

미용성형 개원 가의 동향에 대한 개인적 소견

강남제이스타 클리닉 원장 제현곤

최근 열악한 환경에서 병원을 운영하고 있는 여러 선생님들의 고충은 새삼 언급을 할 필요는 없어 보인다. 시장은 한정되어 있고 공급이 늘어가는 추세이니 당연히 공급자의 입장인 개원의 들의 경쟁이 더욱더 치열해 지는 추세인 것 같다.

필자는 그 동안 겪어오면서 느낀 바를 기록하여, 새롭게 미용성형 분야에 뛰어들 개원의 들께 조금 이나마 도움이 되었으면 하는 바이다.

미용성형 분야의 환자들은 대체적으로 예민하고 주관적인 성향이 많은데, 수술 이후 1개월 안에 약간의 우울 감을 통상 보이면서 환자의 성향에 따라서 극단적인 반응을 보일 때도 간혹 있다. 나의 경우에는 개업 초창기에는 환자의 성향을 가릴 만큼 노련하지 못했기도 하고 또 개업 가에서 살아남아야 하는 입장이다 보니 오는 환자를 놓치지 않아야 한다는 생각이 앞서서 무리한 진료 내지 잡아서는 안 되는 매우 성향이 좋지 않은 환자 (예를 들자면 병원 쇼핑을 한다던가, 아니면 아예 트집이라도 잡을 작정을 하고 오는 환자)도 구분을 못하고... 아니 구분을 할 능력이나 여력이 안되어서 두서 없이 진료를 했던 시절이 있었다.



지금은 내 성향 및 진료 컨셉과 어느 정도 맞는 환자들로 정리가 된 상황이지만, 개업 초기에는 정말이지 대하기가 쉽지않은 환자들을 진료하면서 참으로 시달리는 경우가 많았던 것 같다. 따라서 개업 초기에 환자를 가려서 받을 처지가 안 되는 상황을 제외하고는 개업 연수가 증가할수록 의사 자신과 맞는 성향의 환자 (예를 들자면 맨투맨 형태의 오프라인 방식의 마케팅으로 오는 환자를 선호하는 경우인데, 이 경우에는 대부분 지인의 소개로 오기 때문에 신뢰를 기반으로 진료를 볼 수 있으므로 매우 건전한 마케팅의 일환이지만 마케팅 속도가 느리고 개업 초기에 시행하기에는 무리가 있다는 한계가 있다) 로 점차 바꾸어 가도록 노력해야 할 것이다.

또한 내가 진료할 항목(미용성형 술 중에서)을 정할 때 내가 자신 있어 할 수 있는 항목을 우선적으로 정하되, 거기에 다른 병원과 차별이 될 수 있는 나만의 전문 술기를 몇 개쯤은 구사할 수 있도록 준비하는 것이 중요하다.

병원 매출의 주가 다운 타임이 짧고 turn over가 빠른 진료 만을 꼽자면 필러, 실 리프팅 및 보톡스 시술 등의 빠띠 성형과 레이저 치료이겠지만, face lift, 가슴수술, endoscopic forehead lift 등의 수술은 비교적 위험도가 크기는 해도 수가가 높고 결과가 좋을 경우에 마케팅 효과가 상당히 클 수 있기 때문에 자신이 할 수만 있다면 이러한 차별화되는 술기를 한 두가지 짚은 연마해 두는 것이 필요하다고 생각된다. 특히 과거 메르스 사태와 같이 예측하지 못하는 상황에서 매출이 급감하는 경우에 수가가 크고 난이도의 수술이 가끔이라도 있었을 경우에 병원 경영에 상당히 도움이 되었던 기억이 있다.

마지막으로 최근의 미용성형 분야 환자들의 경향을 언급할 필요가 있을 것 같다.



개업 현장에서 직접적으로 느끼는 변화는 '불편하지 않고 회복이 빠르면서 효과가 좋은 시술'을 환자가 더욱 선호한다는 점이다. 이점은 아마도 최근 들어 평균 연령이 높아지면서 젊게 보이고 싶어하는 회춘 술 요구도가 증가하는 상황에서 일상 생활의 불편함을 줄이려는 경향에 기인한 듯하다. 당연히 이러한 성향에 부합되는 시술이란 보톡스, 필러, PDO thread lift, 레이저 시술 등이 포함된다. 하지만 이러한 추세에도 불구하고 '회복은 더디고 힘들지만 확실한 결과를 원하는 환자' 는 분명히 있고 이점을 간과해서는 안 된다는 것이다.

앞에서 언급한 여러 견해는 순전히 개인적 견해임을 밝혀두고 싶다. 하지만 나의 짧은 소견이 새로 미용성형분야로 입문하시는 개원의 선생님께 조금이나마 도움이 되었으면 한다.

