



インターナショナル病院 ・ ヘルスケア / ベトナム ・ ベトナム、ホーチミン市 ・ 継続中

ベトナムを代表する国際病院のために、患者中心のデジタル再構築を実施。モバイル最適化、ベトナム語SEO、コンテンツチームの自立運用を、単一のプロジェクトとして提供。

クライアントの背景

クライアントであるこの有数の国際病院は、2003年の開院以来、ホーチミン市の民間国際医療におけるベンチマークとしての地位を確立してきました。フランス人医師グループによって設立され、36の医療・外科専門分野で事業を展開し、220床の入院病床、230名以上の医師を擁し、年間約25万人の患者を受け入れています。そのうち約25%は外国人患者です。

同病院は、2007年にベトナムで初めてフランスHAS認証を、2016年にはJCI認証を取得しました。2024年1月には、シンガポールの主要医療グループに3億8140万米ドルで買収され、これは同国史上最大の医療取引となりました。2022会計年度の収益は約8,000万〜8,500万米ドルに達し、前年比26%増を記録しています。

課題

同病院は20年以上にわたり、臨床的卓越性によってその評価を確立してきました。オンラインでの顔となるウェブサイトはこれまでその役割を果たしてきましたが、ベトナムの民間医療市場は大きく変化していました。主要な民間および公的機関を含む競合他社は、デジタルプレゼンスを積極的に近代化していました。ベトナムの患者様も、世界中の患者様と同様に、医療提供者の第一印象をオンラインで形成するようになっていきます。かつて口コミで築かれていた信頼は、今や画面を通じて伝えられる必要がありました。

既存のウェブサイトには3つの課題がありました。第一に、患者の行動に最適化されていなかった点です。特に、予約、医師検索、診療科案内は機能的ではあったものの、直感的ではありませんでした。ベトナム人患者の大多数がモバイルでサイトにアクセスしているため、これらのフローにおけるわずかな摩擦も、患者が受診を決定する最も重要な局面での大きな障壁となっていました。第二に、コンテンツのトーンと表現が、信頼される医療機関に期待されるベトナムの視聴者のニーズに追いついていなかった点です。臨床的権威と人間的な温かさが両立していませんでした。第三に、CMSが社内コンテンツチームの機動性を制限していた点です。更新には開発者の関与が必要で、ボトルネックとなり、サイトが停滞している印象を与えていました。

また、基盤となるSEO構造も、オーガニックリーチの可能性を十分に引き出せていませんでした。年間25万人の患者が検索を通じて病院を見つけることを考えると、これは大きな機会損失でした。

アプローチ

Gradionは、コンテンツ、デザイン、テクノロジーの3つの柱を中心にプロジェクトを構築しました。これらは個別のワークストリームとして提供されるのではなく、互いに補強し合うよう設計されています。

コンテンツについて：Gradionは、共感を基盤とした患者中心の編集戦略を策定しました。トーン&マナーは、医療機関としての権威と温かさのバランスを取り、臨床的な距離感ではなく、明確さをもって患者を導くよう再調整されました。ベトナムの視聴者に特化して響くよう、ローカライズされた言語と包括的なフレーミングが全体に適用されました。専門医を探している患者は不安を感じており、分析的ではないという認識に基づき、すべてのコンテンツ決定は、その瞬間の患者の感情状態を考慮して行われました。

デザインについて：予約、医師検索、診療科案内といった主要な患者ジャーニーは、モバイルファーストの合理化されたフローとして再構築されました。患者が自信を持って行動できるよう、明確な視覚的階層と直感的なコンポーネントが設計されました。モバイルファーストは単なるデザインの修飾語ではなく、プロジェクト全体を通じて主要なデザイン制約でした。

テクノロジーについて：サイトは柔軟なCMS上に構築されました。これは、病院の内部コンテンツチームが開発者の関与なしに独立して公開・更新できるようにするための意図的な選択です。拡張性と多言語対応の柔軟性を考慮し、モジュール式でコンポーネントベースのテーマが開発されました。サイトパフォーマンスはインフラレベルで改善され、読み込み時間の短縮とSEOクローラビリティの向上をサポートしました。これにより、ベトナム語で検索する患者が医療機関の臨床コンテンツを見つけられるようになりました。

成果

アクセシビリティの向上：合理化された患者ジャーニーとモバイルファーストデザインにより、予約、医師検索、適切な診療科への到達といった重要な場面での摩擦を軽減しました。

患者からの信頼強化：Gradionのコンテンツ戦略により、すべてのデジタル接点で共感と文化的共鳴を提供します。

視認性の拡大：ベトナム語SEOを最適化し、オーガニックリーチを向上させることで、検索を通じてより多くの患者と医療機関を結びつけます。

コンテンツチームの自立性確保：柔軟なCMSにより、内部チームは開発者に依存することなくコンテンツを公開・更新できます。

モバイルパフォーマンスの改善：モバイルデバイスからサイトにアクセスする大多数の患者のために、読み込み時間とクローラビリティを向上させました。

デジタルプレゼンスと臨床基準の整合：JCI認定機関として、質の高い医療を反映したデジタルフロントドアを実現しました。

提供サービス

- 患者中心のコンテンツ戦略と編集デザイン
- UI/UXデザイン（モバイルファースト）
- 技術実装
- CMS導入と設定
- ベトナム語SEO最適化

技術スタック

- WordPress CMS（モジュール型コンポーネントベーステーマ）
- 多言語対応・モバイルファーストフロントエンドアーキテクチャ
- SEOクローラビリティおよびパフォーマンス最適化

同様の課題についてご相談しませんか？

Gradionは、DACH、東南アジア、アフリカのソフトウェア企業、フィンテック、産業オペレーターと協業しています。ISO 27001認証取得。規制環境および高成長環境での23年の実績。

sales@gradion.com