

■ 新着商品ご案内



モモセ歯科商会 チュチュベビー L8020乳酸菌 マウスドロップ

オーラルケア

- ・L8020乳酸菌とキシリトールを配合したぶどう風味のマウスドロップです
- ・アレルギー特定原料等28品目不使用で、6ヶ月頃の乳幼児からご使用いただけます
- ・お客様の口に直接滴下できるので場所を選ばません
- ・おやすみ中の口内ケアや歯みがきのこほうびにしています
- ・キシリトール配合（砂糖不使用）製品です

メーカー希望患者希望価格：600円（30ml）



大栄歯科産業 Vita C deep shot

ビタミンC含有加工食品

- ・特許技術の応用によって、水に溶けやすく体外へ排出されやすい性質を持ったビタミンCの吸収性に加えて、即効性、持続性を叶えました
- ・胃酸に負けず、腸から効率よく体内へ吸収されます
- ・ビタミンCの利用効率と機能性をサポートするビタミンA、ビタミンE、ビタミンB群を配合
- ・ビタミンCは、健康な歯ぐきに欠かせないコラーゲン合成を助ける大切な要素です
- ・インプラントや外科処置を受けられる方や、歯周病ケア継続中の方、喫煙習慣のある方におすすめです

標準価格：7,000円（60g）

■ 今週のコラム

歯科経営コラム

新患集客に追われる医院が 陥る罠



多くの院長が「新患が減った」と焦り、ポータルサイトやWeb広告に資金を投入します。しかし、医院経営を本当に安定させるのは新患ではなく「リコール（定期検診）の定着」です。

マーケティングの世界では、新患獲得コストは既存患者を維持するコストの5倍かかると言われています。

毎月必死に新規を集めても、バケツの底が抜けたように離脱しては、院長の労働時間がすり減るばかりで利益は残りません。広告に予算を割く前に、なぜ次回予約が取れないのか、衛生士の提案方法や院内の仕組みを徹底的に見直すべきです。

リコール率が5%改善するだけで、翌年の利益体質は激変します。地に足の着いた経営は、足元の患者を囲い込むことから始まるのです。

イデア総研税理士法人
業務3課 山本 耕平

■ キャンペーン情報

松風 研削・研磨キャンペーン

期間中、対象商品を特別価格にてご提供いたします。
ぜひ、この機会をご利用ください。



キャンペーン期間
7月1日～7月31日

マニ JIZAIシステム導入キャンペーン

JIZAIトレーニングセットと各製品単品、根管模型を特別価格にてご提供いたします。
ぜひ、この機会をご利用ください。



キャンペーン期間
6月22日～8月20日

モリタ オラブラ液体包帯口腔用 発売1周年記念キャンペーン

『オラブラ液体包帯口腔用 10袋』とオラブラ液体包帯口腔用デンタルマガジン抜き刷り冊子1部と患者さん向けリーフレット10枚、患者さん向け動画案内カード10枚を組み合わせ特別価格にてご提供いたします。



キャンペーン期間
6月22日～8月20日

