラント学会 会員 日本歯科補綴学会 会員 SICDレギュラーコース CEREC・CAD/CAM基礎(北五城会先生) CERECコース(小池平先生) ダイレクトボンディングクランジングオン(高橋 さ先生) CERECコース(高橋 さ先生) ダイレクトボンディングクランジングオン(高橋 さ先生)

10.具体的な改善イメージ5

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。



⑤ユーザーの声・よくある質問 現状と改善ポイント

客観的な証拠と院長の熱意で信頼を訴求します。

現状の課題

- ・コンテンツがなく、自由診療に対する不安を解消できていない

改善ポイント

箇所	変更内容	意図
1 ユーザーの声追加	ユーザーの感想コメント、メッセージをカルーセルで挿入 ・3のペルソナに対応する声	自分と同じ境遇の人が成功しているという安心感を提供。
2 医師からのメッセージ追加	自由診療に対する思いを語る。 治療への情熱や患者様へ安心を届ける哲学など。	技術だけでなく、人柄への信頼感。
3 FAQ追加	高額な自由診療特有の質問をQ&A形式で、アコーディオン表示	治療前の最後の疑問や不安を解消し、気持ちを予約へ向かわせる。

最近、歯に关心を持つ方が増えているように思います。しかしその一方で、「どの歯科医院を選べば良いのか分からない」という悩みを抱えている人も多いと感じます。ですが、痛みが出てしまってからは、歯科医院を選ぶ余裕はなく、さらには歯を対する気持ちも難しくなります。

歯を大切にするためのコツは、事前の対応にあります。その内容は、年齢や歯の経過年数によって異なります。

私が田中浩太は、祖父代から続く歯科医院を継承し、現在は3代目として業務を行っています。

過去60年間、地域のかかりつけ医として患者さんの様に寄り添い、先端技術を駆使してさまざまな事例に対応を提供してきました。

この度、医療の老朽化に伴い、移転と新築を決断し、上本町で新たに開業いたしました。より良いケアを求めるかたがたのホームドクターとして安心して来院いただけるような医院を目指します。由緒ある上本町で、皆様の「新しいあなた」への変化をサポートすることを楽しみにしています。

院長 田中 浩太 Kohta Tanaka

安心感があり、
痛みも少なかったです。

穏やかな印象の女医さんが診察してくれました。
ちゃんと説明してから治療してくれるの
で、安心感があり、痛みも少なかったです。

口コミで通院。
気さくな先生がよい。

ここ最近口コミが広がっているみたい
なので、おばに行かせてみたのですが、とても気さくな方だったようで気に
いっています。

Q:インプラント治療は痛みがありますか?

インプラント治療中は、局所麻酔が行われるため痛みはほとんどありません。
手術後に腫れや痛みが起こる場合がありますが、医師から処方される鎮痛剤で症状を軽減することができます。

Q:インプラント治療の費用はいくらかかりますか?
インプラント治療の費用は、患者さんの状態によって異なります。インプラントの数や手術の難易度、必要な追加治療などによって費用が変わってきます。治療の費用については、事前に治療計画を作成し、医師に相談することをお勧めします。

スマイル歯科クリニック様LP改善提案

10. 具体的な改善イメージ6

現LPのパートごとに、具体的な改善イメージを解説します。

⑥ CTA・基本情報 現状と改善ポイント

導線を明示し、最終的な行動を誘導します。

所在地
〒560-0065
大阪府大阪市中央区手取本町3-15
阪神新前ビル3F

お電話
TEL: 06-123-456
受付時間: 9:00-18:00
(土日祝除く)

診療時間
平日: 9:00-12:00
土曜: 9:00-17:00
日曜: 休診

現状の課題

- CTAボタンが少なく、CVしづらい
- 所在地、診療時間などの基本情報が小さく見づらい

改善ポイント

箇所	変更内容	意図
1 CTAボタン削除	フローティングCTAで常時表示に変更	常時表示でCV機会損失を回避。
2 所在地	所在地のテキスト表示 Googleマップの埋め込み	利便性の向上。
3 診療時間	表形式で明記	予約の利便性の向上。

初回相談（60分）無料で受付中

無料カウンセリング予約はこちら

診療時間	月	火	水	木	金	土	日	祝
9:30～13:00	●	●	●	/	●	●	/	/
14:00～18:00	●	●	●	/	●	/	/	/

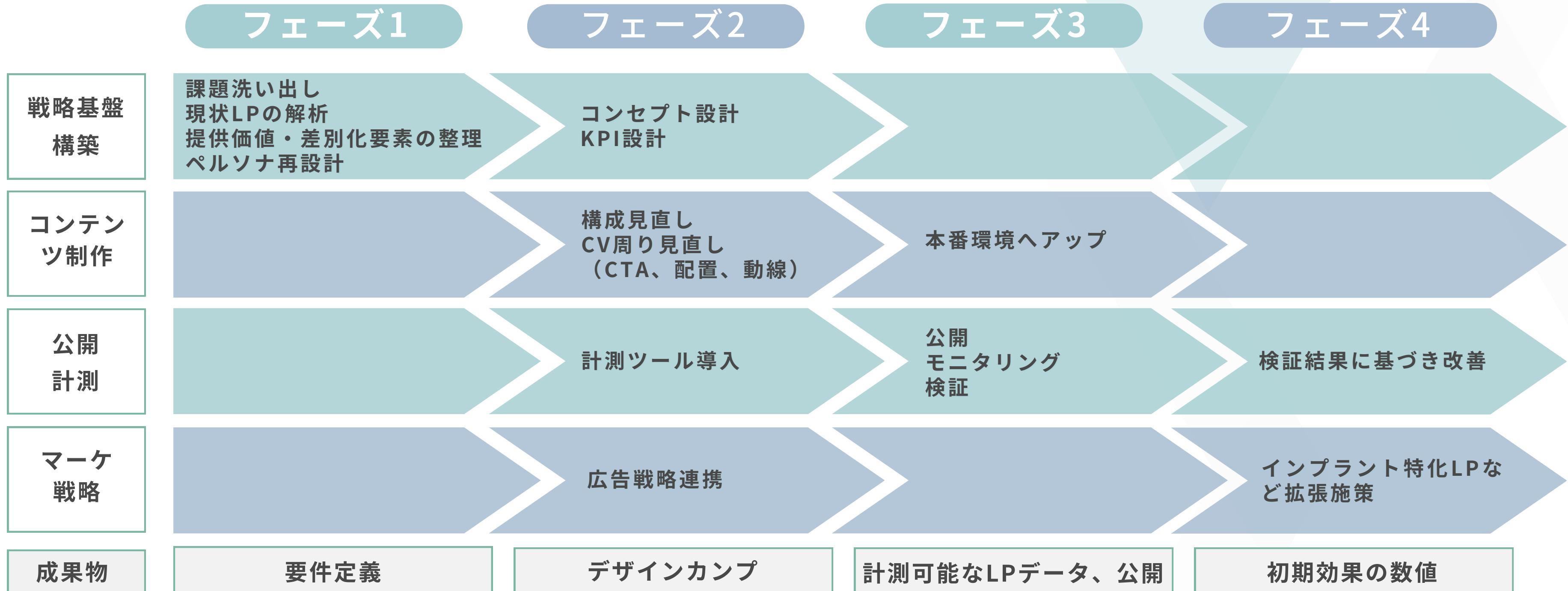
休診日：木曜・土曜午後・日曜・祝日



スマイル歯科クリニック様LP改善提案

11. 未来を描く実行ロードマップ

優先すべき施策を明確にし、効率的に目標に近づけます。



12. 推進体制

スマイル歯科クリニック様と弊社が明確に役割を分担し、伴走型で推進することで、確実な成果につなげます。

スマイル歯科クリニック様



現場知見と最終判断

- ・戦略の方向性最終確認
- ・現場での診療状況のフィードバック
- ・素材のご提供

弊社



ディレクター

- ・全体設計
- ・データ分析
- ・定例レポート作成



開発

- ・コーピーライティング
- ・デザイン調整
- ・コーディング
- ・軽微な改修

連絡手段：チャットツール（Chatworkまたはメッセンジャー）
毎月初に前月レポート提出

ありがとうございました！

THANK YOU



自由診療は、患者様にとって「人生を変える治療」です。

その価値が、必要な方に納得と安心とともに届くよう、私たちは最適な接点作りをサポートいたします。
地域の方に選ばれ、信頼される「医療ブランド」として、貴クリニックのこれからの成長をぜひご一緒できましたら幸いです。

担当：○○

株式会社○○○○

E-Mail : osakajapan@gmail.com

TEL : 06-0000-0000

次回のお打ち合わせで詳細を確認し、具体的なステップを進めていければと考えております。