

P A T I E N T   F U N N E L

# 환자 경험 중심 10단계 병원 경영 가이드

광고비에 의존하지 않는 지속 가능한 병원 성장의 OS

환자의 경험을 설계하면, 병원은 스스로 성장합니다.

by 문석준 | Patient Funnel | patientfunnel.kr

# 목차

## 01 왜 환자 경험인가?

병원 성장의 본질적 질문

## 02 페이션트 퍼널 10단계 프레임워크

인지부터 소개까지, 환자 여정의 전체 설계

## 03 실전 사례: 매출 성장 Before & After

적용 병원들의 실제 성과

## 04 우리 병원 자가진단 체크리스트

10단계별 병목 진단 워크시트

## 05 지금 바로 시작하기

무료 라이브 특강 신청 안내

# 01

## 왜 환자 경험인가?

병원 성장의 본질적 질문

" 마케팅은 설렁탕에 뿌리는 후추와 같다.

국물 자체가 맛있어야 하고, 진짜 맛있는 국물에는 후추가 필요 없다.

많은 병원이 매출 정체를 겪으면 가장 먼저 광고비를 늘립니다. 하지만 광고비를 두 배로 늘려도 매출이 두 배가 되지 않는 경험, 해보셨을 겁니다.

문제는 광고가 아닙니다. 문제는 환자가 병원을 경험하는 **전체 여정이 설계되지 않았다**는 것입니다.

환자는 치료 결과만 기억하지 않습니다. 전화했을 때의 응대, 대기실의 분위기, 상담 시 느낀 신뢰감, 치료 후 받은 문자 한 통 — 이 모든 순간의 합이 환자의 경험이고, 이 경험이 재방문과 소개를 결정합니다.

" 처음엔 저도 광고비를 두 배로 올리면 매출이 두 배가 될 줄 알았습니다. 그런데 환자가 진짜 기억하는 건 광고가 아니라, 병원 문을 열고 들어온 순간부터의 경험이었습니다.

— 문석준, 서울비디치과 대표원장

### 혹시 이런 상황이신가요?

- 광고비를 늘려도 매출이 비례해서 오르지 않는다
- 신환은 많은데 재방문율이 20%도 안 된다
- 상담하면 "생각해볼게요"라는 말만 듣는다
- 직원이 자꾸 바뀌어 시스템이 안 잡힌다
- 경쟁 병원은 성장하는데 우리만 제자리다

이 모든 문제의 근본 원인은  
**'환자의 진료 경험'이 설계되지 않았기 때문입니다.**

# 02

## 페이션트 퍼널 10단계

환자가 겪는 모든 순간을 설계합니다

환자의 진료 경험은 병원을 처음 알게 되는 순간부터 시작됩니다. 이 경험의 흐름을 10단계로 체계화한 것이 페이션트 퍼널입니다.

### 인지 Awareness

01

잠재 환자가 병원의 존재를 처음 알게 되는 단계

핵심 지표: 노출 수, 브랜드 검색량

### 관심 Interest

02

환자가 병원에 대해 정보를 탐색하는 단계

핵심 지표: 홈페이지 체류시간, 리뷰 조회수

### 예약 Reservation

03

환자가 예약을 완료하고 내원 전 관계를 유지하는 단계

핵심 지표: 예약 전환율, 노쇼율

### 방문 Visit

04

환자가 병원을 방문하여 접수하는 단계. 첫 30초가 인상을 결정

핵심 지표: 첫 인상 만족도

### 대기 Waiting

05

대기 시간보다 '대기 경험'이 만족도를 결정하는 단계

핵심 지표: 대기 만족도

### 진단 Diagnosis

06

환자는 '전문성'보다 '세심함'을 더 중요하게 여기는 단계

핵심 지표: 진료 신뢰도

### 상담 Consultation

07

전환율의 핵심. 환자의 '딴소리' 속 진짜 니즈를 읽어내는 단계

핵심 지표: 상담 전환율

## 02 페이션트 퍼널 10단계 (계속)

### 08 진료 Treatment

환자는 '치료 결과'보다 '치료 과정'을 더 오래 기억하는 단계  
핵심 지표: 진료 만족도

### 09 관리 Management

치료 후 환자와의 관계를 지속하여 재방문을 유도하는 단계  
핵심 지표: 재방문율, PRM 활성도

### 10 소개 Referral

환자가 자발적으로 지인에게 병원을 추천하는 최종 단계  
핵심 지표: 소개 환자 비율

### 핵심 인사이트

10단계 중 단 한 곳이라도 누수가 있으면, 그 앞단계의 모든 투자가 물거품이 됩니다.  
광고(1단계)에 돈을 쏟아도 상담(7단계)에서 빠져나가면 매출은 오르지 않습니다.

## 각 단계별 핵심 전략

### 01 인지 Awareness

**핵심 질문:** 우리 병원을 필요로 하는 환자에게 제대로 도달하고 있는가?

- ▶ 타겟 환자 페르소나 명확화: 누구에게 어떤 메시지를 전달할 것인가
- ▶ AI 검색 최적화(AEO): 네이버, 구글 외 AI 검색엔진 대응
- ▶ 소셜 미디어 브랜딩: 원장 개인 브랜딩 + 병원 공식 채널 운영
- ▶ 지역 기반 마케팅: 네이버 플레이스, 지도 노출 최적화

💡 광고비를 늘리기 전에, 현재 노출 대비 전환율부터 점검하세요.

### 02 관심 Interest

**핵심 질문:** 환자가 우리 병원 정보를 찾았을 때, 충분한 신뢰를 줄 수 있는가?

- ▶ 홈페이지/블로그 콘텐츠 품질: 환자가 궁금해하는 정보 중심
- ▶ 리뷰 관리: 네이버 플레이스, 구글 리뷰 적극 관리
- ▶ 차별점 명확화: "왜 이 병원이어야 하는가"에 대한 답
- ▶ 정보 접근성: 모바일 최적화, 찾기 쉬운 진료 정보와 가격

💡 환자가 3번 클릭 안에 원하는 정보를 찾지 못하면 이탈합니다.

### 03 예약 Reservation

**핵심 질문:** 예약부터 내원까지, 환자와의 관계가 유지되고 있는가?

- ▶ 전화 응대 매뉴얼: 첫 통화에서 전문성과 친절함 전달
- ▶ 예약 확인 시스템: 자동 문자 + 1일 전 리마인더
- ▶ 사전 안내: 위치, 주차, 준비사항 등 불안 요소 제거
- ▶ 노쇼 관리: 체계적 관리로 노쇼율 30% 이상 감소 가능

💡 전화 응대 품질이 예약 전환율의 70%를 좌우합니다.

## 각 단계별 핵심 전략 (계속)

### 04 방문 Visit

핵심 질문: 환자가 병원에 들어선 첫 30초, 어떤 인상을 받는가?

- ▶ 접수 직원 첫 인사 매뉴얼: 눈 맞춤 + 이름 호명 + 미소
- ▶ 병원 청결도 및 인테리어: 첫인상은 3초 내에 결정
- ▶ 안내 동선 설계: 환자가 혼매지 않도록 명확한 안내

💡 첫인상이 좋으면 이후 경험도 긍정적으로 해석됩니다 (후광효과).

### 05 대기 Waiting

핵심 질문: 대기 '시간'이 아니라 대기 '경험'을 관리하고 있는가?

- ▶ 예상 대기 시간 안내: 불확실성이 불만의 주원인
- ▶ 대기 환경 개선: 편안한 의자, 음료, Wi-Fi, 충전기
- ▶ 대기 중 교육 콘텐츠: 모니터를 통한 치료 정보 제공

💡 같은 10분도, 안내받은 10분과 방치된 10분은 체감이 다릅니다.

## 각 단계별 핵심 전략 (계속)

### 06 진단 Diagnosis

핵심 질문: 환자가 '꼼꼼하게 봐주는 병원'이라고 느끼는가?

- ▶ 경청 시간 확보: 환자의 말을 끊지 않고 충분히 듣기
- ▶ 시각적 설명: X-ray, 구강카메라 등으로 눈에 보이는 진단
- ▶ 세심한 배려: 불안한 환자를 안심시키는 커뮤니케이션

**💡** 환자는 '잘 고치는 의사'보다 '잘 들어주는 의사'를 더 신뢰합니다.

### 07 상담 Consultation

핵심 질문: 환자가 '생각해볼게요'라고 하는 진짜 이유를 알고 있는가?

- ▶ 페이션트 코드: 환자의 표면적 말 뒤에 숨겨진 니즈 파악
- ▶ 불확실성 제거: 치료 과정, 기간, 비용에 대한 명확한 안내
- ▶ 옵션 제시: 2-3가지 치료 옵션으로 환자에게 선택권 부여

**💡** 전환율이 낮은 이유는 '가격'이 아니라 '불확실성'입니다.

"환자가 '생각해볼게요'라고 말할 때, 저는 우리가 설명을 못 한 거라고 생각합니다. 가격이 비싸서가 아니라, 확신을 못 줬기 때문입니다." — 문석준

### 08 치료 Treatment

핵심 질문: 환자가 치료 '과정'에서 충분히 배려받고 있다고 느끼는가?

- ▶ 통증 관리 커뮤니케이션: "아프시면 손 들어주세요" 사전 안내
- ▶ 치료 중 소통: 진행 상황을 중간중간 설명
- ▶ 치료 후 즉시 케어: 주의사항 안내 + 응급 연락처 제공

**💡** 환자는 '아프지 않았던 치료'보다 '배려받은 치료'를 더 오래 기억합니다.

## 각 단계별 핵심 전략 (계속)

### 09 관리 Management

**핵심 질문:** 치료가 끝난 환자와의 관계가 '관리'되고 있는가?

- ▶ PRM(환자 관계 관리): 환자를 데이터가 아닌 사람으로 대하기
- ▶ 치료 후 48시간 이내 폴로업 연락
- ▶ 정기 검진 리마인더: 자동 문자 또는 전화
- ▶ 이탈 환자 관리: 장기 미방문 환자에 대한 재방문 유도

💡 기존 환자 1명 유지 비용 = 신환 1명 획득 비용의 1/5입니다.

### 10 소개 Referral

**핵심 질문:** 환자가 자발적으로 지인에게 우리 병원을 추천하는가?

- ▶ 1~9단계 전 과정의 일관된 긍정적 경험이 전제조건
- ▶ 소개 프로그램: 자연스러운 추천 유도 (과도한 인센티브 피하기)
- ▶ NPS(순추천지수) 측정: 정기적인 환자 만족도 조사
- ▶ 소개 환자 특별 관리: 첫 방문 시 더 세심한 케어

💡 소개 환자는 광고 환자 대비 전환율 3배, LTV 2배 이상입니다.

"소개 환자가 늘기 시작했을 때 깨달았습니다. 광고를 잘하는 게 아니라, 한 명의 환자 경험을 완벽하게 만드는 게 결국 가장 강력한 마케팅이라는 걸." — 문석준

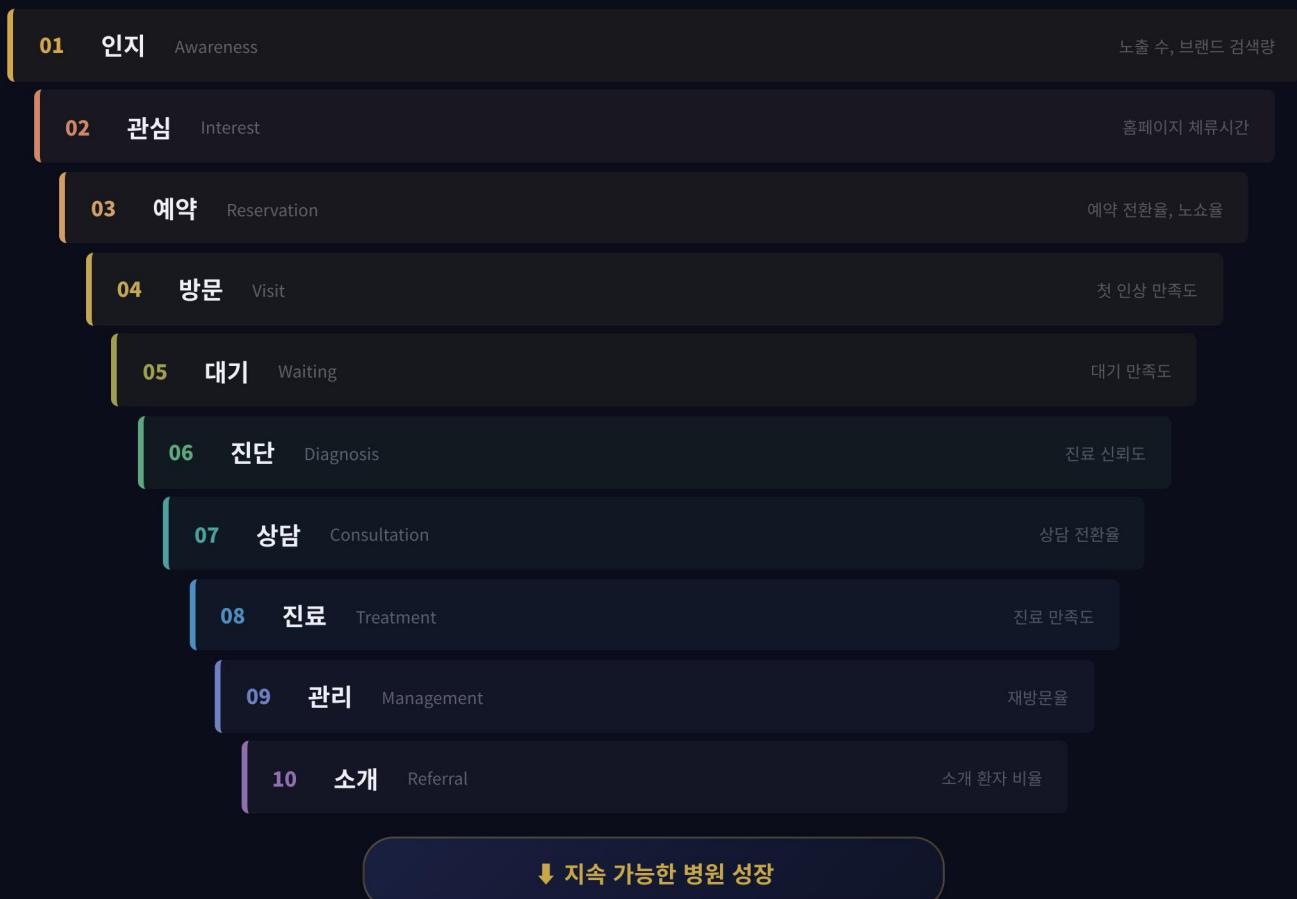
#### 핵심 인사이트

10단계 중 단 한 곳이라도 누수가 있으면, 그 앞단계의 모든 투자가 물거품이 됩니다.

광고(1단계)에 돈을 쏟아도 상담(7단계)에서 빠져나가면 매출은 오르지 않습니다.

# 페이션트 퍼널 전체 지도

10단계가 유기적으로 연결된 병원 운영 시스템의 전체 구조입니다.



” 세일즈는 파는 것이 아니라 돋는 것이다.

환자에게 최선의 경험을 제공하는 것이 곧 최고의 마케팅입니다. — 문석준

# 03

## 실전 사례

페이션트 퍼널 적용 병원의 실제 매출 성장

"정말 효과가 있나요?" — 숫자로 증명합니다.

### 서울 H치과 3개월

Before After  
4,522만원 → 8,140만원 +80%

"병원에 바로 적용할 수 있고 눈에 띄는 효과가 있습니다."

핵심 변화: 상담 전환율 35% → 65%, 소개 환자 비율 2배 증가

### 서울 C치과 8개월

Before After  
4,566만원 → 9,791만원 +114%

"경영에 익숙하지 않은 원장님도 쉽게 따라할 수 있습니다."

핵심 변화: 재방문율 25% → 50%, 광고비 40% 절감

### 서울 A치과 6개월

Before After  
5,000만원 → 1.3억원 +160%

"월 매출 8,000만원 증가, 신환 매일 5명 증가."

핵심 변화: 일 신환 수 +5명, 월 매출 8천만원 순증

### 서울 D치과 3개월 (개원 4년차)

Before After  
8,000만원 → 1.3억원 +62%

"내 병원을 '경영'하고 있다는 확신이 생겼습니다."

핵심 변화: 체계적 시스템 구축, 직원 이직률 감소

**150+**

적용 병원

**80%+**

평균 매출 성장

**65%+**

상담 전환율

**40% ↓**

광고비 절감

\* 모든 사례는 실제 병원에서 측정된 데이터 기반이며, 병원명은 익명 처리되었습니다.

# 04

## 우리 병원 자가진단

10단계별 병목 진단 체크리스트

각 항목에 체크해보세요. 체크하지 못한 항목이 많은 단계가 우리 병원의 병목입니다.

### 01 인지

- 우리 병원의 타겟 환자 페르소나가 명확하게 정의되어 있다
- 네이버 플레이스 / 구글 비즈니스 프로필이 최적화되어 있다
- 월간 신규 유입 경로(광고/검색/소개)를 추적하고 있다

### 02 관심

- 병원 홈페이지가 모바일에 최적화되어 있다
- 환자 후기/리뷰를 적극적으로 관리하고 있다
- 경쟁 병원 대비 명확한 차별점이 있다

### 03 예약

- 전화 응대 매뉴얼이 문서화되어 있고 교육되고 있다
- 예약 확인 문자 + 리마인더가 자동 발송된다
- 노쇼율을 측정하고 관리하고 있다

### 04 방문

- 접수 직원이 환자 이름을 부르며 인사한다
- 병원 청결도를 매일 체크리스트로 관리한다
- 환자 동선이 명확하게 안내되고 있다

### 05 대기

- 예상 대기 시간을 환자에게 안내하고 있다
- 대기실에 음료, Wi-Fi 등 편의시설이 갖춰져 있다
- 대기 시간 동안 교육 콘텐츠가 제공된다

## 04 우리 병원 자가진단 (계속)

### 06 진단

- 환자의 말을 충분히 경청하는 시간을 확보하고 있다
- 구강카메라/X-ray 등 시각적 도구로 설명하고 있다
- 환자의 불안을 해소하는 커뮤니케이션이 되고 있다

### 07 상담

- 상담 전환율을 측정하고 있다 (목표: 60% 이상)
- 2-3가지 치료 옵션을 제시하고 있다
- 상담 스크립트/매뉴얼이 문서화되어 있다

### 08 치료

- 치료 전 통증 관리에 대한 사전 안내가 이루어진다
- 치료 중 진행 상황을 환자에게 설명한다
- 치료 후 주의사항과 응급 연락처를 안내한다

### 09 관리

- 치료 후 48시간 내 풀로업 연락을 하고 있다
- 정기 검진 리마인더가 자동 발송된다
- 장기 미방문 환자에 대한 재방문 유도 프로세스가 있다

### 10 소개

- 소개 환자 비율을 측정하고 있다
- NPS(순추천지수)를 정기적으로 조사한다
- 소개 환자를 위한 특별한 첫 방문 프로세스가 있다

#### 진단 결과 해석

##### 25~30개 체크

우수

시스템이 잘 갖춰져 있습니다. 세부 최적화에 집중하세요.

##### 15~24개 체크

보통

핵심 단계의 병목을 우선 개선하면 빠른 성과를 낼 수 있습니다.

##### 14개 이하 체크

개선 필요

전체 퍼널 재설계가 필요합니다. 무료 라이브에서 시작하세요.

## 우리 병원 퍼널 진단 워크시트

아래 표를 작성하여 각 단계별 현재 상태와 개선 과제를 정리해보세요.

단계	현재 점수 (1~5점)	주요 문제점	개선 액션
01 인지	/5		
02 관심	/5		
03 예약	/5		
04 방문	/5		
05 대기	/5		
06 진단	/5		
07 상담	/5		
08 진료	/5		
09 관리	/5		
10 소개	/5		

\* 이 워크시트를 출력하여 팀 미팅에서 함께 작성하면 더 효과적입니다.

### 활용 가이드

- 점수가 가장 낮은 3개 단계를 우선 개선 대상으로 선정하세요.
- 각 단계별로 구체적인 액션 아이템을 1~2개씩 정하고, 담당자와 기한을 배정하세요.
- 2주 간격으로 진행 상황을 점검하고, 1개월 후 다시 점수를 측정해보세요.

## BONUS

# 병원 OS: 5가지 경영 컨트롤 패널

페이션트 퍼널 10단계를 실행하기 위해서는 병원 전체를 움직이는 OS(운영체계)가 필요합니다.

01

## 미비핵 (Mission / Vision / Core Values)

병원의 존재 이유와 방향성. 모든 의사결정의 기준이 됩니다.

02

## 고객 서비스 (Customer Service)

환자 접점의 모든 순간을 설계하고 표준화합니다. 페이션트 퍼널 10단계가 여기에 해당합니다.

03

## CRM (환자 관계 관리)

환자 데이터를 체계적으로 수집, 분석, 활용하는 시스템입니다.

04

## HR (인사 관리)

채용, 교육, 평가, 동기부여 — 팀이 하나로 움직이는 체계입니다.

05

## 마케팅 (Marketing)

광고가 아닌, 병원을 잘 운영하기 위한 모든 활동입니다. 마케팅 = 광고가 아닙니다.

" 세일즈는 파는 것이 아니라 돋는 것이다.

환자에게 최선의 경험을 제공하는 것이 곧 최고의 마케팅입니다. — 문석준

# 05

## 지금 바로 시작하기

다음 단계로 나아가세요

“ 6년 동안 직접 부딪히며 알게 된 건, 병원 경영에는 재능이 아니라 시스템이 필요하다는 것이었습니다. 그 시스템을 함께 나누고 싶어서 이 가이드를 만들었습니다.

— 문석준

### STEP 1

#### 무료 라이브 특강 참석하기

2달에 한 번, 소수 정예로 진행되는 무료 병원 경영 라이브 특강에서 페이션트 퍼널의 핵심 프레임워크를 직접 배워보세요.

→ 아래 QR코드로 바로 신청

### STEP 2

#### 자가진단 체크리스트 실행

이 가이드의 체크리스트를 출력하여 팀과 함께 작성해보세요. 가장 점수가 낮은 단계가 우선 개선 대상입니다.

→ 본 PDF 12~14페이지 참고

### STEP 3

#### 올인원 클래스 합류

더 깊은 학습과 실전 코칭이 필요하시다면, 페이션트 퍼널 올인원 클래스에서 체계적인 변화를 시작하세요.

→ 상세 안내는 무료 라이브에서 확인



#### 무료 라이브 특강 신청

[dentalfunnel.liveklass.com](http://dentalfunnel.liveklass.com)

QR코드를 스캔하거나 위 주소로 접속하세요.

환자 경험 설계의 본질과 즉시 적용 가능한 액션 아이템을 제시합니다.

P A T I E N T   F U N N E L

# 환자 경험 중심 10단계 병원 경영 시스템

문석준 | 서울비디치과 대표원장

patientfunnel.kr | dentalfunnel.liveklass.com