

Medicare Marketing Violations

Mga Tip para sa Pagprotekta sa Iyong Sarili at Medicare

Hindi tulad ng Original Medicare, ang Medicare Advantage (MA, Part C) at Medicare Prescription Drug Plans (Part D) ay pinangangasiwaan, ibinebenta, at ibinebenta ng mga pribadong kompanya ng insurance. Ang Centers for Medicare & Medicaid Services (CMS) ay may mga alituntunin para sa marketing ng Part C at Part D na insurance na nagpoprotekta sa mga benepisyaryo ng Medicare mula sa manipula at mapanlinlang na mga taktika sa pagbebenta at pagpapatala.

Pakitandaan, ang mga alituntuning ito ay pangunahing nakatuon sa mga aktibidad at materyales na nauugnay sa mga ahente, broker, at direktang komunikasyon sa plano, kumpara sa mga patalastas o advertising sa telebisyon at radyo.

Ang mga sponsor ng plano at ang kanilang mga kinatawan, kabilang ang mga ahente at broker, ay dapat sundin ang mga alituntuning ito kapag nag-market sa mga benepisyaryo. Ang pagmemerkado ay nakikita bilang katumbas ng "pagpipiloto" ng mga benepisyaryo patungo sa isang plano.

Ano ang mga Halimbawa ng Mga Paglabag sa Marketing ng Medicare?

- Pagtanggap ng hindi hinihinging tawag sa telepono mula sa isang plan kung saan wala silang dating relasyon o kung saan sila nag-disenroll
- Isang ahente o broker na kumakatawan sa kanilang sarili na parang sila ay nanggaling o ipinadala ng Medicare, Social Security, o Medicaid
- Pagtanggap ng hindi hinihinging pagbisita sa bahay – ibig sabihin, "door-to-door cold call"
- Pagtanggap ng impormasyon tulad ng mga leaflet, flyer, hanger ng pinto, atbp. sa kanilang sasakyan o sa kanilang tirahan mula sa isang kumpanya kung saan wala silang appointment
- Isang ahente na nagpapasimula ng talakayan tungkol sa iba pang mga produkto ng insurance, tulad ng life insurance o annuity, sa panahon ng pagbisita o pagpupulong tungkol sa isang Part C o Part D na produkto ng Medicare • Isang ahente na bumalik nang hindi inanyayahan sa isang tirahan pagkatapos na lumiban sa isang naunang appointment • Nangangailangan sa mga dadalo na magbigay impormasyon sa pakikipag-ugnayan bilang isang kinakailangan para sa pagdalo sa isang kaganapan sa marketing
- Ang mga dadalo sa kaganapan sa marketing ay tinawag sa ibang pagkakataon nang walang pahintulot

- Ang mga prospective enrollees ay tinatawagan upang kumpirmahin ang pagtanggap ng ipinadalang impormasyon
- Isang ahente na pumipirma sa isang benepisyaryo para sa isang plano na dapat sumaklaw sa mga partikular na reseta o serbisyo ngunit nalaman ng benepisyaryo sa bandang huli na ang mga reseta o serbisyonang iyon ay talagang hindi saklaw ng plano dahil nakatanggap sila ng singil

Ano ang Magagawa ng Mga Plano at Ahente?

- Tumawag ng isang benepisyaryo na hayagang nagbigay ng paunang pahintulot
- Mag-alok ng mga nominal na regalo na nagkakahalaga ng \$15 o mas mababa (o \$75 sa kabuuan, bawat tao, taun-taon) sa mga benepisyaryo, basta't ibigay ang regalo kahit na ang isang benepisyaryo ay nagpatala sa plano
- Isama ang impormasyon tungkol sa mga reward at mga programa ng insentibo sa kanilang mga materyales sa marketing
- Magbigay ng mga pampalamig at magagaang meryenda, ngunit hindi mga pagkain, sa mga kaganapan sa marketing/benta
- Makipag-ugnayan sa mga potensyal na enrollees gamit ang conventional mail at iba pang print media (hal., mga advertisement) at sa pamamagitan ng email kung naglalaman ito ng opt-out function
- Magsagawa ng mga aktibidad sa marketing/pagbebenta sa mga karaniwang lugar ng mga setting ng pangangalagang pangkalusugan (ibig sabihin, mga waiting room, common entryways, vestibule, cafeteria, o community, recreational, o conference room)

Ano ang Hindi Magagawa ng Mga Plano at Ahente?

- Magsagawa ng mga aktibidad sa marketing o pagbebenta sa isang pang-edukasyon na kaganapan
- Atasan ang mga kalahok na magbigay ng impormasyon sa pakikipag-ugnayan upang makadalo sa isang kaganapan
- Magbenta ng door-to-door o mag-iwan ng impormasyon tulad ng mga leaflet, flyer, hanger ng pinto, atbp. sa kotse ng isang tao o sa kanilang tirahan (maliban kung ang benepisyaryo ay isang “hindi pagsipot” para sa isang nakatakdang appointment) • Sabihin na sila ay naaprubahan, inendorso , o pinahintulutan ng Medicare; ay tumatawag sa ngalan ng Medicare; o na hiniling sa kanila ng Medicare na tawagan o makita ang benepisyaryo
- Magpadala ng mga hindi hinihinging text message, gumawa ng mga hindi hinihinging tawag sa telepono, o mag-iwan ng mga mensahe ng voicemail para sa mga potensyal na naka-enroll
- Lalapitan ang mga benepisyaryo sa mga pampublikong lugar na pangkaraniwan (ibig sabihin, mga paradahan, pasilyo, lobby, o bangketa) • Magbigay ng impormasyon na hindi tumpak o nakaliligaw
- Mag-alok ng mga pagsusuri sa kalusugan o iba pang aktibidad na maaaring ituring bilang, o ginagamit para sa, "pagkuha ng cherry"

Ano ang Tungkol sa Mga Patakaran ng Medigap?

Ang mga patakaran sa marketing ng Medigap, o pandagdag na seguro, ay kinokontrol ng bawat departamento ng mga paghihigpit sa seguro ng estado, na maaaring maging kasinghigpit o hindi tulad ng mga pederal na tuntunin na namamahala sa marketing ng Part C o Part D na mga plano.

Paano Makakatulong ang Iyong Senior Medicare Patrol (SMP).

Ang iyong lokal na SMP ay handang magbigay sa iyo ng impormasyong kailangan mo para **PROTEKTAHAN** ang iyong sarili mula sa pandaraya, pagkakamali, at pang-aabuso ng Medicare; **I-DETEK** ang potensyal na panloloko, mga pagkakamali, at pang-aabuso; at **I-ULAT** ang iyong mga alalahanin. Ang mga SMP at ang kanilang mga sinanay na boluntaryo ay tumutulong na turuan at bigyang kapangyarihan ang mga benepisyaryo ng Medicare sa paglaban sa pandaraya sa pangangalagang pangkalusugan. Matutulungan ka ng iyong SMP sa iyong mga tanong, alalahanin, o reklamo tungkol sa posibleng mga isyu sa pandaraya at pang-aabuso. Maaari rin itong magbigay ng impormasyon at mga presentasyong pang-edukasyon.

Upang mahanap ang iyong estado na Senior Medicare Patrol (SMP):

Bisitahin ang www.smpresource.org o tumawag sa 1-877-808-2468.

Ang proyektong ito ay suportado, sa bahagi, sa pamamagitan ng grant number 90MPC0002 mula sa U.S. Administration for Community Living, Department of Health and Human Services, Washington, D.C. 20201. Hinihikayat ang mga grantees na nagsasagawa ng mga proyekto sa ilalim ng sponsorship ng gobyerno na malayang ipahayag ang kanilang mga natuklasan at konklusyon. Ang mga punto ng pananaw o opinyon, samakatuwid, ay hindi kinakailangang kumakatawan sa opisyal na patakaran ng Administrasyon para sa Pamumuhay sa Komunidad.