

수의서비스마케팅과 동물병원 사업성과와의 상호관계

인터벳 코리아 대표이사
서 승 원

지난 2~3년 동안 전반적인 국내경기의 하강과 가계의 가처분 소득의 감소로 인해 동물병원을 성공적으로 운영하는 것은 매우 어려운 현실이다. 더군다나 수의사의 공급과잉과 동물병원간 경쟁의 심화로 인해 이러한 상황이 더욱 악화되고 있다.

하지만 이러한 어려운 상황에서도 합리적인 고객관리와 고객에게 양질의 수의서비스를 제공함으로써 동물병원을 성공적으로 운영할 수 있을 것으로 판단되며, 수의서비스마케팅의 필요성이 강조되고 있다.

강의 도입부에 본 강사는 최근 의료업계 및 수의업계의 주요 현황과 일부 병원들의 성공적인 마케팅기법을 간략하게 소개한 후 수의서비스의 개념과 중요성을 소개하였다. 또한 우수한 고객의 개념과 우수고객을 위한 관리기법 그리고 우수한 고객관리의 장점에 대해 소개를 하였다.

강의 본문의 전반부에는 의료 및 수의서비스의 마케팅 사례에 대해 소개를 하였다. 특히 동물병원의 규모와 운영방식이 비교적 유사한 의원급 병원 및 치과병원에서 의료서비스품질이 고객의 만족과 충성도 향상 또는 그들의 사업성과에 미치는 영향에 대한 주요한 연구들을 소개하였다. 특히, 의료 및 수의서비스의 경우 단순히 환자나 반려동물을 위한 진단 및 치료를 위한 진료서비스뿐만 아니라 대고객 서비스인 진료과정상의 서비스품질과 주위 서비스 환경이 동시에 중요함을 강조하였다.

본문의 후반부에는 2007년 동물병원협회의 춘계 세미나와 기타 세미나에서 설문조사를 실시한 연구결과를 소개하였다. 기존에 대한수의사회 및 동물병원협회에서 동물병원의 현황에 대한 설문조사가 일부 있었지만 이러한 설문결과가 성공적인 동물병원의 운영방안에 대한 구체적인 해결방안들을 제시 못하는 경우가 많았다.

본 강사의 연구결과에 의하면 동물병원에서 내부직원의 만족을 위한 내부고객지향성 활동, 외부고객의 만족을 위한 시장지향성 활동, 그리고 공급업체를 포함한 외부고객과의 유대 및 신뢰 형성 등 고객과의 관계지향성 활동 등 이 세 가지의 활동들이 동물병원의 사업성과의 개선을 위해 필수적인 활동임을 강조하였다. 흔히 이 세 가지의 요소를 일반 서비스산업에서는 서비스마케팅 활동의 삼위일체라고 불려지고 있다. 또한 동물병원 운영자(원장)의 근무연수와 동물병원의 사업입지에 따라서 어떠한 사업전략을 구사해야 하는지에 대해서도 소개하였다. 즉 동물병원 원장이나 부원장의 근무연수에 따라 동물병원의 운영방식이 다르며, 동물병원의 사업입지에 따라 그들의 운영방식이 상이함을 알 수가 있었다.

본 강사의 이러한 연구가 현재와 같이 시장상황이 어려워지고 동물병원간 경쟁이 심해지며, 동물병원의 고객이 점차 감소되는 과정에서 고객을 위한 합리적인 수의서비스의 제공과 성공적인 동물병원의 운영에 일정한 방향과 개선방안을 제시할 수 있을 것으로 판단된다.