



당진 이손치과병원: 지속 가능한 경쟁 우위 확보를 위한 경영 전략 분석 경영 전략 분석

시장 환경 분석, 내부 역량 진단, 그리고 ‘프리미엄 세이프티’ 브랜드로의 도약

요약: 규모의 경제를 넘어 ‘질적 성장(Qualitative Growth)’으로의 전환이 필요합니다



Current Status (현황)

압도적 매출, 그러나 높은 고정비.

연 매출 약 44억 원(지역 Top-tier) 달성. 그러나 40~50명의 인력과 대형 시설 유지로 인한 고정비 레버리지(High Fixed Cost Leverage)가 높아, 매출 감소 시 수익성 악화 위험이 큼.



Crisis (위기)

샌드위치 위기 (Sandwich Crisis).

‘반값 임플란트(59만 원)’를 내세운 안녕플란트와 ‘야간/주말 진료’를 앞세운 플란치과 사이에서 가격과 편의성 경쟁력이 약화됨.

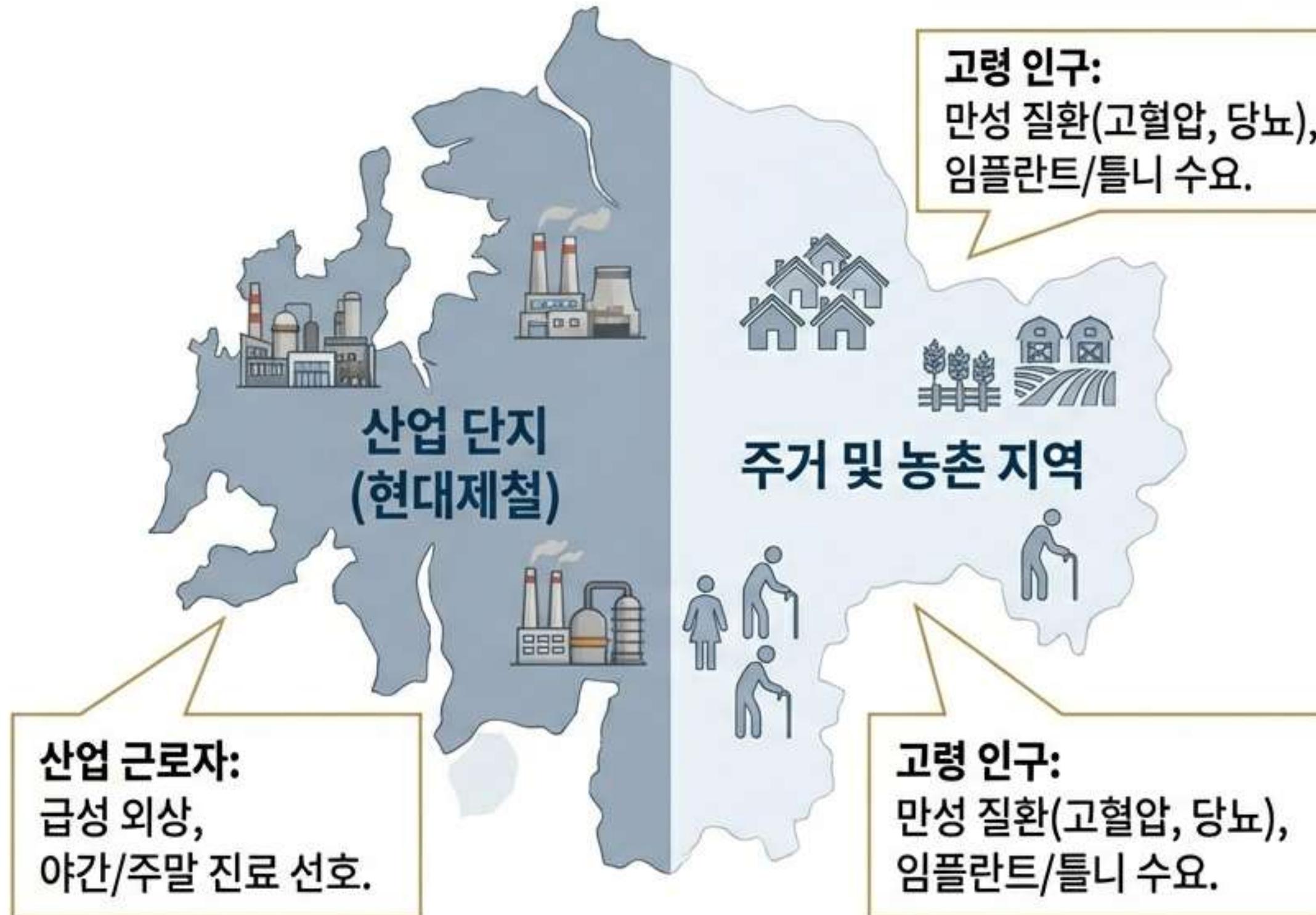


Solution (해법)

융합 진료를 통한 가치 독점.

‘치과+가정의학과+성형외과’ 협진 시스템을 활용해 고위험군 환자(고혈압/당뇨)를 위한 ‘가장 안전한 병원’으로 포지셔닝. 가격경쟁을 회피하고 객단가를 방어하는 유일한 해법.

당진 의료 시장 분석: 산업 도시의 급박함과 고령화 도시의 만성 수요가 공존



Competitive Threats

Price Threat

초저가 네트워크 치과
(59만 원 임플란트)

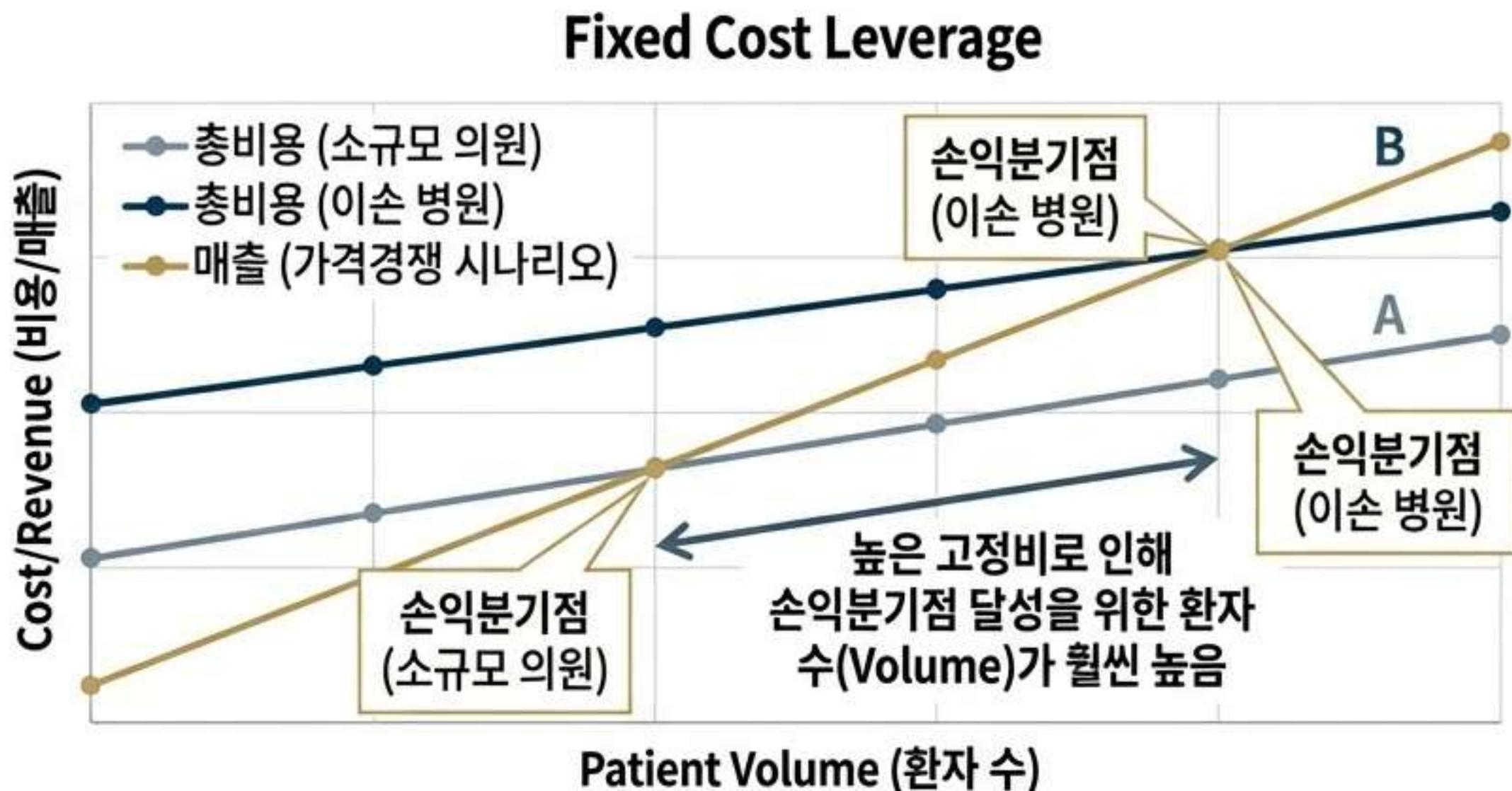
Convenience Threat

365일 야간 진료 치과
(공단 근로자 타겟)

Brand Threat

대학병원 동문 병원
(전문성 강조)

내부 역량 진단: 고비용 구조에서의 가격 경쟁은 필패(必敗)의 전략입니다



고정비 구조 (Fixed Cost Structure)

- 인력: 40~50명
(전문의, 위생사, 행정직)
- 인건비: 연간 약 17.5억 원
(추정)
- 시설: 대형 빌딩 2개 층 임대료

결론: ‘박리다매’는 불가능하며, ‘환자 수 유지(Retention)’와 ‘객단가 방어’가 생존의 필수 조건입니다.

포지셔닝 분석: 가격과 편의성의 협공 속, ‘어중간한 거인’이 될 위험



리더십 분석: ‘봉사의 진정성’과 ‘경직된 위기 관리’의 딜레마

Asset: Relationship Leadership



- 활동: 당진시노인장기요양기관 협약, 방문 진료.
- 효과: 강력한 구전 효과(WOM) 및 진정성(Authenticity) 확보.

Risk: Legal Rigidity



- 이슈: 과거 언론사와의 법적 분쟁(명예훼손 고소).
- 위협: ‘싸우는 병원’ 프레임은 CSR 이미지를 상쇄시키는 리스크.

제언: 강경 대응보다는 파트너십을 통한 유연한 평판 관리가 필요.

소비자 인식: 환자들은 ‘가격’을 비교하지만, 결국 ‘안전’을 구매합니다



Strengths



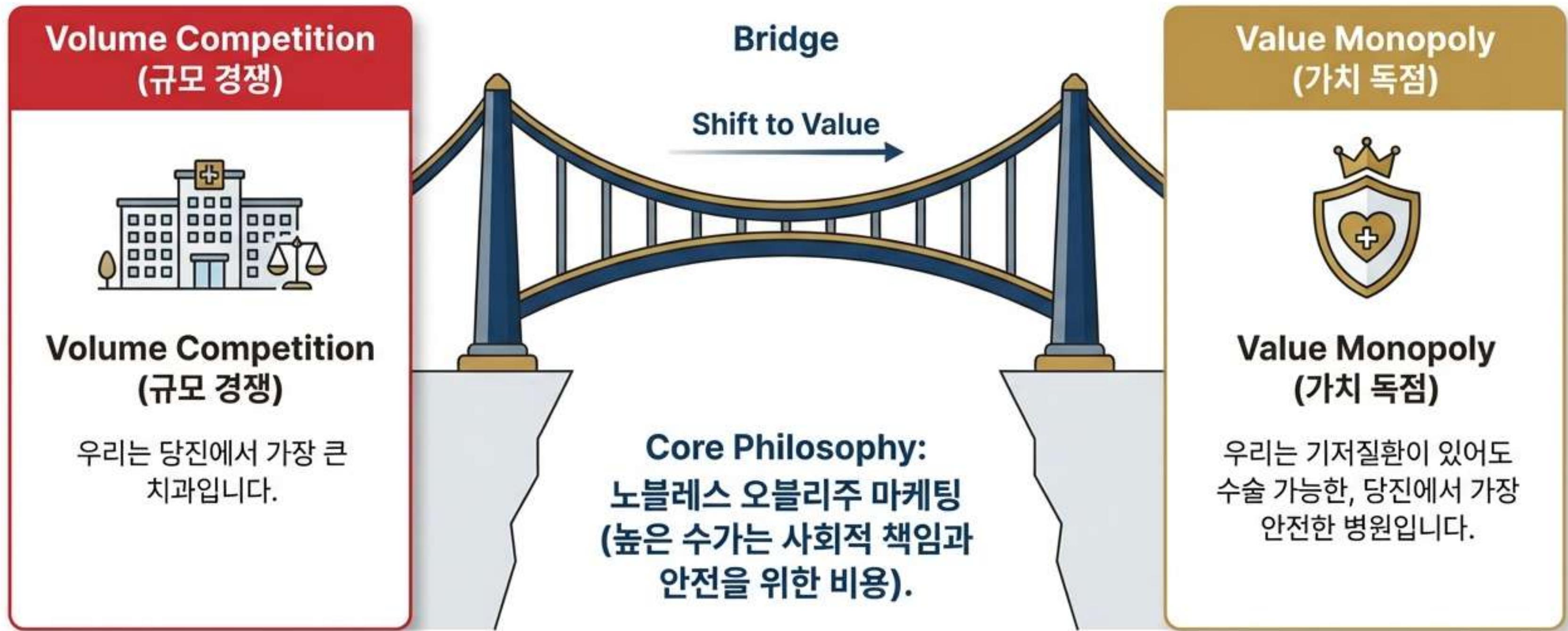
Pain Points



Key Trend: The ‘Cross-Check’ Culture

환자들은 스마트폰으로 진단 내용을 공유하며 교차 검증함 -> 투명한 진단과 시각적 설득 도구 필수.

전략적 피봇: ‘규모의 경쟁’에서 ‘가치의 독점’으로



실행 모듈 1: 가격 저항을 무력화하는 '안전 보증(Safety Warranty)' 전략

Institutional Premium Strategy

The Re-framing Script:

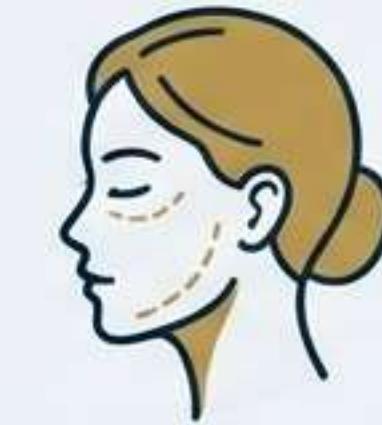
- ➊ Q: 왜 120만 원인가요? (vs. 59만 원)
- ➋ A: 저희는 59만 원에 수술할 수 없습니다.
안전 시스템을 포기할 수 없기 때문입니다.

Action Item

- 상담실에 '원가'가 아닌 '가치'를 증명하는 자료 비치.
- 평생 관리 보증 강조.



실행 모듈 2: ‘의원’은 흉내 낼 수 없는 ‘병원’만의 무기, 융합 진료



가정의학과 협진

수술 전 혈압/당뇨 조절.

치과 수술

대학병원급 안전성 확보.

성형외과 연계

심미 보철 & 안면 교정.

Differentiation

Target: 당진 고령 환자 (고혈압/당뇨 보유자)

‘치과 치료 받으러 와서 전신 건강까지 챙기는’ 토탈 헬스케어.

실행 모듈 3: 고비용 구조를 상쇄하는 운영 및 세일즈 효율화

Institutional Premium Strategy

Internal Branding

직원 복지 강화 → 이탈 방지.



Dead Time Management

No-Show 시간 활용 → CSR 방문/해피콜.

Friendly Service

환자 경험 개선 → 재방문율 상승.

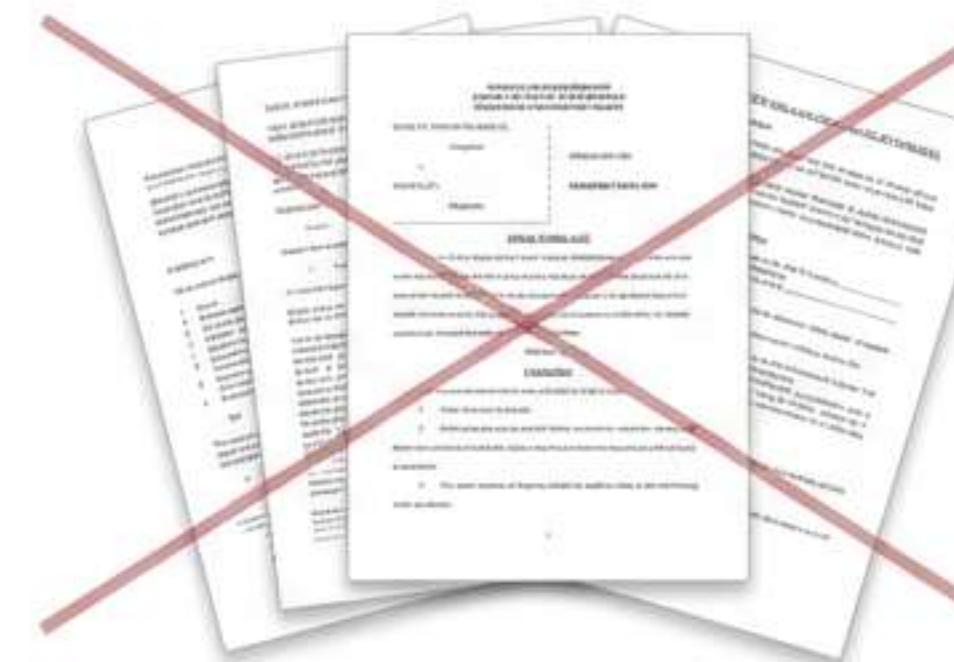
Sales Coaching

Key Concept: Fear Appeal + Professional Authority

임플란트는 단순 시술이 아닌 '수술'입니다. 가격보다 '실패 없는 결과'가 중요함을 강조.

실행 모듈 4: 리스크를 기회로 바꾸는 평판 관리 시스템

Institutional Premium Strategy



Conflict: 법적 대응 (Legal Action)



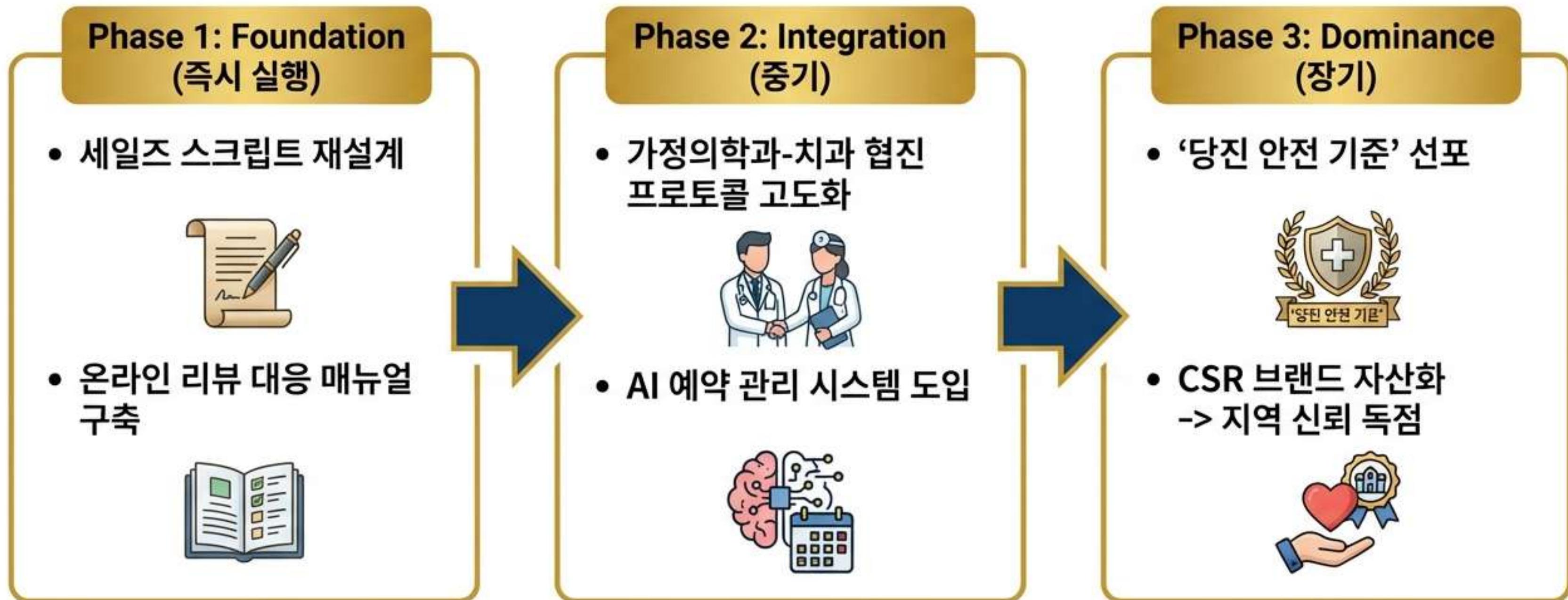
Partnership: 미디어 협력 & 스토리텔링

건강 칼럼 기고 + 수혜자 인터뷰 영상.

- **Digital Storytelling:** 일반 환자에게 '도덕적 만족감(Moral Satisfaction)' 제공.
- **Review Response:** '죄송합니다'를 넘어 '구체적 시정 조치' 공개.

로드맵: 당진 No.1 메디컬 세이프티 허브를 향한 여정

Institutional Premium Strategy





결론: 규모가 경쟁력이던 시대는 지났습니다. 이제는 '안전'이 경쟁력입니다.

이 손치과 병원의 지난 10년이 '성장'의 역사였다면,
앞으로의 10년은 '신뢰'의 역사가 되어야 합니다.

저가 경쟁의 파도를 넘는 유일한 배는
'타협하지 않는 안전(Uncompromised Safety)'입니다.