

INITIAL CONSULTATION × IG × LINE

歯科・矯正・審美歯科

“まず相談したい”を、 初診予約へ変える。

治療の違い・期間・費用の不安を整理し、適切な初診
枠へ

業界別 AI集客・予約導線のご提案

2026.09.02



今の集客を捨てず、役割分担を変える。

既存媒体は新規発見に残し、興味の深掘りと再来を自社導線へ。



媒体を否定するのではなく、得意な役割だけ任せます。

答えは、3つを一本につなぐこと。



入口の興味を、そのまま予約・再来まで引き継ぎます。

治療の違いと費用がわからず、相談前に止まる。

01

同じ問い合わせ
受付へ集中

02

自費相談
院長に集中

03

来院前説明
手動

問題は“集客数”だけでなく、選ばれ方と追い方が人に依存していること。

投稿ごとに、違う入口をつくる。

同じフォロワーでも、反応するテーマは違います。

1

マウスピース矯正

コメント「矯正」

2

ホワイトニング

コメント「白さ」

3

セラミック

コメント「審美」

投稿テーマを入口IDとして、次の案内を変えます。

入口ごとに、InstagramのDMステップを変える。

見た内容の続きを、順番に届けます。



IG Harness : コメント検知 → 内容別DM → 時間差ステップ → LINE案内

LINEに入った後も、専用シナリオへ分岐。

最初から説明し直さず、興味に合った次の一步を見せます。



投稿 → IGのDMステップ → LINEシナリオを、1本の導線として設計

SNSが変わっても、“同じお客様”のまま。

どの投稿に反応した人かを、LINE側へ引き継ぎます。



顧客理解がゼロに戻らないから、案内が自然につながります。

“人気順”ではなく、“相性順”で案内する。



お客様が自分で“当たり”を探すのではなく、仕組みが候補を絞ります。

相談内容・担当・初診時間を確認して予約

今週の空き枠

木 3

金 4

土 5

日 6

月 7

日付を選ぶ



候補を見る



予約相談

1

おすすめ枠

11:00

2

空きあり

14:30

3

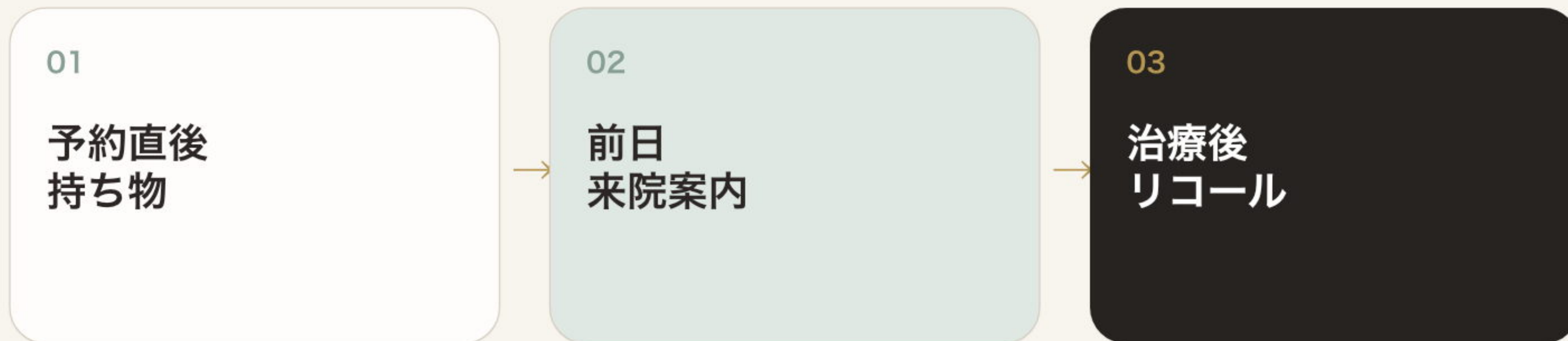
相談可能

16:00

※実証実験では、既存予約ルールと実際の空き枠へ接続します。

予約して終わりではなく、再来まで育てる。

来店・受診後の案内も、時期に合わせて変えます。



“次にいつ連絡するか”を担当者の記憶に頼りません。

個人の知名度ではなく、店舗・医院の導線を資産にする。

これまで

受付が説明を抱える
院長相談へ集中
リコールが手作業

今回導入するシステム

一般情報を先に案内
適切な相談枠へ分岐
リコールを医院で管理

属人性を減らし、空いている人・枠・メニューへ予約を届けます。

“なぜ予約・再来されたか”まで見える。

次の投稿とシナリオを改善するための数字です。



投稿 → IG DM → LINE登録 → 予約 → 再来

同じお客様の流れとして検証

4週間だけ、1導線から試す。

既存運用を壊さず、結果を見てから広げます。



治療の適応・診断・結果判断は歯科医師が行い、広告表現は医療広告ガイドラインに合わせます。

NEXT DECISION

まずは、 1投稿・1導線から。

矯正相談投稿1本から4週間。
予約・再来・負担が変わるかを確認します。

4週間の実証実験を相談する

