

セルフケア管理機能 操作・活用マニュアル（第 3 版）

利用開始する準備、操作法、活用法についてご説明いたします。

【目次】

項目	ページ
機能の概要	1
セルフケア機能を利用するための準備 視聴画面を確認される時の注意点	2
セルフケアの配信設定のボタン設置場所・設定方法	
1.視聴期間の設定	3
2.配信資料の設定	4
■先生オリジナル資料を配信する方法	
3.配信設定の登録	6
基本設定方法を解説した動画	
セルフケア機能の活用について	7
提案方法	8
説明時の補足	11
セルフケア資料配信機能への期待	12

【機能の概要】

先生のイーファス**対象筋画面の下部**に「**セルフケア配信設定**」というボタンを表示します。ボタンを押すと [セルフケア配信の設定画面] が開き、施術情報に基づいた資料やその他設定する資料を患者様ごとに配信することができます。

設定を完了すると、視聴 URL を生成しますので患者様にお知らせください。

↓

URL をクリックすると患者様用の視聴画面が開き、設定したセルフケア資料を閲覧していただけます。

【セルフケア機能を利用するための準備】

まず、「セルフケア配信設定」の利用準備をしてください。

1.メインメニュー [所属院・施術者管理] →
→ [所属院マスタ] を開いてください。

※代表 ID でログインしてください。

2.患者さんが予約されるときは、電話番号を入力してください。

3.予約ページのある先生は、ページ URL
を入力してください。ない先生は空欄に
しておいてください。

※入力されると視聴画面の予約情報にリンクボタンが表示されます。

4.視聴画面の確認（患者さんが視聴される画面）

患者さんに利用していただく前に、配信画面をテスト設定し事前に確認してください。

視聴画面のホーム画面左側の「実施上の注意事項 使い方」ボタンを押すと、視聴画面の注意事項と使い方を確認していただけます。

【視聴画面を確認されるとき注意点】

イーファスを起動している端末で、患者さん用の視聴画面を開いたときは、開いているイーファスの画面を読み込み余計なボタンも表示されますが、患者さんが視聴されるときは表示されません。イーファスを起動していない状態で視聴 URL から開いた画面が患者さんのご覧になる画面です。

以上で準備は完了です。

【セルフケアの配信設定のボタン設置場所】

設定画面のボタンは、対象筋画面下部にあります。



■設定するタイミングは2つあります。

①施術中に設定する場合は、対象筋画面下部の [セルフケア配信設定] ボタンを押す。

②施術を終えてから設定する場合は、[患者様管理] → [施術情報の編集] → 配信する施術情報を表示 → [対象筋表示] ボタンを押す → 対象筋画面下部の [セルフケア配信設定] ボタンを押す。

【配信設定の方法】

1. 視聴期間を設定する。

任意のボタンを押すか、カレンダーを表示させて設定します。

視聴期間は症状により判断してください。

症状が強いときは、症状の変化に合わせて動作検査の結果が異なり、症状が安定し、本来のカラダの使いグセに戻ってくると、動作検査を行っても同じ結果になってきますので、視聴期間の設定は以下の例を参考にしてください。

- ・症状の強い間は、安静を第一にセルフケアを設定しない ※1
- ・症状が軽減し始めてからは数日から1週間で設定する
- ・症状が半減してくると2週間で設定する
- ・症状がなくなり、健康管理としては1ヶ月～数か月で設定する

◆動作検査の結果が安定するごとに期間を延長していきます。

※1. 症状の強い間でも、患者説明資料を自宅でご覧いただくときは設定してください。

2. 配信するセルフケアの設定

を入れた資料が配信されます。

チェックの入っていないボタンは非表示になります。

※ヨガ動画は約15分で作成しています。

※ADLの各資料は事前に内容を確認され、問題なければ使用してください。

■先生オリジナルの資料を配信できるようにする方法

画像・PDF・LPアドレスを配信することができます。

[資料の追加手順]

①. [資料追加] ボタンを押す

②.資料の登録

■画像を登録する場合

- (1) 資料名・簡易説明を入力
- (2) 「ファイルアップロード」を押す
- (3) 「資料ファイル選択」を押す
PCから任意の画像を選択して登録してください。
- (4) 「資料を登録」を押す

■URLを登録する場合

- (1) 資料名・簡易説明を入力
- (2) 「URLを登録」を押す
- (3) URLを入力
- (4) 「資料を登録」を押す

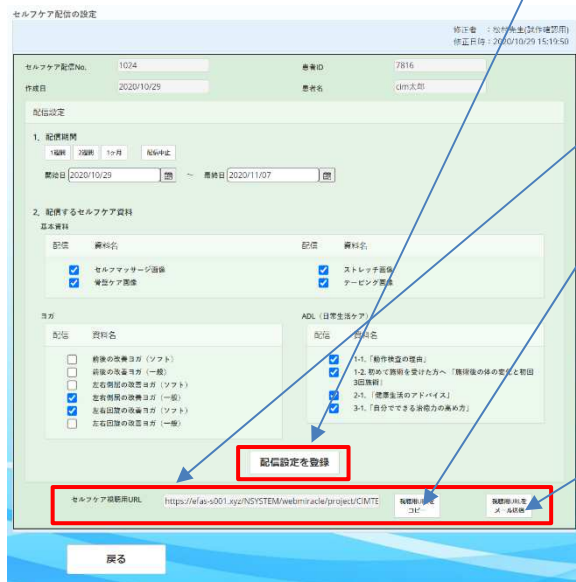
追加された資料は一覧で表示します。

編集・削除はこちらから行えます。

3.すべての設定が完了しましたら、**「配信設定を登録」**を押してください。

設定する内容は視聴期間中に何度でも変更ができます。

変更した時は、必ず**「配信設定を登録」**を押して設定内容を更新してください。



4.セルフケア視聴 URL が自動生成されます。

「視聴用 URL をコピー」 ボタン

クリップボードにコピーしますので、LINEなどにペーストして患者さんにお知らせください。

「視聴用 URL をメール送信」 ボタン

メール送信画面が表示され、入力したアドレスにメールを送ります。

メールアドレスは予め患者マスタに登録して

ておくと入力の手間が省けて便利です。

なお、送信元のアドレスは CIM の送信専用アドレス (support8@efas.jp) になりますので、以下の文章を送信メールに表記しています。



「送信専用アドレスで自動送信しております。ご返信いただいてもお答えできませんのでご了承ください。」

【基本設定方法を解説した動画】

セルフケア機能について動画でもご紹介しています。

セルフケア機能の紹介（閲覧画面と設定画面）

➔ <https://youtu.be/EA1Pzrbc4L0>

(19分06秒)

セルフケア機能の紹介（オリジナル資料の配信方法）

➔ <https://youtu.be/p8rhP96kqmM>

(6分40秒)

【セルフケア機能の活用について】

活用するときのポイントをお伝えいたします。

長いですが大切なポイントなのでご一読ください。

「**自分の治療院ではどのように活用すれば、最大効果が出させるのか?**」について考えてみてください。

本機能をきっかけとして、以下のような効果を期待できると思います。

- ・ より上位の施術メニューを受けてもらえるようにする
- ・ 回数券の購入率を高める
- ・ プラスαで施術単価を上げる
- ・ 健康管理を目的とした会員制の新しい患者層を創る
- ・ 本機能だけでも利用してもらえる新しい利用者を開拓する
- ・ 紹介してもらいやすくする
- ・ 受付スタッフも売り上げをあげられるようにする 等々です。

そこで、本機能の患者様への提供におきましては、CIM として希望提供価格を設定させていただきます。

価格設定をする理由は、患者さんにとって十分にその価値があると思うからです。施術効果を高めたり、新しい健康習慣を創ったりする上で価値があります。

また、

- ① コロナの影響もあって、今後セルフケアのニーズはもっと高まると思います。
- ② 安価なほど人は価値を感じにくくなります。
- ③ 費用が掛かっているほど真剣に取り組まれます。
- ④ 真剣な取り組みほど満足度（成果）は高まり、良い循環が起きやすくなります。

制作会社としての希望提供価格ですが、健康管理として『月 1 回の検査+セルフケア資料作成』のケースで、1回 ¥3,900（税込）を設定させていただきます。

視聴期間 1 日当たり、缶コーヒー一本分です。

但し、あくまで参考価格です。

先生オリジナルの資料も配信できるので、当然これ以上の提供価格（単価）を設定していただいても構いませんし、キャンペーン価格で受けやすい価格を設定していただいても構いません。

キャンペーンで利用していただく場合は、世間話として「治療院によりますが、検査+セルフケア配信の標準提供価格は 3,900 税込なのですよ」と価値のあることを必ず伝えてあげてほしいのです。

とりあえず最大の効果を引き出しましょう。(*^^)v

※万一無料サービスとして提供されている場合は、ボタンを非表示にさせていただく場合がありますので、予めご了承ください。

【提案方法】

次に、提案の流れについても検討されてから提供を開始してください。
売上をあげられる機会ですが、提案の仕方を間違えると折角のチャンスを逸してしまいます。

まず何を目的として提供するのかを定めてください。

- ・回数券の購入率が高めるのか
- ・健康会員のように会員制の患者層を創るのか
- ・患者さんからの新規紹介を増やすためなのか
- ・上位の施術メニューを受けてもらえるようにするためなのか
- ・プラスαで施術単価を上げるためなのか
- ・受付スタッフも売り上げをあげられるようにするためなのか 等々です。

目的によって、提案の仕方や内容が異なると思いますので、予め準備してください。

新しい機能が追加されても、ただ無料サービスとして患者さんに使ってあげるだけでは
あまりにももったいない機能だと思います。

患者さん自身に「関心を持ち、受けてみたい」「受け続けたい」と感じていただくためにも、
提案の手順はシュミレーションしておいてください。

おそらく、関係性の高い患者さんであれば、「絶対にあなたに必要です」と先生がおっしゃ
れば、とりあえず1回は受けられる方は多いと思います。

しかし、
**なんとなく始めたり、
人に言われて始めると長続きしにくいものです。**

結局続けることができず、効果を感じないまま単発で終わってしまうことも考えられます。

そこで、
**目標や目的を患者さんに明確に持っていただく。
そして、できれば本人の意志で始める。**
ということが継続のポイントかと思います。

例えば、
「しっかり動きを検査して、最適なセルフケアの方法を選出するシステムがありますが興味
ありますか?」「使いグセの改善と身体重心の安定効果があるので、症状の回復力がアッ
プしやすくなりますよ。」

↓患者さん興味あり

「でも、続けることができなければ効果は得られません。」
「1日の時間の1%は14.4分です。1~2%くらいご自身のカラダのために時間をつくるこ
とができる方にご提案しています。」

↓患者さん興味あり

「一般的な費用は1回¥3,900（税込）ですが、現在導入キャンペーンで、¥〇〇〇〇で受けていただいています。」

「目的や目標が決まっている方で、1日の2%の時間カラダのために確保できる方にはホントにお勧めです。

↓

「興味があればいつでも対応しますので、おっしゃってください。」

こうして目的や目標を明確にして、ご自身で決意して始めるほうが、効果も得やすくなるでしょう。

ライザップは、毎日の報告をされるそうですが、最初の数日間は、実施報告をLINEに入れてもらうなんて言うのもいいかもしれませんね。

「セルフケア実践チェックシート（仮）」を作って、次回セルフケア検査の時にチェックした日数に応じて少し割引があっても楽しいかもしれません。（^^♪

また、施術前後の姿勢の合成比較をしてあげ、改善する姿勢をご覧になれるタイミングで提案すると、同じ検査結果によるセルフ資料なら、さらに欲しくなただけでしょうし、よりしっかりと実施しようとするでしょう。

結果、セルフ機能の価値を体感していただきやすく、**継続にも、紹介にもつながると**思います。

患者さんが10人おられるとして、すべての方には利用してもらえないと思います。

提案の仕方にもよりますが、それほど健康意識が高くなく、特に面倒がり屋さんの方であれば、あまり必要とされないかもしれません。

ただ**何割かの患者さんは、必ず必要とされます。**

ですので、サービスを提供する前に、こういった価値を提供するのかを検討してください。

患者さんにとってなぜ必要なのか？

患者さんのどのような心配やお困りごとの解決として利用できるものなのか？

を整理しておきましょう。

ただ単に「新しいサービスです」とだけ伝えても価値は伝わりません。

患者さんが価値を感じるのは、

自分の課題（問題）が解決することです。

できるだけ深く強い課題である方が解決したい気持ち（必要性）も強くなります。

- ・ 治療効果を倍増させて早く治る
- ・ 将来の健康リスクが下げられる
- ・ いつまでも健康に、好きな趣味を続けられる
- ・ 姿勢が気になる方でしたら、いつまでもきれいな姿勢でいるために 等々

未来のことはなかなか実感がわかず、関心や意欲が高まりにくいので、施術中にできるだけ現時点で考えられる健康に関する将来の不安をあぶり出すこともポイントだと思います。

【説明時の補足】

問題や不安や課題をあぶり出し。解決したくなる欲求を高めてください。

↓

次のような話を入れると必要性を感じていただきやすくなります。

①第三者話法

利用して喜んでいただけた方の事例を紹介しましょう。

「あなたと同じ年代の方で、同じ症状の方は皆さん自分のペースを決めて取り組んでおられますよ。そして、〇〇な良い状態になられていますよ。」 等々

②使いグセを放置するリスク

「使いグセ」と「老化」は避けられないので、放っておくと、〇〇な症状がどんどん強く現れたり、将来〇〇なリスクがあるのですよ。 等々

③先生の思い

残念ながら不死身の体はありません。それは「使いグセ」と「老化」は避けられないからです。できれば、今回の施術を機会に、疲れにくく、傷めにくいカラダの管理習慣を身に付けてほしいのです。 等々

患者さんご自身に必要な性を理解していただいて、
「ぜひ受けたい」と感じていただくようにしましょう。

【セルフケア資料配信機能への期待】

セルフケアは症状回復に役立てていただくほかに、
「そこそこ健康で、治療院に行くまでもないけれど、何か健康のためにしなければいけないなあ」と考えている方の健康管理にたくさん利用してもらえるようになればいいなと願っています。

「おうちジム」みたいな感じでしょうか。

月に一回は動作検査をして、自分オリジナルのセルフケア資料を作成してもらおう。
そんな流れが常識になればいいですね。(^-)-☆

問診と動作検査・骨盤チェックを丁寧に行ったとしても 20 分は掛からないし、慣れれば、受付スタッフさんに任せられると思います。
リアルでも、オンラインでも、1 時間に最低 2 人は受けていただけますね。

そんな新しい『施術のカタチ』ができることを願っています。

初めは 10 人に 1 人 2 人からでいいと思います。

提案を重ねれば、先生流の患者さんの関心や興味の高めるコツができると思うので、やがては 3 人 4 人…5 人と増えていけばいいですね。

先生の大成功を祈っています。(^-)-☆

同じサービスでも、提案の仕方によって、得ていただける成果は全く異なってきます。

先日古本屋で見つけた本にこんな言葉がありました。

「お客様が選ぶ理由をつくってあげることが大事」

「売れる商品」はない。

「売れる売り方」があるだけ。

書籍：安売りするな!「価値」を売れ!

著者：藤村正宏

折角の機会なので、しっかり準備して取り組まれてください。

ご質問は LINE でお気軽にお問い合わせください。