

한국 피부과 클리닉 일본인 고객 심층 분석 보고서

일본인 환자의 5단계 고객 여정을 기반으로 한 마케팅 전략 가이드

보고서 개요

발간일

2025년 8월 25일

분석 대상

일본인 피부과 이용자

분석 방법

설문조사 데이터 분석

보고서 유형

마케팅 전략 리포트

핵심 요약

28%

X(트위터) 인지도

66%

리뷰·증례 중시

62%

시술 메인 목적

74%

친구 추천 의향

핵심 인사이트

일본인 고객은 관광보조가 아닌 시술 중심으로 한국을 방문하며, X(트위터)를 통한 정보 획득과 리뷰·증례 신뢰도를 가장 중요하게 생각합니다. LINE 메신저를 통한 예약을 선호하며, 높은 재방문 및 추천 의향을 보입니다.



일본인 환자 5단계 고객 여정 분석

1단계

🔍 인지도 확보 단계 (Awareness)

? Q. 일본 환자들은 한국 피부과를 어떻게 처음 알게 될까?

- X(트위터) 28% > 인스타그램 15% > 지인추천 13% > 구글·블로그 10% 미만
- 강남언니 등 예약앱으로 처음 알게 됐다는 경우는 4%뿐

💡 인사이트

- 일본에서는 X 해시태그 기반 후기 공유가 활발 → 광고보다 타인 경험 노출 효과가 큼

🎯 전략 제안

- 일본어 X 전용 계정 운영 → 전후 사진 + 시술 후기를 카드뉴스 형태로 스레드 업로드
- 해시태그 최적화: #韓国美容クリニック #韓国美容皮膚科 #韓国美容整形

2단계

🤔 고려 단계 (Consideration)

? Q. 병원 선택 시 가장 중요하게 생각하는 요소는?

- 리뷰·증례(66%) > 가격(62%) > 접근성(45%) > 일본어 대응(13%)
- 장비·기술력 언급은 9% 수준으로 낮음

💡 인사이트

- 가격 경쟁보다 증례 신뢰도 확보가 중요
- 일본어 사례집 + 환자 후기 영상 노출 필요
- 의사 실력 강조보다는 "**이 기술을 받은 고객의 전후 비교**"가 전환율에 결정적

🎯 전략 제안

- 일본어 증례 페이지 신설 → 기술명 + 효과 + 소요 시간 + 부작용 가능성 명시
- 환자 후기 카드뉴스, 숏폼 영상 콘텐츠 강화
- 병원보다는 환자 경험 중심 스토리텔링 필요

17 예약 및 방문 경험 단계 (Conversion & Experience)

? Q. 불편했던 점은 무엇일까?

- 예약·대기 문제 **17%** > 언어 장벽 9% > 결제·환전 4% > 사후케어 4%
- 예약앱보다는 DM, 메일, 전화 등 병원 개별 예약 비중 높음

💡 인사이트

- 언어 지원보다 예약 확정 프로세스의 불투명성이 불만의 핵심
- "당일 몇 시에 시술 시작, 소요 시간, 세안·메이크업 가능 여부" 같은 디테일 선호

🎯 전략 제안

- 일본어 카카오톡 채널 or LINE 자동 알림 구축
- "**예약 확정** → **시술 루틴** → **회복 가이드**"까지 한 번에 전달하는 체크리스트 발송
- 지불 수단 다양화(엔화 결제 가이드 + 면세 안내 + 환율 계산기 제공)

4단계

🎯 체류 목적과 병원 수요 (Needs)

? Q. 일본인들은 왜 한국에서 시술을 선택할까?

- 한국 여행 겸 시술(38%) < **시술 자체가 메인 목적(62%)**
- 가격보다 단기간 집중 관리 가능성이 주요 이유 중 하나

💡 인사이트

- 일본인 상당수가 "관광 보조"가 아니라 시술 중심으로 한국을 방문
- 회복 + 시술 패키지 일정 제안 시 만족도 극대화 가능

🎯 전략 제안

- 오전 시술 → 오후 쇼핑 코스 → 호텔 회복 루틴 등 1일 플랜 콘텐츠 제작
- "2박3일 피부 리프्रेस 패키지" → 항공권 시간대와 회복기간을 반영한 제안 필요

5단계

재방문 & 추천 단계 (Retention & Advocacy)

? Q. 일본 환자들의 재방문 의향은?

- 친구 추천 의향 74%, 재방문 의향 58%
- 단순 체험형보다 장기 관리 목적의 수요가 많음

인사이트

- 일본 환자 LTV(평생가치) 높음 → 한 번 온 고객을 붙잡는 전략 필요
- 기존 고객을 통한 바이럴 효과 극대화 가능

전략 제안

- "재방문 시 10% 할인 + 홈케어 제품 제공" 리콜 마케팅
- 친구 추천 시 아마존 기프트카드 지급 → 자연스러운 일본 커뮤니티 내 입소문

타겟 페르소나: "뷰티 오타쿠 여행자"

뷰티 오타쿠 여행자

한국 미용 시술을 위해 적극적으로 여행하는 일본인 여성

기본 정보

- **나이:** 20대 후반 ~ 30대 중반
- **직업:** 회사원, 프리랜서
- **소득:** 안정적인 자기투자 가능

라이프스타일

- 평일 규칙적 근무, 주말 취미 활동
- **'미용 여행'** 목적으로 한국 방문
- 최신 유행에 민감
- 자기 투자에 적극적

관심사

- **뷰티:** 한국 코스메틱, 미용 의료
- **여행:** 한국 여행 전문
- **문화:** K-POP, 한국 드라마
- **SNS:** X, 인스타그램 적극 활용

특징

- 한국 미용 의료의 장점을 이미 인지
- SNS 정보 → 직접 경험 → 후기 공유
- '즐거운 경험'으로 미용을 인식
- 단순 가격보다 품질과 경험 중시

가격 민감도 & 티어별 상품 전략

? Q. 일본인 고객의 지불 금액대는?

- 엔화 환산 중앙값 약 3만 엔
- 분포: 1만 엔 이하 20%, 3~10만 엔 50%, 15만 엔 이상 15%, 최고 250만 엔

인사이트

- 저가 일괄 전략보다 프리미엄·중저가 티어 동시 운영이 유리
- 상위 10% 고가 시술 수요도 놓치지 말아야 함

예약 패턴 및 포기 이유 분석

한국 미용 시술 예약 과정

1 정보 탐색

- **SNS:** 인스타그램 DM, LINE, 트위터(X) DM
- **검색 엔진:** '성형 외과', '피부과' 키워드 검색
- **지인 추천:** 친구나 지인의 직접 추천

2 클리닉 연락

- **LINE:** 공식 계정 친구 추가 후 상담 (최선호)
- **인스타그램 DM:** 직접 문의
- **웹사이트/이메일:** 공식 채널 활용

3 예약 과정

- 원하는 날짜와 시간 조율
- 빈 시간대 확인 후 예약
- 일부 클리닉의 일본어 상담 가능

✕ 최종적으로 다른 병원을 선택한 이유

주요 포기 요인

- **예약 및 일정 문제:** 원하는 시술 날짜/시간 불가, 영업시간 불일치
- **비용 및 가격 문제:** 예상보다 높은 가격, PR 비용으로 인한 고가격
- **소통 및 서비스 문제:** 늦은 답변, 복잡한 절차, 기계적인 대응

💡 인사이트

- **SNS의 압도적 중요성:** 정보 탐색부터 예약까지 원스톱
- **LINE의 압도적 활용:** 카카오톡보다 LINE을 선호
- **PR 마케팅의 양면성:** 인지도 상승 vs 가격 부담 인식

실행 가능한 마케팅 전략 가이드

즉시 실행 가능한 디지털 마케팅

- **일본어 X(트위터) 계정** 개설 및 전담 운영
- **LINE 공식 계정** 구축 + 예약 자동화 시스템
- **인스타그램 일본어 콘텐츠** 강화 (스토리 + 피드)
- **해시태그 전략**: #韓国美容クリニック #韓国美容皮膚科 활용

콘텐츠 마케팅 전략

- **일본어 증례 페이지** 신설 (전후 사진 + 상세 설명)
- **환자 후기 영상** 제작 (실제 경험담 중심)
- **시술 과정 카드뉴스** (소요시간, 회복기간 포함)
- **2박3일 케어 패키지** 소개 콘텐츠

고객 경험 개선

- **예약 확정 프로세스** 투명화 (체크리스트 제공)
- **일정별 상세 가이드** 발송 (시술 전/후 케어)
- **엔화 결제 시스템** 도입 + 면세 안내
- **재방문 고객 혜택** 프로그램 구축

CLINIC BRIDGE

사업자 스피드캣

TEL 010-2082-3825

EMAIL speedpatterncat@gmail.com

주소 서울시 관악구 낙성대로 2 벤처창업센터