



intro

인트로 마케팅

단순한 공장식 마케팅을 넘어서,
원장님의 진료철학과 진심이 전달될 수 있도록

병원 전문 마케팅 실행사 인트로 마케팅

인트로는 하나의 정답을 향하지 않습니다.



사람들이 병원을 고르는 기준은 '1가지'가 아닙니다.

우리 병원에 맞는 고객을 발굴할 수 있도록
'내원경로의 변화'편에서 다양한 고객 유형을 살펴 봅니다.

원장님들의 병원 운영도 단 '1가지'의 방법만 있지 않습니다.

병원 마다의 매력에 맞춰 홍보하는 인트로 나름의 전략을 살펴봅시다.

'한 번에 운영하는 효과'편에서 다양한 노하우를 토대로

우리 병원만의 매력을 발굴하는 모습을 볼 수 있습니다.


무엇보다 이 트렌드를 만든 이는 원장님들입니다.

인트로는 원장님 삶의 장면들을 발견하고, 엮었을 뿐입니다.


부디 이 한 장 한 장에서 진심을 느낄 수 있길 바랍니다.

매일매일
모두가 새로운 환경을
맞이하고 있습니다.





그럼에도
늘 한결같은
원장님들이 계시기에, 인트로도 다짐합니다.



원장님이
환자를 생각하시는 마음

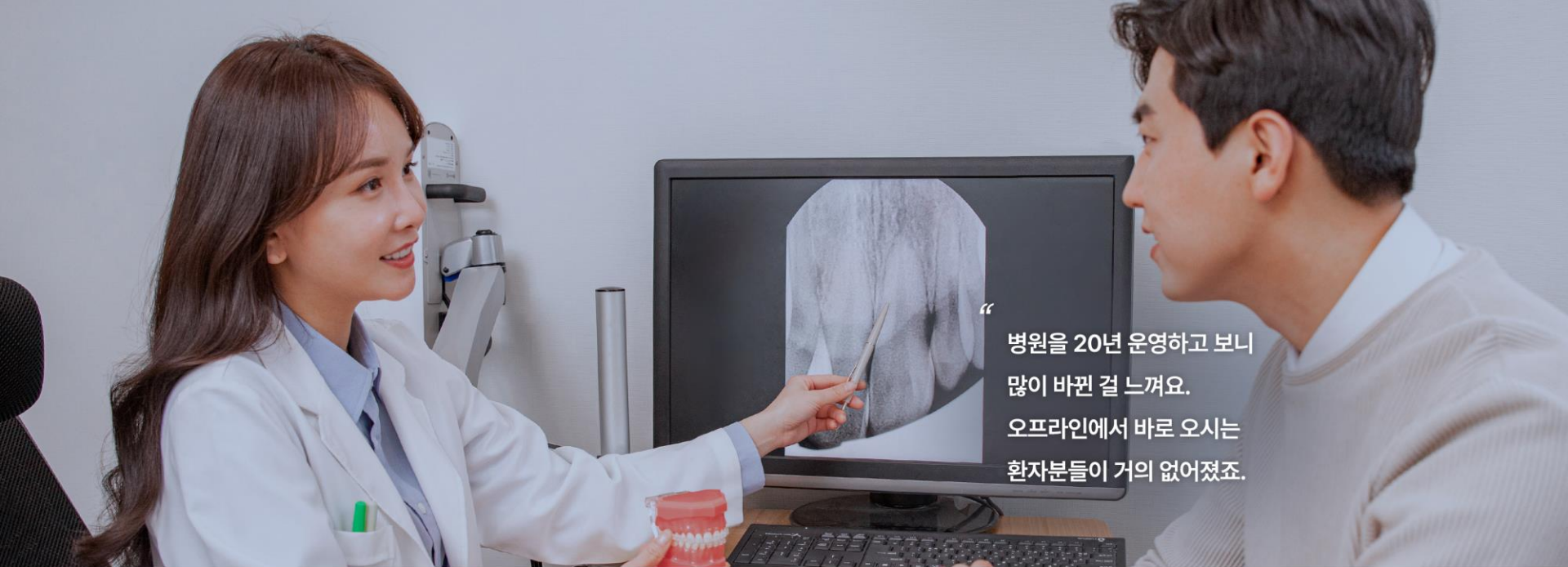
진료 철학
그대로 전달해야 한다고

그래서 오늘도,
많은 사람들이 질병에서 벗어나
건강한 몸에서 가족과 함께 하고 있습니다.



01

인트로와 원장님



“ 병원을 20년 운영하고 보니
많이 바뀐 걸 느껴요.
오프라인에서 바로 오시는
환자분들이 거의 없어졌죠.

01

변화된 내원 경로

단순히 집 주변의 병원을 찾으시려는 지도검색 고객님부터
나에게 맞는 진료를 보시려는 상세검색 고객님까지
더 많은 사람들이 더 다양한 경로로 병원을 찾아보고 있습니다.

이렇게 오늘도 많은 시간들이, 건강을 즐기는 시간들이,
사랑하는 사람과 함께 하는 시간들이,
원장님의 따뜻한 진심과 함께 하고 있습니다.



02

'상위노출'과 더불어 인트로가 직접 기획하고 작성한 포스팅을 통해

스티브잡스가 처음 아이폰을 발표하던 때를 떠올려 봅시다.
이제는 병원 마케팅에도 '혁신'이 필요한 때입니다.

상위 노출만 돼도 매출이 오르던 시절은 이미 지났습니다.
상위 노출과 더불어, 인트로가 직접 기획하고 작성한 포스팅을 통해
한 사람 두 사람 세 사람.. 동일한 포스팅에 다섯 명
그 이상의 신환이 방문하면서
더 많은 원장님들과 환자들을 연결하고 있습니다.

원장님들도 광고에 신경 쓰셔야 하는 시간이 절약된 만큼,
더 많은 고객을 만날 수 있었고, 환자의 건강을 위한
진료를 더 많이 연구할 수 있게 되었습니다.

03

절약된 그 시간들은 어디로 갔을까

원장님은 마케팅에 신경 쓰실
시간을 절약할 수 있었어요

1년 동안 원장님 한 분당 절약한 시간

60일

20일간 병원의 강점을 분석하고 방향성을 기획해요.

원하는 치료를 받기 위해 검색 기능을 이용하는 고객들도 많아지고 있습니다.
 키워드를 찾고, 상위 노출시키기까지 여섯 가지 절차로 나눠 진행하고 있습니다.
 더 자세한 진행 방법이 궁금하시다면 인트로 마케팅에 견적서를 요청해 보세요!

1. 키워드 파악

2. 시장 조사

3. 컨셉 도출

<p>S Strength / 강점</p> <ul style="list-style-type: none"> 전문의 진료 안전한 최신 연세아 최신 장비 도입에 유력함 브랜딩 및 디자인 유력함 	<p>W Weakness / 약점</p> <ul style="list-style-type: none"> 신경써야 할 부분이 많음 (마케팅, 인터넷, 장비, 재료, 세균, 직원 등) 기존 치과들의 견제가 심함
<p>O Opportunities / 기회</p> <ul style="list-style-type: none"> 많은 유행 연구 주거인구와 직장인구가 적절히 혼용된 형태의 인구분포 	<p>T Threats / 위협</p> <ul style="list-style-type: none"> 주거인구들이 다던 기존 치과들(중성고교) 2020년대가 넘는 기존 치과들 같은 건물에 자리 잡고 있는 치과 2곳

업종과 진료과목 체크 후 효과가 좋을만한 키워드 취합

타경쟁사 체크, 벤치마킹 등 컨셉을 위한 전반적 시장 조사

시장조사 자료를 토대로 심리적 공감을 이끌어낼 만한 컨셉 도출

4. 키워드 추출

키워드	2021년 1월	2021년 2월	순위	1위	2위
치과예약	400	400	860	최적2	최적2
치과진료	20	20	20	최적2	최적3
치과진료예약	20	20	20	최적2	순위1
치과예약예약	10	10	20	순위1	최적5
치과예약예약예약	10	10	20	순위4	키네
치과예약예약예약예약	10	10	20	순위4	순위4
치과예약예약예약예약예약	100	100	200	순위4	순위5
치과예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	최적2
치과예약예약예약예약예약예약예약	20	20	40	순위1	순위1
치과예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	최적2
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	키네
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	순위4	키네
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	순위5
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	순위5
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	390	1440	1830	보스트	위빙
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	최적2
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	180	670	850	최적2	보스트
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	40	30	70	최적2	최적2
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	1070	2200	3270	최적2	최적2
치과예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약예약	10	10	20	최적2	순위1



6. 피드백 보고

안녕하세요. 오늘 키워드 작업 건 링크 전달드립니다.

믿을 수 있는 - 발산역인레이 1위
<https://blog.naver.com/ucco27122n/222719508620>

양심 - 발산역인레이 1위
<https://blog.naver.com/xwqjvrd5748086iv22271950466>

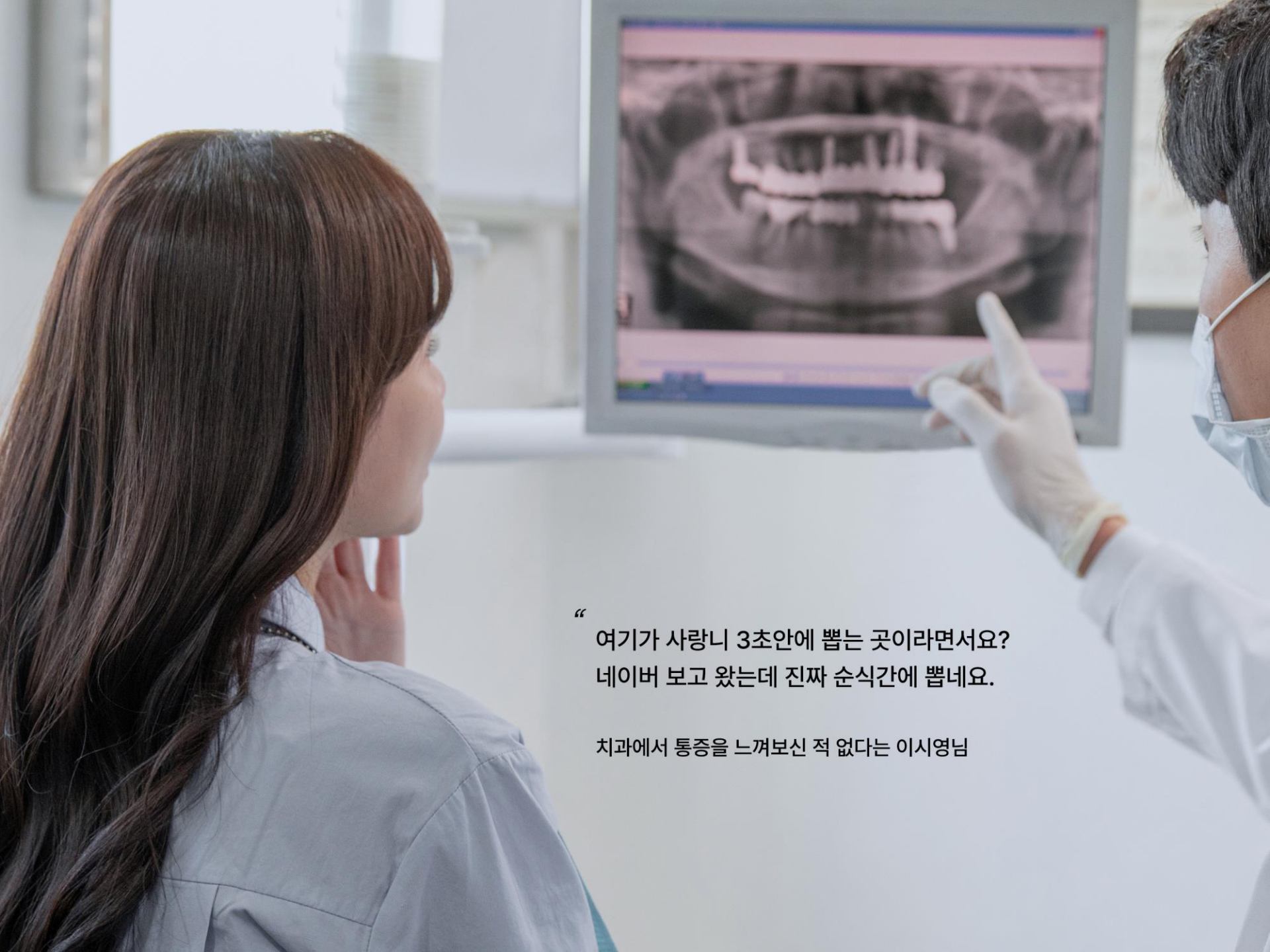
공들 - 발산동치아미백 1위
<https://blog.naver.com/ysudent/22714617443>

순위변경되었습니다

사람들이 검색할 만한 키워드 추출 후 원고 작성/ 포토카드 제작

상위노출을 위한 SEO 작업

다음 마케팅 전략을 위한 이슈 사항 및 피드백 보고



“
여기가 사랑니 3초안에 뽑는 곳이라면서요?
네이버 보고 왔는데 진짜 순식간에 뽑네요.

치과에서 통증을 느껴보신 적 없다는 이시영님

02

내원경로의 변화

01

언택트 시대가 바꾼 패턴

집에서도
병원을
만날 수 있어요

사회적 거리두기의 시행으로
집에 있는 시간이 많아졌을 때도,
많은 사람들은 '받고 싶은' 시술을 검색했습니다.

직접 내원해 상담을 받아볼 수 없지만,
인터넷 공간에서 병원과 만남이 있었기 때문입니다.



[M한의원 신규환자 분포표]



*지역에만 한정되어 있던 신규 환자가
온라인 마케팅을 통해 전 서울지역에서 내원하는 모습

2021년 12월 대비 2022년 8월을 살펴보면, 대표적으로 미용시술의 비중이 많이 성장했습니다. 그동안 회복 시간이 오래 걸려 부담스럽거나, 하지 못했던 성형, 교정 등의 미용시술들이 재택근무의 확대와 혼자 있는 시간의 증가로 점점 확대되고 있는 것으로 짐작해 볼 수 있습니다.

이렇게 고객들의 선호 시술이 이동하면서 그동안 마케팅을 하지 않았던 병원들 또한 마케팅을 시작하고 있습니다.

병원을 방문해야 정보를 얻을 수 있었던 정보를 블로그를 통해 볼 수 있게 되었지요. 그만큼, 온라인에서 경쟁 업체들 또한 늘어나게 되었습니다.



“ 이곳저곳 상담을 받고 결정하고 싶지만, 발품을 팔기 힘들 때에는 네이버에서 찾아보고 예약해요.

비대면이 일상이 되었지만, 환자와 병원 사이의 만남이 아예 없어진 것은 아닙니다. 언제나 환자들에게 따뜻한 말과 진심이 담긴 진료철학은 환자들이 병원을 결정하는 계기가 됩니다.

다만, 그 만남의 방식이 바뀌었습니다. 오프라인보다 온라인에서 처음 만나게 되는 신규 환자들이 많아지고 있습니다. 상담 한번 받지 않고 바로 예약을 통해 병원에 오는 방법이 자연스러운 선택이 되기도 합니다.

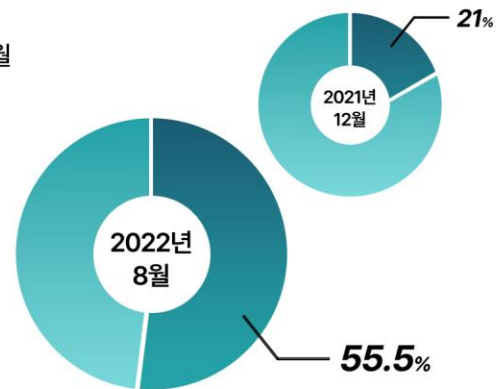
실제로 2021년 대비 2022년 신규 환자 중 인터넷을 통해 내원하는 환자들의 비중이 증가했습니다.

2021년 12월 대비 2022년 8월

인터넷 방문고객 비중
34.5% 증가

*인트로마케팅 계약 병원 기준

- 오프라인 신환
- 온라인 신환



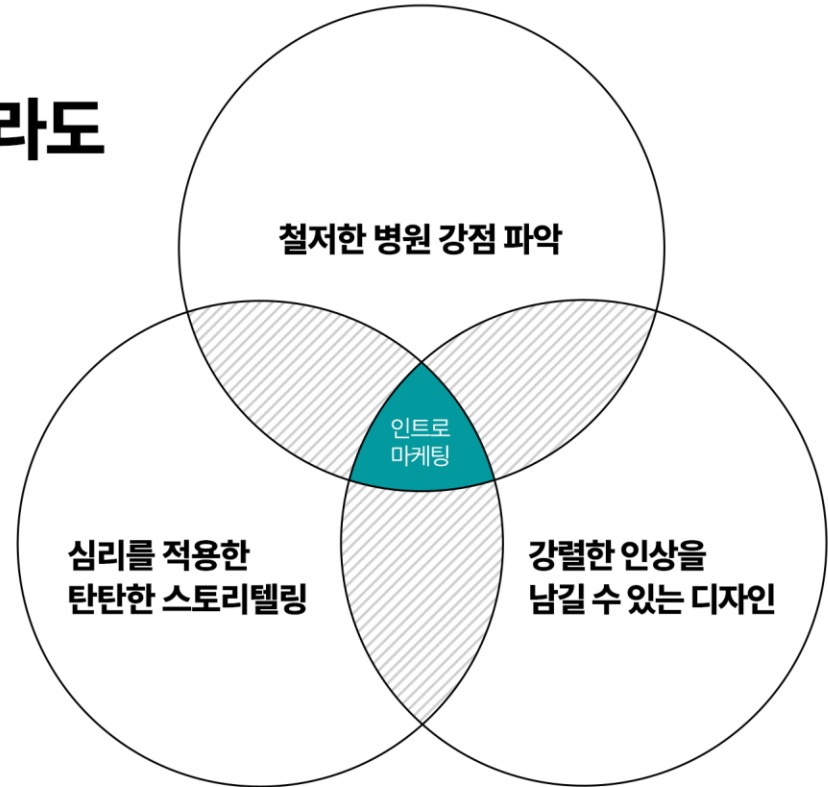
단 한 건의 게시글을 작성하더라도 고객의 입장에서

진료 시술에 대해 궁금했던 점, 병원의 진료 철학과 원장님의 사명감
환자에 대한 이해와 공감을 한 포스팅에서 볼 수 있는 곳은 어디일까요.

네, 인트로입니다.

인트로가 진행되는 포스팅에는 톡톡 튀는 카피 라이팅과
직관적인 시술 정보가 가득합니다.

입소문과 오프라인 광고를 통해만 내원하던 시절은,
온라인에서 진료철학과 꼼꼼하게 비교하고
방문하는 게 자연스러운 시대가 되었습니다.



점점 더 많아지는 온라인 환자들에게
우리 병원의 전환율을 높이기 위해
환자들의 내원 패턴을 크게 두 가지로
파악했는데요.

첫 번째는

'검색 의도가 명확할 때' 입니다.
가장 전환율이 높은 키워드는
'지역 + 진료과목 키워드' 인데요.
가볍게 바로 병원에 가야 할 때,
병원을 찾아볼 겨를 없이 바로
방문해야겠다 생각할 때,
고객들은 바로 검색합니다.

두 번째는

'울림이 전달될 때' 입니다.
최근 유행이 된 '돈쫓'이라는 단어가 많이 보이는데요,
고객들은 사회적으로 모범이 되고 감동을 주는
사려가 있는 가게를 찾아내 적극적으로 구매합니다.
또, 이를 통한 전환율은 일반 광고를 통한 전환율 보다
월등히 크죠. 자세한 제작 사례를 보고 싶다면
[2022 인트로 디자인 포트폴리오](#)에서 확인해 보세요



혹시 우리 병원의 진료철학이,
내세울 만한 장점이 없어도 걱정 마세요.
원장님과 인터뷰를 통해서 강점을 찾을 수도 있습니다.

모든 사람을 사로잡을 수 있는 글이 존재한다면 얼마나 좋을까요.
하나부터 열까지 다 취향이 다른 고객들의 마음을 한 번에 사로잡기 위해,
인트로는 우리 병원에서만 느낄 수 있는 진료철학으로 진심을 전달합니다.

진료철학은 시술 정보를 더 길게 설명드리는 것보다, 전달력이 좋을 수 있습니다.
인트로는 병원의 어떤 모습을 발견하고 환자들에게 전달하고 있을까요?

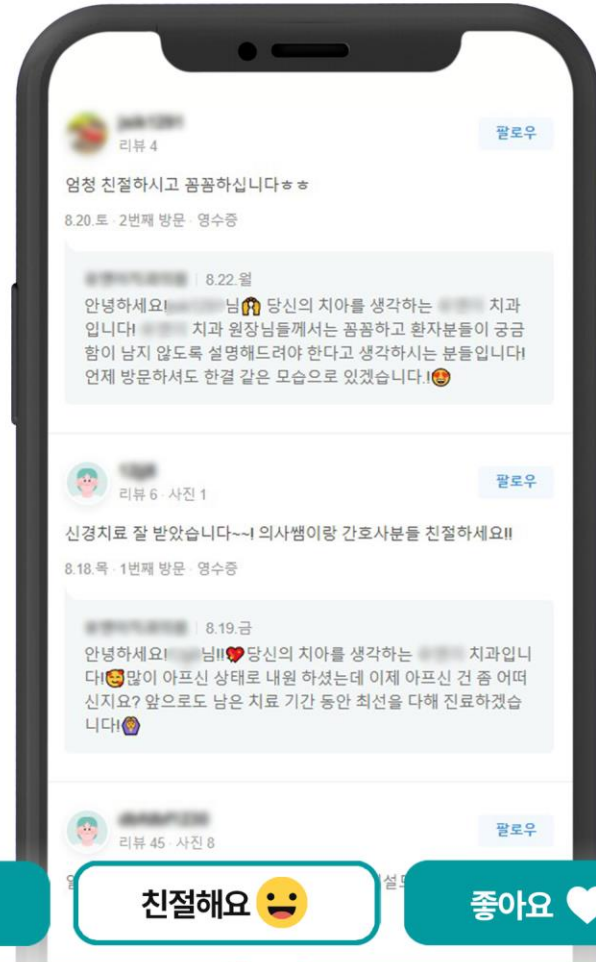
03

동네 의원을 재발견하게 하는 인트로

동네에 집중하고, 동네의 숨은 명의를 탐색하는 사람들이 많아졌습니다. 특히 네이버 마케팅은 병원 위치를 기반으로 키워드를 잡아나가기 때문에, 소규모 병원에서도 꾸준히 문의가 들어오고 있는데요.

고객들의 이런 탐색 방식을 알고 있는 원장님들은, 가성비 마케팅을 이곳저곳 알아보시다 인트로를 선택하시곤 합니다. 이런 사장님들의 노력으로, 많은 동네 주민들이 인트로를 통해 동네의 명의를 재발견되고 있는데요.

의원급에서도 최소한의 합리적인 마케팅 비용으로 2배 이상의 효과를 보시는 원장님들이 많습니다.



- 쾌적해요 😊
- 원장님이 너무 친절하세요 😊
- 친절해요 😊
- 좋아요 ❤️
- 인테리어가
- 가까워요 ❤️
- 시술 잘 받았어요 😊
- 병원이 깨끗해요 😊
- 아프지 않아요 👍
- 추천해요 🗣️
- 신뢰가 가요 😊
- 가격이 좋아요 👍
- 정말 꼼꼼한 진료 🩺
- 너무 좋아요 또 갈거예요 😊

인트로는 환자들의 동향을 살피며 안전과 청결을 강조합니다.

병원이 코로나 감염 취약설로 떠오르며, 발길이 뜸해졌습니다.
코로나에 대한 불안으로, 환자들은 병원 내
살균과 감염 가능성을 살펴보고 있습니다.

어느 병원을 방문하든, 기본이 되는 것은 단연코 '청결'입니다.

특히 요즘 같은 시기에 안전을 생각하면서도
맑고 깨끗한 이미지를 보여드리기 위해
인트로는 더욱 환자들의 동향을 살피고 있습니다.



정말 깔끔했던 것 같아요.
이곳은 처음인데 좋은 기억 고맙습니다.



입원실에서 며칠 생활했는데 좋았습니다!
청결하고 병원밥도 맛있어서 좋았네요.



공기정화시설 덕분에 수술 후에도
맘 편하게 휴식할 수 있었습니다.





“ 사소한 디테일이지만,
원장님의 병원을 생각하니
항상 더 좋은 아이디어를 전달드리지 않을 수 없습니다.

인트로 마케팅 기획팀

“

항상 제가 이런 내용을 포스팅에
넣어달라고 요청드렸던 입장인데
인트로는 오히려 계속
여러 내용을 찾아 제안을 주더라고요.



04

매출 효과에 초점을 두는 마케팅

휘발성 마케팅, 하지 않을게요.

원장님의 매출 신장으로 이루어지는

제안만 드리겠습니다.

약속과 만족률에 더 철저해집니다.

회발성 마케팅, 하지 않을게요. 매출 신장으로 받습니다.

현실적으로 마케팅 직원을 채용해
운영하는 것이 쉬운 일이 아닙니다.

병원의 사정을 잘 알고 효과적인 마케팅을 하고 싶어 하시는
원장님의 마음은 커져가고 있습니다.

인트로도 이에 대해 책임감을 무겁게 느끼고 있고요.

인트로에서는 디자이너 / 기획자 / 소통담당자
각 분야의 전문가들로 효율적인 운영을 하고 있습니다.

환자의 고민은 무엇인지

환자는 어떻게 병원 정보를 얻는지

환자는 어떻게 병원을 결정하는지

인트로는 원장님이 쉽게 생각하실 수 있도록
항상 어렵게 고민하고 있습니다.

원장님들과 소통한 메시지 수

10,323 개

제작된 포토카드 수

578 개

게시된 포스팅 개수

10,350 개

2022년 8월 기준

경제적 비용으로 환산해 보면

내부 담당자 운영 비용

월 4~500만원 절약

각 분야 **전문가 3명**을

한 번에 운용하는 효과

인트로는 진료에만 집중하실 수 있도록, 진심을 다합니다.

기존에 다른 업체에 대행을 맡기다가, 인트로 마케팅으로
변경하신 사장님은 그 이유를 이렇게 말했습니다.

“
**병원에 대해 이해도가 높은 것 같았던 게
 첫 번째였고요.**
**무엇보다 정말 내 일처럼
 해주실 것 같았기 때문이에요.**
**항상 포스팅이 되고 난 후,
 피드백과 함께 개선사항을 알려주시더라고요.**”

안녕하세요. 오늘 키워드 작업 건 링 크 전달드립니다.

믿을 수 있는 - **발산계산센터 1위**

양심 - **발산계산센터 1위**

공블 - **발산계산센터 1위**

순위반영되었습니다

감사합니다.

인트로에서 실전하는 피드백 사항
 인트로는 매일 카카오톡을 통해 보고를
 드리고, 주기적인 모니터링을 통해
 개선사항을 제안 드리고 있습니다.

월간 발행 순위보고 [월간발행순위보고]

발행일	순위	비고
2022.07.27	1위	
2022.07.26	1위	
2022.07.25	1위	
2022.07.24	1위	
2022.07.23	1위	
2022.07.22	1위	
2022.07.21	1위	
2022.07.20	1위	
2022.07.19	1위	
2022.07.18	1위	
2022.07.17	1위	
2022.07.16	1위	
2022.07.15	1위	
2022.07.14	1위	
2022.07.13	1위	
2022.07.12	1위	
2022.07.11	1위	
2022.07.10	1위	
2022.07.09	1위	
2022.07.08	1위	
2022.07.07	1위	
2022.07.06	1위	
2022.07.05	1위	
2022.07.04	1위	
2022.07.03	1위	
2022.07.02	1위	
2022.07.01	1위	

매일 카카오톡으로 드리는 일간 보고

매월 엑셀파일로 전달드리는 월간 보고

제목

61129796	[인양맘들]	환의원 다니시는분 [1]
58670689	[인양맘들]	환의원 추천인요!
56736179	산후다이어트~~	환의원! [12]
55755075		환의원 다니시는 분 계신가요?
49720678		환의원이요 [3]

예약자 리뷰 15

내이비영각 주름으로
항문 인입문 후기입니다.

★ 4.76 478 평점 (4명 참여) **정말 영민한 카트 방문객이 많아용 표기합니다.**

리뷰 7 사진 0 첨부 0

의사 간호사 선생님 너무 친절하시고, 설명도 자세합니다. 과잉 진료도 없이 앞으로 약기로 줄 것 같아요
7.20 수 예약

7.8 / 10

자세한 설명 ★★★★★ 치료후 결과 ★★★★★
 직원 의 친절 ★★★★★ 청결함 ★★★★★

✓ 영수증 인증 리뷰는 클린 시스템을 통해 방문이 인증된 후기입니다. 클린 시스템 보기

내가 원하는 키워드인 검색해보세요.

- 전체 (26)
- 치료결과 (11)
- 중치치료 (6)
- 사랑니발치 (6)
- 치료 스케일링 (5)
- 상경치료(치과) (2)
- 엑스레이 촬영... (2)
- 매복 사항1 (1)
- 래진 (1)
- 안채이 (1)

한화 회사 기본 정보

9.5 / 10

자세한 설명 ★★★★★
 치료후 결과 ★★★★★
 직원 의 친절 ★★★★★
 청결함 ★★★★★

이름이 너무 심해 신경치료받고 금니로 씌우게 됐어요
 집근처 형질 잘하는곳으로 가고싶어서 친구 소개로 가게 되었
 는데 환경님 과잉진료없이 진짜 저한테 필요한 치료만 권유하
 시더라고요
 어느부분은 초심만약과 이환식으로 알려주셔서 도움이 가네요

치료 가격정보
 크라운 576000 원

주기적인 병원 평판 모니터링

“
고객들이 처음 보는 첫인상이기 때문에
최대한 많은 신경을 써요.

인트로에 말기고 나서는
이런 걱정이 많이 줄었죠.



03

한 번에 운용하는 효과

01

**좋은 치료
받고 싶은 곳의
좋은
을 맡아주신 분들**

인트로와 함께하는 수많은 원장님

인트로의 비전은 '홍보가 아닌 진심을 담아내자.'

인트로가 이 비전을 향해 갈 수 있는 것은, 수많은 원장님들 덕분입니다,

이렇게 많은 원장님들이 인트로를 통해 좋은 치료로

환자들이 더 행복한 하루를 느낄 수 있게 함께해 주시고 계십니다.

02

차별화된 브랜드를 만들기 위한 노력

인트로를 통해 브랜드를 만들어가는 원장님들이 있습니다.
원장님들은 우리 병원의 메시지, 우리 병원의 차별화된 느낌을
어디에, 언제, 누구에게, 어떻게 전달할지 고민합니다.

네이버에 보이는 로고, 고객의 리뷰에 다는 댓글, 그리고
포스팅을 보게 되었을 때의 경험과 디자인까지.
사소한 곳에서부터 우리 병원의 느낌을 전달하기 위해
노력하는 원장님들이 많아지고 있습니다.

실제로 인트로마케팅의 포토카드들을 살펴보면,
메시지를 담고 있는 포토카드들의 비중이 높아지고 있는데요.
한 번 떠올려 볼까요.
우리 병원은 고객에게 어떤 느낌을 전달하고 있나요?

병원만의
진료철학이 담긴
포토카드가
포스팅되는 비중

100%

● 진료철학 포토카드



모든 포스팅에 진료철학을 넣고 있습니다

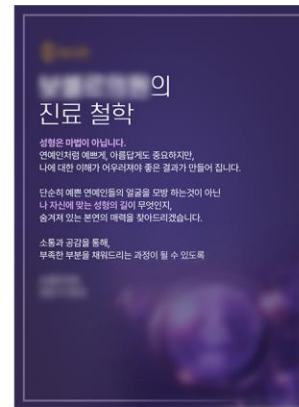
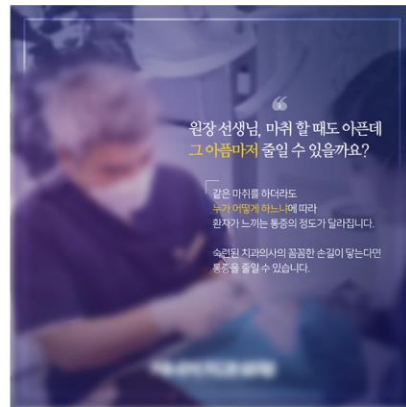
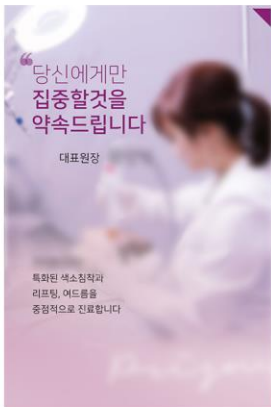
온라인으로 가장 많이 내원하는 고객들은, 1980년부터 2004년까지의 생산과 소비가 가장 활발한 세대입니다. 밀레니얼 세대와, Z세대를 아우른다고 하여 MZ 세대로 일컫기도 하지요. 이 세대는 자신의 가치관에 맞는 소비를 특히 더, 중요하게 생각합니다. 윤리적 신념이나 개인 취향에 따라 기꺼이 지갑을 엽니다. 수술실 내 CCTV가 있는 병원을 선택하기도 하고, 봉사활동을 하거나 사회 공헌을 하는 병원에 일부러 방문하기도 하지요. 가격이 더 비싸더라도, 가치 소비를 위해 공정무역 커피를 따져보는 세대이기도 합니다. 원장님들 역시 병원의 기본인 진료, 서비스, 위생에 '가치'를 더하는 분들이 많아지고 있어요.

걱정 없이 즐길 수 있는 깨끗한 병원

안전에 대한 관심이 높아지면서, "괜찮을 거야."라는 생각들이 "괜찮을까?" 로 많이 바뀌고 있습니다. 자연스럽게 더 많은 고객들이, 내가 진료받는 치료실이 깨끗하게 관리되고 있는지를 눈으로 확인하고 싶어 합니다. 그래서 많은 원장님들이 있는 그대로를 보여주는 방법을 사용하고 있습니다.

고객이 치료를 걱정 없이 안전하게 즐길 수 있다는 것은 결국, 원장님들에게 좋은 영향을 줍니다. 인트로에서도 감염병의 위생과 병원의 철저한 확인에 관련된 홍보를 마다하지 않고, 지속적으로 해나갈 예정입니다.

인트로에서 제작한 포토카드들에 환자를 생각하는 따뜻한 마음이 전해져 고객의 착한 소비로 이어지고 있습니다.

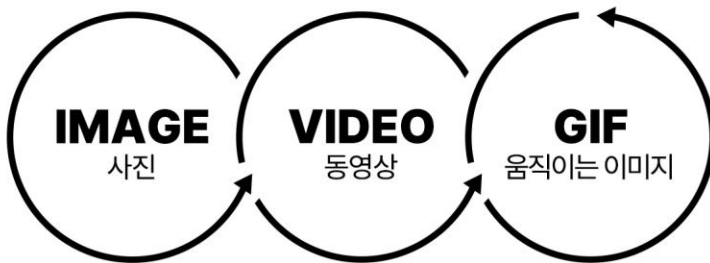


03

마음을 사로잡는 콘텐츠 포맷 활용

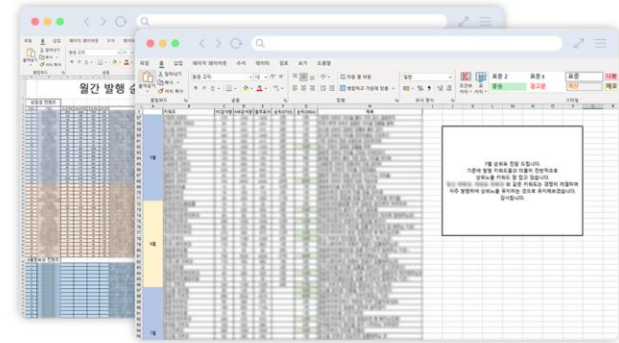
고객들은 화면에 보이는 정보로 병원을 파악합니다.
자신만의 매력을 자랑하며 고객의 마음을 사로잡는
원장님들이 많아지고 있습니다.

원장님들이 병원의 매력을 보여줄 수 있도록,
원장님의 진료철학과 병원의 강점을 목적에 맞게
보일 수 있도록 분리하고, 이미지, 동영상, GIF 등의
다양한 콘텐츠 포맷을 활용할 수 있도록 포토카드를
제작하고 있습니다.



보이지 않는 숨은 노력들

우리 병원이 더 많은 사람들에게 노출될 수 있도록,
그리고 포스팅을 본 사람들 중에서 더 많은 고객들이
내원할 수 있도록, 인트로는 오늘도 연구하고 도전합니다.
신로직을 찾아보기도 하고, 포토카드를 바꿔보기도 하며,
카피라이팅 한 줄을 더 매력적으로 작성해 보기도 하지요.
쉽게 원하는 결과를 받아보실 수 있도록 항상 어렵게
고민하고, 연구하고 있습니다.



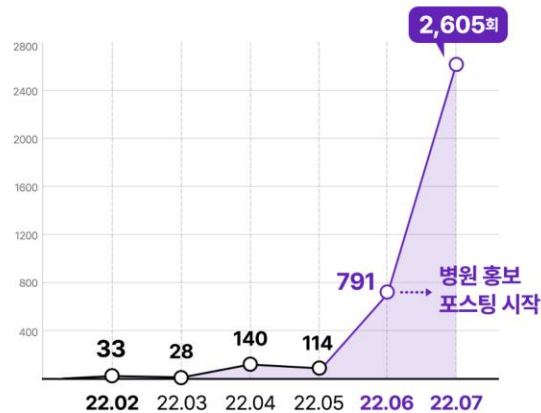
이런 노력의 집합체가 월간 보고서입니다. 월간 보고서에서는
그간의 순위 변화와 다음 달의 전략까지 한 번에 볼 수 있습니다.
인트로는 우리 병원의 오늘과 내일뿐만이 아니라,
그리고 더 먼 미래를 계획하고 있습니다.

2022년 2월 대비 2022년 7월

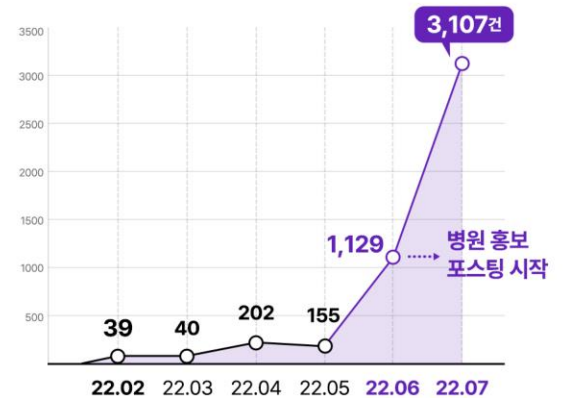
블로그 조회수

7,866% 증가

인트로에서 운영 중인 S블로그
방문 횟수, 조회수 증가 그래프



방문 횟수 증가 그래프



조회수 증가 그래프



05

불안을 인트로로 극복하신 개원 원장님들

인트로는 함께 도전의 힘을 만들어냅니다.

지난 한 해 수많은 개원 원장님들과 함께 했습니다.

개원이 되기 전까지 하나하나 피드백을 드렸습니다.

2022년 8월까지

함께한
병의원들

70곳

특히 첫 운영에 어려움이 찾아왔을 때
'매출이 안 나올 것 같아 걱정이다' 라고 말씀하셨던 한 원장님은,
확장 이전으로 희망을 전해주시기도 하였습니다.
병원을 개원한다는 것, 진료를 시작한다는 것, 그 모든 순간들은
언제나 알 수 없는 미래로 나아 간다는 것을 의미합니다.
그 알 수 없는 미래를, 인트로와 함께 극복하고 계시는
원장님이 늘어나고 있습니다.




앞으로도
우리의 현재는
변화가
가득할 것입니다.

그 시간 속에
인트로가 바라는 것은 단 하나.

알 수 없는
원장님의 현재가

무엇이든 할 수 있는
미래가 되게 하는 것





이 리포트에서 하나의
정답을 보여드리지는 않지만,

인트로는 오로지
원장님과 환자들의 건강한 연결

이 하나만을
정답으로 향하겠습니다.



발행처 인트로 마케팅

이메일 intro0546@gmail.com

연락처 010. 2098. 7010

주소 서울시 동작구 시흥대로 606 동작 협성휴포레 시그니처