

실전! 병원코디네이터 요약정리

1차시 병원코디네이터 제도	
1장	최근의 의료환경의 변화 1) 의료기관의 양적 팽창 2) 의사의 증가로 경쟁 심화 3) 고객수준향상 4) 대형병원과 전문병원출현 5) 병원의 경영 및 마케팅 도입 6) 의료의 고객가치의 향상 7) 의료관광시대 도래
2장	병원경영의 흐름 1) 경영의 중심체 변화 2) 고객가치의 증가로 기본가치 이상의 대우필요 3) 고객만족의 경영시대 4) 진료와 진료외적 품질을 총괄적으로 판단 5) 병원품질향상을 위한 적극적 실행
3장	병원코디네이터 제도 1) 병원코디네이터는 병원분위기를 원활하게 조정하고 최고의 시너지 효과가 나도록 역할을 함. 2) 고객의식의 향상과 병원경영의 악화로 고객만족을 이끌기 위하여 병원코디네이터 제도가 도입됨. 3) 1990년초 1인 다기능시대에서 21세기는 직무에 따른 병원코디네이터의 역할이 전문화되고 세분화되고 있음. 4) 병원코디네이터의 고객과의 세밀한 상담과 지속적인 고객관리로 진료동의율과 약속 이행률이 증가함. 5) 긍정적인 병원근무분위기를 조성하고 차별화된 서비스를 고객에게 제공하며 고객과의 유대감형성으로 고객과 병원의 신뢰감을 향상시키는 역할을 한다.

2차시 병원코디네이터의 비전

1장	병원코디네이터의 전문화 1) 리셉션코디네이터 : 병원의 시작을 함께하는 중요한 역할을 하며, 시각, 청각, 후각, 미각으로 편한 분위기를 연출하며, 접수, 수납, 전화상담, 불만고객응대를 한다. 2) 상담코디네이터 : 치료계획 수립, 의사의 치료가 원활히 이루어지도록 의사와 진료 팀 간의 원만한 중재자로서의 역할을 한다. 3) 서비스교육코디네이터 : 병원에서 발생하는 서비스에 관계된 모든 일을 수행하며, 서비스제공자와 고객간의 원활한 관계형성의 역할을 하며 직원교육을 도모한다. 4) 경영코디네이터 : 의료계의 변화시장조사, 병원 문제점 파악, 분석, 홍보 마케팅을 통하여 병원경쟁력을 향상시킨다.
2장	병원코디네이터의 자질] 1) 서비스태도 : 고객지향적인 사고와 적극적인 대인관계 능력으로 내부고객과 외부고객을 응대할 수 있어야 하며 원활한 유대관계를 유지할 수 있어야 하다. 2) 서비스기술 : 병원코디네이터는 다양한 연령층의 고객과 다양한 욕구를 응대하는 직업이므로, 긍정적인 사고와 여러 형태의 상황에 대처할 수 있는 서비스 기술이 필요하다. 3) 서비스지식 : 병원 서비스특성과 서비스 품질, 고객만족 요소에 관한 분석과 서비스 절차와 수행 방법에 대한 전반적인 지식과 이를 실행할 수 있는 지식과 넓은 견문이 필요하다.
3장	병원코디네이터의 리더십 : 병원코디네이터가 갖추어야 할 바람직한 리더십은 서번트 리더십이다. 타인을 위한 봉사에 초점을 두고, 직원들과 고객의 커뮤니티를 우선으로 하여 그들의 욕구를 만족시키기 위해 헌신하는 리더십을 의미한다. 또한 공동의 목표를 이루어 가는데 있어 정신적, 육체적으로 지지하지 않도록 환경을 조성해주고, 도와주는 섬김 실천적 리더십이다

3차시 병원코디네이터의 내적 자세

1장	서비스의 가치												
	<table><tr><th>분류</th><th>의미</th><th>마케팅 직무화</th></tr><tr><td>무형성</td><td>서비스의 평가성 서비스의 불확실성</td><td>서비스의 유형화적 증거제시, 활용</td></tr><tr><td>소멸성</td><td>수요, 공급의 차이</td><td>판매촉진, 예약활용, 수용능력조절</td></tr><tr><td>동시성</td><td>제공자의 수행능력의 접촉</td><td>고객위주의 장비, 설비, 시스템, 수행능력교육과 지원</td></tr></table>	분류	의미	마케팅 직무화	무형성	서비스의 평가성 서비스의 불확실성	서비스의 유형화적 증거제시, 활용	소멸성	수요, 공급의 차이	판매촉진, 예약활용, 수용능력조절	동시성	제공자의 수행능력의 접촉	고객위주의 장비, 설비, 시스템, 수행능력교육과 지원
	분류	의미	마케팅 직무화										
	무형성	서비스의 평가성 서비스의 불확실성	서비스의 유형화적 증거제시, 활용										
소멸성	수요, 공급의 차이	판매촉진, 예약활용, 수용능력조절											
동시성	제공자의 수행능력의 접촉	고객위주의 장비, 설비, 시스템, 수행능력교육과 지원											
2장	의료서비스의 이해 고물입, 고위험, 불확실성 - 생명과 직결되므로 완벽한 서비스를 진행할 책임과 의무가 있다. 원상 복귀형 서비스 - 100% 완벽한 진료, 100% 회복은 불가능하다. 평가의 어려움 - 의료적 전문성의 벽과 서비스평가의 주관적 판단으로 평가가 어렵다. 구전의존형 서비스 - 고객의 입 소문으로 흥망이 결정된다.												
3장	병원고객의 이해 병원고객은 구매 동기의 수준이 정확하고 동의율이 높다. 병원고객은 불안하고 즐겁지 않은 심리로 출발한다. 병원고객(환자)들은 우울하다. 병원고객은 고객과 눈을 맞추고 이름을 불러주기 원하며 고객은 의사 또는 직원들과의 심리적 접촉의 욕구가 있다.												

4차시 병원코디네이터의 외적 자세

1장	<자세관리> - 바른 몸가짐은 바른 행동의 기본이다. - 바른 자세와 좋은 동작은 고객에게 안정감을 주며 스스로에게도 건강함을 준다. - 밝고 온화한 표정으로 바른 자세를 한다. - 서는 자세는 몸의 중심을 잘 잡고 배는 안으로 당기며 눈은 자연스럽게 바라본다 - 앉는 자세는 엉덩이를 의자 깊숙이 앉고 발끝은 가지런히 모아 정면을 향하게한다. - 방향지시는와 물건 수수는 고객의 눈을 바라보며 행동의 시작과 끝을 한다. - 상황에 따른 약식인사(목례, 보통례, 정중례를 사용하여 고객을 맞이하고 친절함을 표현하며 고객을 배웅한다. - 인사는 미소로 시작해서 미소를 끝내며 좋은 인사말을 덧붙이며 공손하게 한다.
2장	<표정관리> 병원코디네이터의 좋은 표정은 고객에게 맘의 여유를, 상황에 맞는 표정은 고객에게 위로를 줄 수 있다. -평소 거울을 자주 보는 습관을 기른다.- -얼굴 근육 훈련과 표정 훈련을 지속적으로 한다. -상대방과의 아이컨택을 실천한다. -밝고 긍정적인 성격과 마음의 여유를 가지려고 노력한다. -좋은 표정을 찾기 위하여 스스로를 진단해보아야 한다. -눈썹과 눈동자, 입꼬리를 변형시키는 연습을 하라
3장	<이미지관리> 병원코디네이터 외적 이미지의 성공여부는 노력에 의하여 결정된다. 단정한 용모는 고객에게 신뢰감을 주고 좋은 대인관계의 바탕이 되며 일에 성과에도 긍정적인 영향을 미친다. 깔끔하게 묶거나 올린 헤어스타일과 밝고 따뜻한 계열의 화장과 최소한의 악세서리를 화려하지 않게 한다. 단정하고 깨끗한 유니폼을 갖추어야 하며 자신을 밝히는 명찰은 반드시 패용해야 한다. 또한 지나치게 개성이 드러나거나 유행에 민감한 복장은 좋지 않으며 고객에게 불쾌감을 주지 않기 위하여 청결하고 단정한 몸가짐으로 고객을 응대해야 한다.

5차시 병원코디네이터의 매너관리

1장	바람직한 고객응대의 원칙 - 일대일 응대 : 1:1일 응대로 고객이 존중 받고 있다는 생각이 들 수 있게 한다. - 차별 없는 응대 : "중요하지 않은 고객은 단 한 명도 없다!"는 확실한 마인드로 모든 고객에게 최선을 다한다. - 선착순 응대 : 대기시간을 민감하게 생각하므로 개인의 단독 판단은 금물이다. 특별한 경우에는 그 이유를 설명하고 양해를 구한다. - 눈을 보며 응대 : 고객은 의료진과 직원의 눈을 바라보며 안정감과 본인에게 집중됨에 위로를 받는
2장	병원직원의 매너 : 서비스리더자인 병원코디네이터는 근무 중에서도 동료들에게 모범이 되어야 한다. -병원특성상 모든 동작은 언제나 조용하게 한다 -직원간의 대화는 간결하게 작은 목소리로 한다. -근무 중 데스크에서 직원간의 사적인 이야기는 되도록 자제한다. -리셉션에서 간식은 금물이다. -부득이한 경우 외에는 뛰지 말고 조용히 걷도록 한다. -항상 예의 바르고 활기차게 업무에 임한다. -행동의 신중히 하고 남을 배려한다.
3장	외부고객과의 비즈니스 매너 1) 소개매너 첫째, 일어서서 밝은 표정으로 소개 나누기 둘째, 인사와 악수 나누기 셋째, 명함 교환하기 2) 명함매너 ①명함을 드리기 -목례를 한다 - 양손으로 명함의 여백을 잡고 건넨다 - 소속과 이름을 정확하게 말한다. - 명함을 건넬 때는 이름이 상대방 쪽을 향하도록 한다 -미소와 함께 상대방의 눈을 바라본다. ② 명함 받기

	-목례를 하며 양손으로 정중히 받는다 (또는 오른손으로 받고 왼손으로 받친다.) - 명함은 받은 후 바로 놓지 말고 명함을 본다. -명함을 볼 때는 가슴 부근까지의 높이로 들고 본다. -회사명과 이름이 틀리지 않도록 조심하여 올바르게 읽어 보인다 - 명함은 정중히 취급한다
--	--

6차시 커뮤니케이션의 관리

1장	의료 커뮤니케이션 - 병원접점직원이 수행하는 업무의 80%를 차지한다. - 커뮤니케이션은 사람의 신체에서 혈관과 비슷한 작용을 한다. - 병원조직을 연결하는 접착제 역할을 함 - 상호관계를 유지시켜 주는 집단 행동의 중요한 요소로 성과에 많은 영향을 미침
2장	비대면 커뮤니케이션 1. 친절 - 미소로 소중히 받겠습니다 - 정보를 제공하겠습니다. - 고객의 기분을 배려하겠습니다. - 적극적으로 경청하겠습니다 2. 신속 바로 처리 해 드리겠습니다. - 최대한 신속히 받겠습니다. - 간단명료하게 응대하겠습니다. - 오래 기다리지 않게 하겠습니다 3. 예의 - 정중 하게 받겠습니다. - 고객보다 먼저 끊지 않겠습니다. - 부서와 이름을 밝히겠습니다. - 고객의 입장을 배려하겠습니다. 4. 정확 - 명확하게 발음하겠습니다. - 기록으로 응대하겠습니다. - 되묻지 않도록 하겠습니다. - 복창으로 확인하겠습니다 - 직원간의 대화는 간결하게 작은 목소리로 한다. - 근무 중 데스크에서 직원간의 사적인 이야기는 되도록 자제한다. - 리셉션에서 간식은 금물이다. - 부득이한 경우 외에는 뛰지 말고 조용히 걷도록 한다. - 항상 예의 바르고 활기차게 업무에 임한다. - 행동의 신중히 하고 남을 배려한다.

3장	바람직한 서비스 커뮤니케이션 - 상대에 대한 존중 - 적절한 반응 - 격려, 긍정적으로 말하기 - 감정, 느낌 말로 표현 - 내 맘대로 넘겨 짚어 생각하지 않기 - 시선처리는 자연스럽게(Bussiness eye zone) - 권유형, 의뢰형(쿠션언어) - 쉽고 간결하게 - 경청에 대한 표시(제스처, 메모, 질문)
----	--

7차시 불만관리

1장	<불만고객의 이해> 1) 불만 고객의 이해와 관리 필요성 2) 불만발생과 병원손실 관계 등 불만관리 중요성 부각 3) 불만 관리 미흡으로 인한 부정적 결과 초래 4) 불만 관리 대처 만족으로 인한 긍정적 결과 초래
2장	불만응대기법 1) 불만 고객 응대를 위한 원칙 - 책임공감의 원칙 - 역지사지의 원칙 - 감정통제의 원칙 - 피뢰침의 원칙 2) 불만 고객의 신속한 응대 처리 3) 불만 고객의 응대 스킬 필요성 4) 유형별 불만 고객 응대 스킬 활용
3장	불만제로관리 1) 고객 만족을 위한 단계별 프로세스 - 문제인식의 단계 - 공감의 단계 - 해결방법 모색단계 - 현장적용 단계 2) 불만사례 매뉴얼 구축 활용 3) 불만고객을 위한 경영적 다양한 도구 설치 4) 고객만족도와 직원 보상 연계 5) 점점별 최선의 서비스를 미리 설계

8차시 리셉션 실무1

1장	업무 준비 고객을 맞이하고 접수하는 업무 대기실 관리 동반고객응대 전화응대 기본 상담 환경관리 고객흐름체크 수납 및 예약관리
2장	환경관리 -외부환경 : 병원간판이 고객에게 노출이 잘 되어있어야 하며 주차장이나 병원 표시가 잘 되어 있는지 점검할 필요가 있다. - 내부환경 : 고객입장에서의 동선과 편의 시설을 갖추어야 한다. (물리적 시설에 대한 욕구와 선호 반영) : 그 병원 특색에 맞거나 진료 스타일에 적합한 인테리어, 청결, 정리, 정돈, 가구, 소파로 디자인할 경우 고객의 선호도나 신뢰도가 향상된다. -상담환경 : 가급적 <u>독립된 공간으로</u> 확보하는 것이 좋다. : 전문적이고 세련되면서도 편안함과 신뢰감을 줄 수 있게 한다. : 조명은 너무 밝거나 어둡지 않게 한다. : 고객과 보호자가 앉을 수 있도록 의자를 여유 있게 준비한다. : 작은 음악과 방향제로 후각적인 만족도 고려한다. : 안정감 있는 차를 대접하는 것도 좋다
3장	대기실 효율적 관리 고객의 대기시간을 감소시키는 것만으로도 고객만족은 향상된다. -대기실의 고객을 위한 볼거리, 읽을거리 등을 다양하게 준비해야 한다. -마케팅의 다양성으로 고객이 대기하면서 병원에 대한 유익한 정보를 얻을 수 있게 한다. -병원 진료를 홍보할 수 있는 브로셔, 리플렛을 통하여 진료의 상식과 진료 구매 욕구를 넓힌다. -DVD를 통한 진료 영상, 진료 홍보로 병원을 알리는 시간으로 대기실을 활용한다. - 불필요한 업무절차는 과감히 생략해서 대기시간을 줄여야 한다.

	- 병원진료능력과 장비, 시설 등을 고려하여 스케줄을 조절하여 대기 시간을 줄일 수 있는 방안을 모색한다
--	--

9차시 리셉션 실무2

1장	접수 응대의 5S • Stand up – 일어나서 맞이하기 • See – 고객 눈을 바라보며 대화하기 • Smile – 미소와 함께 응대하기 • Speed – 신속하게 응대하기 • Skin-ship – 고객과의 친밀감을 형성하기
2장	1. 진료제도의 종류 - 자유 방문제 - 순번제 - 예약제 2. 예약의 원칙 - 중요 약속<시간 오래 걸리는 진료>은 하루 전에 꼭 전화로 확인 한다. - 하루의 첫 약속은 시간을 잘 지키는 사람으로 약속한다. - 문제 환자의 경우 다른 환자와 동시에 약속을 잡지 않는다. - 대기하며 기다리는 동안 책, 신문, 음료 제공 - 대기 중 환자의 상태를 파악한다. - 환자의 대기를 병원 측에서 알고 있다는 것을 인식시킨다. - 진료 보조 인력이 허용하는 만큼 중복 약속이 가능하다.
3장	1. 진료비 수납이란 : 고객의 진료비 계산 및 수납활동 처리업무를 의미 2. 미수금 관리법 -담당 의사, 직원, 코디네이터 모두가 구체적으로 진료비를 알고 있고 말해야 한다. -신속하게 지속적으로, 긍정적이면서도 정중하게 응대한다. -상황에 맞게 전화 또는 편지 등을 활용하고 이에 적합한 메시지를 준다. -고객의 특성을 파악하여 이에 맞게 대응한다. 소신을 가지고 지속적으로 응대한다 3. 고객관리콜 1) 진료 확인 콜 : 귀하하신 고객님의 치료 예후를 점검하기 위한 전화나 문자 2) 예약 콜 : 고객님의 내원하실 날짜와 시간을 알려드리는 전화나 문자 3) 해피 콜 : 병원서비스에 대한 만족을 확인하는 전화나 문자

	4) 리 콜 : 재진 고객과의 지속적인 교류와 정기적인 관리를 위한 전화나 문자 그 외 불만 콜, 이벤트 콜, 명절 콜, 생일 콜, 기념일 콜 등을 활용한다
--	--

10차시 상담 실무1

1장	-병원코디네이터의 상담 : 의사를 도와 고객이 편안하게 진료를 받을 수 있게 도와주는 일련의 전문적 서비스이다. -병원코디네이터의 상담 효과 상담으로 환자의 욕구를 이해하고 그에 맞는 대응을 함으로써 고객이탈을 막고 고객과의 관계를 증진시키며, 새로운 환자를 유치하며 고객만족을 통해 병.의원의 성과를 높이기 위해 효과적이다.
2장	고객의 상담에 대한 불신적 심리가 발생하는 원인 - 불신: 고객이 가지고 있는 문제를 해결하는 책임자임을 전달하지 못함 - 불요: 고객이 가지고 있는 문제를 공유하는데 실패 - 부적합: 고객에게 제시된 치료책이 환자가 자신의 조건에 부적합하다고 느낌 - 불급: 치료책에 대한 동의가 있었음에도 고객 스스로 당장 치료에 들어가지 하는지 결정하지 못함 - 불만: 고객의 주관적 느낌과 객관적인 변화추이에 대한 지속적 관리가 제대로 되지 않음
3장	상담의 내적자세 : 존중하는 마음을 행동으로 보여라 : 상담자의 부드러운 어투와 어조, 적당한 말의 속도, : 경청하는 자세, 부드러운 표정, 다정한 시선처리 : 연령과 관계없이 존칭을 한다. : 충분한 설명으로 고객의 동의를 구하여 최종 결정은 고객이 할 수 있게 한다. 상담의 외적자세 : 듣는 사람을 정면으로 경청하여 집중하고 있음을 보여준다. 부드러운 시각처리를 위해 눈동자와 미간을 천천히 번갈아 바라보는 것이 좋다. 지나치게 과장한 미소는 오해를 만들 수 있으며 상담도중 한숨을 쉬는 것은 오해의 소지가 있으며 고객의 심리를 불안하게 만들 수 있는 요인이 될 수 있다. 그리고 상담시에는 적극적인 자세를 보여주기 위하여 상반신을 고객 앞으로 기울게 하고 의자에 엉덩이만 부치는 것이 좋다.

11차시 상담 실무2

1장	상담절차와 준비사항 1단계 - 고객의 상태를 설명하는 시작 단계이며 고객의 상태를 걱정하며 좋은 의견을 제시하는 긍정적인 분위기를 형성하는 것이 중요하다. 2단계- 현재의 좋지 않은 상태를 방치할 경우의 상황과 그에 맞는 근거 자료 제시하다. 3단계- 효과적인 치료를 권고하고 긍정적인 예후를 설명하여 희망적인 메시지를 전달한다. 4단계- 적절한 치료비를 설정하고 그에 합당한 설명과 다른 상품과의 비교분석을 하여 동의를 높인다 5단계-환자가 치료를 동의하지 않을 경우는 질문을 통하여 그 문제점을 해결하는 상담이 필요하다.
2장	상담체결기법 진료 전 상담 -환자와 눈을 맞춤 -자신을 소개 (명함 활용) -환자의 이야기에 집중하여 구체적인 파악 -해결방법을 다양한 진료 매뉴얼을 제시하며 상담 -만족확인 진료 중 상담 -즉시 응대 -이름 기억 -고객이 말할 수 있는 기회 유도(기대치 파악) -공손하고 세련된 언어 전문이미지 -진료, 검사 중 있는 증세나 이상 증세 등 경험 통해 상담 진료 후 상담 -진료 후 진료실에서 환자가 나갈 때의 대화도 중요함 -진료 후 “진료에 협조해 주셔서 감사합니다.”라는 표현 -주의사항 전달 -다음 약속을 하고 약속카드를 전한다. -환자로 하여금 자신이 받은 진료에 대해 안심하고 병원 스텝에 대한 신뢰감을 갖도록 도움
3장	상담 동의 체결 스킬 -질을 강조한다.

	: 이상적인 치료계획을 설명하며 치료 후에 얻을 수 있는 이익을 강조한다. -시각적인 자료를 많이 사용한다. : 책이나, 사진, 스크랩파일, 모형 등의 다양한 도구를 활용하여 이해를 증진시킨다. -고객을 이해한다. : 고객의 미움과 사정을 이해하고 공유감을 형성한다. -고객의 참여를 유도한다. : 고객이 적극적 참여하고 협조하도록 유도한다. -진료 차트에 상담 내용을 기록한다. : 고객관리를 위하여 고객의 특성을 기록하여 맞춤 응대를 할 수 있게 하며 정확한 치료계획 및 요구사항을 적어서 치료에 반영한다.
--	--

12차시 병원접점관리

1장	<고객접점의 이해> 결정적 순간 =진실의 순간 고객이 접점에서 서비스를 제공하는 조직과 그 품질에 대해 어떤 인상을 받는 순간 -고객 접점의 구성 1. 시설접점 - 고객이 보고 느끼는 공간(위치, 교통, 주차시설, 건물, 병원 내 인테리어적인 요소,장비,가구 등) 2. 정보접점 -고객이 접하는 정보 및 절차적인 서비스(외부 및 내부 시스템의 절차, 예약, 서비스, 업무처리 3. 인적접점- 고객이 느끼는 직원의 고객지향도) 친절도,용모,유니폼,매너,성실성 등)
2장	<병원접점관리> 1) 홈페이지 2) 전화 상담 3) 안내(접수) 4) 대기 5) 진료 6) 치료실 7) 화장실 8) 수납 9) 해피콜
3장	<접점직원의 역할> 접점별 고객의 니즈와 고객의 니즈를 반영한 직원의 역할을 확인한다 -문의,접수,대기,상담,검사,진료,수납 등 접점 설계 프로세스 5단계를 이해 하고 설계해본다 1) 고객의 입장에서 걸어보라 2) 고객 접점 유니트를 설계하라 3) 우리 팀의 고객 접점 사이클을 찾아라 4) 나의 고객 접점 시나리오를 찾아라 5) 새로운 표준안대로 행동하라

13차시 고객만족경영관리

1장	<고객관리의 목적> 1) CRM의 의의 2) CRM의 이해 3) CRM의 특징 4) 고객관리의 현장 요구도 5) CRM의 필요성 6) CRM의 결과 7) 고객관계 관리의 목적
2장	<고객관리 실무> 1) 고객맞춤 서비스 2) 고객 데이터 구성 3) 고객 세분화에 따른 분류 4) 고객경험 관리실무 5) 고객경험관리 전략
3장	<고객관리 마케팅> 1) 고객관리에 필요한 요소 2) 병원에서 식별해야 할 우량 고객 3) 바람직한 HRM의 마케팅 4) 고객별 마케팅 서비스 5) 바람직한 HRM 6) 성공적인 고객관리 마케팅 7) 병원의 에이전트화 8) 고객 컨택 방법

14차시 병원고객관리

1장	고객맞춤 응대의 중요성 조해리의 4가지 영역의 특징 -개방영역 : 이 영역이 넓은 사람은 원만한 의사소통능력으로 개방적인 인간관계를 형성함 -은폐영역 : 이 영역이 넓은 사람은 신중하다고 볼 수 있으나 자기표현을 잘하지 않는 내성적인 성격으로 지나치게 배려심이 강한 편이다. -장님영역 : 이 영역이 넓은 사람은 눈치가 없고 둔한 사람으로 타인이 보기에는 개선할 점이 많으나 자신은 깨닫지 못하는 사람으로 높은 자존심을 가진 사람들의 경우가 많다. -미지영역 : 이 영역이 넓은 사람은 고립되어있고 심리적으로 고민이 많으며 주로 사회성이 낮고 업무가 독립적인 경우가 많다.
2장	고객유형별 특징 이해 성격유형별 특징 -D형 주도형의 특징 : 자신감에 차 있다. 용감하다. 결과 지향적이다. 명령지향적이고 경쟁적이다. 변화를 주도하며 직선적이고, 단도직입적이다. -I형 사교형 : 사람 중심적이다. , 감정적이다. , 이야기하기를 좋아한다. , 재미있는 것을 좋아하며, 낙천적이고 사회적 인정과 칭찬과 인정을 받기 원한다. -S형 안정형 : 예측가능한 환경을 우연하며 업무 성취에 대한 진실한 평가가 있는 환경을 선호한다. 그룹일원으로 인정받기 원하며 갈등이 적은 것을 선호한다. -C형 분석형 : 신중하며 분석적이며 매우 직관적이다. 그리고 핵심적인 세부사항에 주의를 기울이고 자기를 잘 다스리는 성향이다.

3장	고객유형별 맞춤 응대스킬 D형 (주도형) : 명확하고, 간결하게 요점만 말하라. 시간을 효율적으로 이용하라. : 모든 필요조건, 목표, 이점 등을 체계적으로 정리하여 준비하라. : 논리적으로 사실을 제시하라. 프리젠테이션을 효율적으로 계획하라. : 의사결정시 핵심적인 대안이나 선택안을 제공하라. : 성공의 가능성과 효과적인 선택에 칭찬하라. -I형 사교형 : 고객의 꿈, 느낌, 직관 등을 표현하게 물어봐라. : 서로 사귄 수 있도록 충분한 시간을 투자하라. : 고객과 그들의 목표에 대해 이야기하라. : 자극을 주는 의견을 이야기하라. : 지나친 세부사항을 다루지 말라. -S형 안정형 : 고객에게 인격체로서 진정한 관심을 보여줘라. : 참을성 있게 개인적인 목표를 끌어내고 이 목표를 달성하는 것을 도와줘라. : 고객의 의견을 경청하고 부드럽게 반응하라. : 고객의 결정이 위험을 최소화하고, 고객에게 이익을 제공한다는 확신을 줘라.
-----------	---

15차시 병원마케팅 실무1

1장	마케팅의 정의 1. 마케팅의 핵심개념 1) Needs : 음식, 물과 같은 인간의 기본적인 요구사항 2) Wants : 인간의 필요에 대한 구체적인 제품이나 서비스에 대한 바람. 3) Products , Offerings : 구체적인 욕구를 충족시키는 재화, 서비스, 행사, 경험, 조직체, 사람, 경험, 조직체, 정보, 아이디어, 홍보 등등 2. 마케팅의 시장전략 : 고객이 중요시 하는 요인에 대하여 최고 수준의 가치 제공과 기타 요인에 대하여 최소한의 기본 수준을 제공 하여야 한다. 3. 마케팅의 기본적인 특성 1) 모든 계획 설정과 운용이 고객 지향적이어야 한다. 2) 모든 마케팅 활동은 조화를 이루어야 한다. 3) 조직의 성과목표를 성취하는 것이 고객 지향적 통합마케팅의 근본이다.
2장	병원마케팅의 이해 1. 병원마케팅의 변화 1) 의료환경의 변화 : 전국민 의료보험확충으로 병원고객과 대형 병원의 증가 등 2) 고객 의식의 변화 : 의료에 대한 권리의식 향상과 표현의식 확대, 견제 및 감시의 역할 확장 2. 병원 마케팅의 목적 1) 병원 경영체로서의 목적 : 병원 운영과 조직관리 및 수익 관리 등 2) 지적전문인으로서의 목적 : 고도의 의료서비스 제공과 도덕과 윤리 준수 및 끊임없는 의료 연구 및 교육 등 3) 사회봉사로서의 목적 : 양적봉사 , 질적봉사, 경제적봉사, 도덕적 봉사
3장	마케팅의 기본 전략 1) 전략계획 : 병원의 비전 달성을 위한 경영목표와 계획을 규정하는 프로세스로서 미래의 경영환경과 계획에 영향을 미치는 내적,외적 변화 요인을 이해해야 한다.

	2) 운영계획 : 조직별 자원과 활동에 전략적 목표와 계획을 연계시키는 과정을 의미한다. 3) 예측 : 수익, 비용에 대한 장기적 예측은 운영계획의 수정 및 미래의 변화 가능성에 대한 핵심 과정이다. 4) 보고 : 유의성 있는 계획정보와 차이분석 정보를 적시에 제공하며 효과적인 의사결정을 지원하고 분석하는 계획정보를 제공한다.
--	--

16차시 병원마케팅 실무2

1장	병원진단 및 분석 1. 고객만족도의 특성 : 고객만족도는 고객관점의 의료의 질 평가라고 볼 수 있으며 고객만족 조사는 과학적, 체계적인 방법으로 고객의 의견과 정보를 수집하는 과정이다. 2. 모니터링의 특성 : 병원 모니터링은 서비스 품질을 직접 관찰하여 평가하는 것이다. 3. 모니터링의 방법 1) 고객의 입장에서 병원고객 접점 진단 2) 모니터링의 포인트 3) 대상자 정하기 4) 설문지 작성
2장	병원환경분석 1. SWOT분석의 정의 : SWOT는 상황 분석 중에 하나이며 내부적으로는 병원이 보유하고 있는 강점과 약점, 외부적으로는 시장에 있어서의 기회요인과 위협요인을 한눈에 보기 쉽게 도표화하여 전략을 도출하는 과정이다. 2. SWOT의 전략 ① SO전략(강점-기회전략) ② ST전략(강점-위협전략). ③ WO전략(약점-기회전략) ④ WT전략(약점-위협전략) 3.SWOT전략 단계 1) 자료 수집을 통한시장환경의 변화에 따른 위협과 기회 요인 파악 2) 현재 병원의 내부환경을 파악 3) 강점 약점, 기회와 위기 요소를 파악하여SWOT도표를 작성 4) SWOT분석을 도출하고 마케팅 전략을 수립
3장	마케팅 믹스 1. 의료서비스 마케팅 상품믹스 전략 : 의료이용자들에게 어떤 내용을 가진 서비스를 어떤 제공과정을 거쳐

	어떤 이미지로 전달할 것인지를 계획하는 것이다.
	2. 마케팅 믹스의 4가지 요소 1) Product (제품, 서비스): 고객 욕구 충족, 품질, 안정성, 적합성 2) Price (가격, 진료 수가): 원가 가산 가격, 가치 가격, 경쟁 가격 3) Place (장소, 입지, <u>경로</u>): 입지, 소개, 인터넷, 전단지, 공동 마케팅 4) Promotion (홍보, 이벤트): 홍보 목적, 투자, 메시지, 미디어, 효과 측정 등

17차시 병원 질 관리

1장	의료관광의 이해 1. 의료관광이란 : 의료관광(Medical Tourism)은 해외환자유치의 방법 중 하나로서 의료 서비스와 휴양·레저·문화 활동 등 관광활동이 결합된 새로운 관광 형태를 의미한다. 2. 의료관광의 발달 배경 1) 국가간 이동의 용이 2) 적극적인 소비자 의식 및 주권 행사 3) 인증 및 품질확보 4) 정보유통 발전 5) 국제적 네트워크 6) 의료기관들의 상업적 노력 7) 의료관광 알선회사 설립 3. 의료관광의 구성요소 1) 수준 높은 의료서비스 2) 적절한 비용 3) 특색 있는 관광자원 4) 접객서비스마인드
2장	의료관광코디네이터의 역할 1. 의료관광 코디네이터란(medical tour coordinator) : 국내외 병원에 진료 및 치료 서비스를 받고자 하는 사람들에게 다양한 의료관광서비스를 제공하고 연계된 프로그램을 진행하는 전문가이다. 2. 의료관광코디네이터의 자질 1) 우리나라를 대표하는 마인드를 가져야 한다. 2) 성실성과 신중함으로 최상의 친절함과 미소를 실천한다. 3) 우리나라 전통문화의 교육을 통해 문화전도사의 마인드를 가져야 한다. 4) 관광지의 편의시설과 관광지 주민 사이의 중개인 역할로써 완충, 조정자의 마인드를 가져야 한다 3. 의료관광코디네이터의 능력 - 외국어 회화 능력 - 글로벌 비즈니스 - 컴퓨터 능력

	- 신뢰적인 이미지 - 프리젠테이션 능력 - 상황 대처 능력
3장	의료관광실무 1. 사전서비스 : 환자의 국적, 성별, 나이, 병력, 재정사항, 직업 등을 확인한다. - 입국비자 필요 시 비자유형을 확인한다. - 현재 진료현황 자료 (환자국적 병원의 진단서)을 확인한다. - 환자 진료 설계 범위 - 외국인 환자의 이동 : 환자의 입국, 출국 시의 교통편 제공에 대한 계약 체결을 확인한다. 2. 진행 중 서비스 - 외국인 환자와의 만남 - 외국인 환자의 병원 도착 - 외국인 환자의 병원 접수 - 외국인 환자의 검사 및 진료 및 진료행위 - 중간비용 정산 - 퇴원 관리 및 주의사항 전달 3. 사후관리 : 수술환자의 경우 귀국 후 음식조절과 섭취 및 운동량 등을 체크한다. : 진료 후 상태를 전화 또는 e-mail로 확인하고 본 국에서 사후 진료를 받을 수 있도록 적극적인 협조를 한다.

18차시 병원조직관리

1장	병원행정관리 1. 병원행정이란 병원행정은 국민들의 보건의료에 관한 욕망을 충족시키기 위하여 병원운영에 필요한 인사. 재무, 물자 등을 관리하는 활동이라고 할 수 있다. 2. 병원행정의 내용 1) 병원의 조직. 기능에 대한 강화 2) 병원의 인사. 기획. 예산. 재무. 회계. 통계의 관리 3) 병원의 의무기록. 정보시스템에 대한 표준화 개발 4) 의료기기 장비의 적정관리와 효용성 제고 5) 행정체제 및 효율성 관리 6) 병원행정 요원에 대한 교육. 연수 7) 병원구성원들의 직무관리 및 갈등해결 문제
2장	병원인사관리 1. 병원인사관리란? : 병원의 인사관리는 병원조직의 목적을 달성하는데 필요한 인력을 획득하고 조직 활동에 유용한 훈련 및 교육과정을 거쳐 동기를 부여하고 계속적으로 유지하여 가는 일련의 과정이라고 정의한다. 2. 병원인사관리의 특성 1) 이질집단의 집합조직 2) 노동집약적 조직 3) 다양한 직종의 집합 4) 동기요인의 다양성 5) 통제와 조정의 어려움 6) 의존적이면서 배타적인 인간관계 3. 인사고가의 5가지 목적 1) 인사배치 및 이동 2) 인력개발 3) 인력계획의 타당성 결정 4) 성과측정 및 보상 5) 근로 의욕증진
3장	병원직무관리

	1. 직무분석이란 : 직무분석이란 직무담당자가 달성하여야 하는 성과와 해당 직무의 중요도 및 난이도 등을 체계적으로 밝혀내는 일련의 과정을 말한다. 2. 직무분석의 절차 1) 직무분석 목적의 결정 2) 배경정보에의 수집 3) 직무정보의 수집 4) 직무정보의 검토 5) 직무 기술서 및 직무명세서의 작성
--	--

19차시 병원경영관리

1장	병원원무관리 1. 병원원무관리 : 통상적인 의미로 환자들이 진료를 보다 편리하게 받을 수 있도록 제반 수속절차와 관련된 업무와 그에 따른 진료비 관리 및 의료진의 진료 지원업무를 관리 2. 병원 원무관리의 목적 1) 환자가 적절한 진료비를 지불하고 그에 상응하는 진료 서비스를 편리하게 제공 받을 수 있도록 한다. 2) 의료진이 환자의 진료업무를 원활하게 수행할 수 있도록 지원한다. 3) 병원의 개설자가 적절한 진료수익을 확보할 수 있도록 업무처리를 한다. 3. 병원원무관리자의 자세 1) 업무는 신속하고 정확해야 한다. 2) 고객의 입장을 먼저 생각할 수 있는 성품을 갖추어야 한다. 3) 사무 처리뿐만 아니라 인간관계를 중요시 하여야 한다. 4) 상황대처 능력이 있어야 한다. 5) 고객중심적인 태도를 지녀야 한다.
2장	병원재무관리 1. 병원재무관리 : 자금을 합리적으로 조달하는 것과 조달된 자금을 합리적으로 운용하는 것을 말한다. 2. 병원재무관리의 기능 1) 병원자본계획: 병원의 예산과 규모를 결정한다. 2) 병원자본조달: 병원활동의 소요되는 자본 조달을 의미한다. 3) 병원자본운용: 병원운영에 필요한 비용에 투자하고 자본을 운용하는 것이다. 4) 병원자본통제: 자본계획과 조달을 효과적으로 조정하는 것이다. 3. 재무관리의 목표 1) 자본수익성: 병원수익이 없으면 병원 유지, 존속, 성장이 불가능해진다. 2) 재무유동성: 병원의 지급유무와 능력을 의미한다. 3) 재무안전성: 자본의 수요와 공급의 조화를 의미한다.
3장	병원회계관리 1. 병원회계관리

	: 병원은 환자에게 의료를 서비스하기 위해 많은 재화나 용역을 구입하거나 공급하는 경제활동을 하게 되는데 이와 같은 경제활동을 측정하는 것이 측정기능이다. 2. 회계의 원칙 1) 신뢰성의 원칙 2) 명료성의 원칙 3) 계속성의 원칙 4) 충분성의 원칙 5) 중요성의 원칙 6) 안정성의 원칙 3. 재무제표의 종류 1) 대차대조표 : 일정시점에 있어서 자산과 부채 및 기본자산의 상태를 표시하는 회계보고서를 말한다 2) 손익계산서 : 손익계산서는 일정기간 동안의 경영성과인 손실과 이익을 표시하는 것이다. 3) 현금 흐름표 : 현금 흐름표는 일정기간의 자금흐름과 주요 원천과 사용에 대한 정보를 나타내는 표를 말한다.
--	---

20차시 병원 질 향상 관리

1장	질 향상(QI) 배경 1. 의료의 질 관리 배경 : 의료법에 근거한 의료기관평가제도(현재 의료기관인증제도)의 시행 후 의료의 질에 대한 병원들의 관심이 매우 높아졌고, 의료의 질을 향상시키기 위한 활동들이 활발하게 전개되고 있다. 2. 의료의 질 향상 활동의 구체적 배경 1) 의료 서비스 질에 대한 소비자의 다양한 욕구 2) 의료의 질에 초점을 맞춤 정부의 의료정책 3) 의료기관 운영의 효율성 4) 환자 중심 진료와 의료의 질의 밀접한 관계 3. 의료의 질 현황의 문제점 1) 의료기관 간의 수준차이 2) 부적절한 의료 서비스
2장	질 향상(QI) 이해 1. 의료의 질 향상의 7가지 요소 1) 효능 2) 효과 3) 적정성 4) 효율 5) 수용성 6) 합법성 7) 형평성 2. 질 향상의 저해 요인 1) 공통된 방향성의 결여 2) 핵심 지도자의 상실 3) 의사소통의 부족 4) 너무 많은 절차 5) 기능 장애적인 문화 6) 통합과 균형의 부족
3장	질 향상(QI) 실무 1. 질 향상 활동의 10단계

	1) 목표설정 2) 팀 구성 및 팀 목표 설정 3) 주제 선정 4) 문제 분석 5) 조사 및 현황파악 6) 조사결과의 분석 7) 지표와 목표 설정 8) 질 향상 계획 수립 9) 실행 10) 결과 평가 2. 질향상을 위한 자료 수집 방법 1) 평가시점에 따른 분류 : 동시적 평가, 후향적 평가 2) 조사방법에 따른 분류 : 사정 또는 감사, 면접, 설문 3. 질 향상을 위한 의소소통 도구 1) 브레인스토밍 2) 명목집단기법 3) 상호작용 집단법 4) 흐름도 5) 원인, 결과도 6) 파레토 차트 7) 런차트
--	---