

联邦医疗保险营销违规 有关保护自己和联邦医疗保险的提示

与原始医疗保险不同，医疗保险优势（MA，C部分）和医疗保险处方药计划（D部分）由私人保险公司管理、营销和销售。医疗保险和医疗补助服务中心（CMS）制定了营销C部分和D部分保险的指导方针，以保护医疗保险受益人免受操纵和欺骗性的销售和注册策略的影响。

请注意，这些指南主要关注与代理商、经纪人和直接计划沟通有关的活动和材料，而不是电视和广播广告或广告。

计划发起人及其代表，包括代理人和经纪人，在向受益人营销时必须遵守这些指导方针。营销被视为相当于“引导”受益人制定计划。

联邦医疗保险营销违规的例子有哪些？

- 接到一个主动与准客户接触的电话，该电话来自他们之前没有关系或已退出的计划
- 代理人或经纪人声称自己代表医疗保险、社会保障或医疗补助
- 接到未经请求的家访——即“挨家挨户的冷电话”
- 在他们的车上或住所从没有预约的公司收到手册、传单、门挂等信息
- 代理人在就C部分或D部分医疗保险产品的访问或会议期间，开始讨论其他保险产品，如人寿保险或年金
- 一名代表在错过之前的访问预约后不请自来地返回住处
- 要求与会者提供联系信息，作为参加营销活动的先决条件
- 在未经许可的情况下电联营销活动参与者
- 潜在报名者被要求确认收到邮寄信息
- 代理人为受益人签署了一项本应涵盖特定处方或服务的计划，但受益人后来得知，这些处方或服务实际上不在计划范围内，因为他们收到了账单

计划和代理可以做什么？

- 致电已明确给予提前许可的受益人
- 向受益人提供价值不超过15美元（或每人每年总计75美元）的象征性礼物，前提是无论受益人是否参加该计划都要赠送礼物
- 在营销材料中包含有关奖励和激励计划的信息
- 在营销/销售活动中提供点心和小吃，但不提供餐食
- 使用传统邮件和其他印刷媒体（如广告），并通过电子邮件主动联系潜在的报名者，前提是电子邮件包含退出功能
- 在医疗机构的公共区域（即候诊室、公共入口、门廊、自助餐厅或社区、娱乐室或会议室）开展营销/销售活动

计划和代理人不能做什么？

- 在教育活动中进行营销或销售活动
- 要求参与者提供联系信息以参加活动
- 挨家挨户推销或在某人的车上或其住所留下传单、传单、门挂等信息（除非受益人错过了预定的预约）
- 声明其已获得联邦医疗保险的批准、认可或授权；代表联邦医疗保险打电话；或者联邦医疗保险要求他们打电话或去看受益人
- 在未经请求的情况下，向潜在注册者发送未经请求的短信、拨打电话或留下语音邮件
- 在公共公共区域（即停车场、走廊、大堂或人行道）接近受益人
- 提供不准确或具有误导性的信息
- 提供健康检查或其他可能被视为或用于“摘樱桃”的活动

补充性医疗保险政策如何？

补充性医疗保险（Medigap）或补充保险保单的营销活动受到每个州保险限制部门的监管，该部门可能会也可能不像管理医疗保险营销的联邦规则那么严格。

您的高级医疗保险巡查（SMP）如何提供帮助

您当地的高级医疗保险巡查随时准备为您提供您所需的信息，以保护自己免受医疗保险欺诈、错误和滥用；检测潜在的欺诈、错误和滥用；并报告您的担忧。高级医疗保险巡查及其训练有素的志愿者致力于教育并帮助医疗保险受益人打击医疗欺诈。高级医疗保险巡查可以帮助您解决有关潜在欺诈和滥用问题、顾虑或投诉。它还可以提供信息和教育演示。

联系高级医疗保险巡查（SMP）：

访问 www.smpresource.org 或电联 1-877-808-2468。

该项目得到美国社区生活管理局卫生与公众服务部（华盛顿特区，20201）的部分资助，资助项目编号为90MPRC0002。鼓励在政府资助下开展项目的受资助者自由表达他们的发现和结论。因此，观点或意见并不一定代表社区生活管理局的官方政策。