

Management Club Report

Aug.2006/Vol.44

Monthly Opinion 必勝を目指し不敗態勢を考える

「収益倍増秘策」満載の経営セミナー

歯科医院の来患者を増やすための方策、自由診療を伸ばすためのシステムやPRの仕方などについて「こうすれば出来る!」というようなハウツーセミナーが最近頓に多くなりました。中には「すべて見せます」とか「秘策一挙公開」などといった週刊誌の見出し風のものまで登場するようになりました。その名に値する内容が語られているのだろうとは思いますが、1日数時間のセミナーを聴いただけで来患者が増え、自費収入が拡大するような“秘策”や“裏ワザ”があるとは思えませんので、そのような「特効薬」に期待して受講しても、その期待が満足されることは少ないのではないかと思います。

しかし、誇大広告的なセミナーであっても、週刊誌的キャッチセミナーであっても、必ず自分の経営に有益となるヒントはあるはずで、そのヒントは必ずしも数多くなければならないというものではありません。仮に一つであっても、それが経営の通し柱を強固に補強するほどの重大なヒントとなるものであればそれで十分ではないでしょうか。大切なことはそのセミナーから安易にハウツーをもらおうと受動的に臨むのではなく、そこで語られた内容を自分の経営の中に採り入れ、自分の城の石垣を補強できるものを探そうとする能動的な態度で臨むことではないかと思います。

すでに超有名人となった大阪の開業医、吉永勉先生が自らの講演の中で「セミナーに出席して何か一つでも『これだ』と感じるものがあれば、それだけでそのセミナーに出席した意味はあります。」という話をしていましたが、当社のセミナーで聴いた『釜茹でのカエル』の話は早速その著作の中で紹介してくれていましたし、石川明先生の『世界で一番大切な人と思って治療しよう』という言葉を挙げて「そういう考え方に出会えた一事だけでDBMのセミナーには出た意味があったし、2~3万の受講料の元は十分取れた」。2~3万の受講料云々の件は私の創作ですが、そのような趣旨のことを話してくれたことが思い出されます。

吉永先生は既に独自の経営スタイルを構築していますので、当社のセミナーで聴いた話をそのまま鵜呑みにするようなことはないのかもしれませんが、わざわざそのように言ってもらえるというのは、セミナー主催者冥利に尽きるものでした。

「目からうろこ」のセミナーを主宰する吉永先生ですが、セミナーに対しては先生のような受講態度で臨むことこそが、正に「目からうろこ」の貴重な体験を得ることができるのではないかと思います。

うまくいくための話も重要だが

それにしても余りにも「良いこと尽くめ」のセミナーばかりが多くなりますと、これで良いのかなと首を傾げてしまいます。