

Management Club Report

Jan. 2008/Vol.61

Monthly Opinion << 発展も衰退も『選択の自由』 >>

新年早々、ある会員の先生から一風変わった激励を受けました。

「最近、経営セミナーのダイレクトメールやファックスが毎日のように届く。大半が『こうすれば患者が倍増する』とか『勝ち組歯科医院になる極意』といったようなものばかりで、歯科医師も軽く見られるようになったなあとと思う。DBMだけはこれからもそんなPRは絶対にしないで！お願いだから」

実は、「今年はずっと気を引くような表現をしなくては…」と思っていた矢先のことでした。何か心の中を見透かされた感じがしてやや焦りながら「勿論！そんな品のない客引きもどきのPRなんかするわけないでしょう！」と思わず強弁してしまいましたが、年始早々有難い警鐘を鳴らされた思いでした。

人間でいうと60歳の「還暦」を過ぎ、再び1から再スタートという心境で、この第61号を書き始めましたが、

「顧客を軽薄視するようなことは自分の誇りを捨てることだ」

この警鐘は、そのようなビジネスの原点を再認識させてくれました。本筋を外すことなく新しい変革に挑戦していこうと思います。

本年も何卒よろしくお願い申し上げます。

1

『働き甲斐のある組織』をつくる

ヒューマンスキル講座の狙い

昨年、『ヒューマンスキル講座』と銘打ったセミナーを東京、大阪、福岡の3箇所で開催しました。従来行なっていた1日コースの『顧客対応スキルアップ研修』や『最強の歯科助手セミナー』の内容を更に広く深くしたもので、3ヵ月毎4回に亘って実施しました。

お陰さまで一定の評価を得ることができ、今年も再度実施することになりました。トータル24時間のセミナーで学んでもらいたいことは、社会人として、組織人として、そして医療人として生き活きと生きるために必要とされる対人関係能力についてです。歯科医院が医療機関として正常に機能するためには個々人のテクニカルスキルの向上が不可欠ですが、組織として活性化するためには個々のヒューマンスキルの高さが求められます。特に“オーナー社長の個人企業”である歯科医院においては、少人数であるだけに一人ひとりのヒューマンスキルの高低が大きく影響してくると言えます。