

Нарушения в области маркетинга по программе Medicare

Советы по защите себя и Medicare

В отличие от Original Medicare, Medicare Advantage (MA, Part C) и Medicare Prescription Drug Plans (Part D) управляются, продвигаются и продаются частными страховыми компаниями. Центры Medicare и Medicaid Services (CMS) разработали рекомендации по маркетингу страховых планов Part C и Part D, которые защищают бенефициаров Medicare от манипуляций и обмана при продаже и регистрации. Обратите внимание, что эти рекомендации в первую очередь касаются деятельности и материалов, связанных с агентами, брокерами и прямым общением с планами, в отличие от телевизионной и радиорекламы или рекламы. Спонсоры планов и их представители, включая агентов и брокеров, должны соблюдать эти рекомендации при маркетинговой деятельности в отношении бенефициаров. Маркетинг рассматривается как эквивалент "склонения" бенефициаров к участию в плане.

Каковы примеры маркетинговых нарушений в рамках программы Medicare?

- Получение нежелательного телефонного звонка от представителя, продвигающего план, с которым вы ранее не имели отношений или из которого вы вышли
- Агент или брокер, выдающий себя за представителя Medicare, Social Security или Medicaid
- Получение непрошеного визита на дом - т.е. "холодного звонка от двери к двери"
- Получение информации, такой как листовки, флаеры, объявления на дверях и т.д., на свой автомобиль или по месту жительства от компании, с которой у вас не было назначено встречи
- Агент, инициирующий обсуждение других страховых продуктов, таких как страхование жизни или аннуитеты, во время визита или встречи по продукту Part C или Part D Medicare
- Агент, вернувшийся без приглашения в квартиру после того, как пропустил назначенную ранее встречу
- Требование предоставить контактную информацию в качестве предварительного условия для участия в маркетинговом мероприятии
- Посетители маркетинговых мероприятий впоследствии обзваниваются без разрешения
- Перспективным участникам звонят, чтобы подтвердить получение информации по почте
- Агент подписывает бенефициара на план, который должен покрывать определенные рецепты или услуги, но позже бенефициар узнает, что эти рецепты или услуги на самом деле не были покрыты планом, поскольку он получил счет

Что могут делать представители планов и агенты?

- Звонить бенефициару, который дал предварительное разрешение
- Предлагать номинальные подарки стоимостью \$15 или менее (или \$75 в целом на человека, ежегодно) бенефициарам, при условии, что подарок предоставляется независимо от того, участвует ли бенефициар в плане
- Включать информацию о программах поощрения и стимулирования в свои маркетинговые материалы
- Обеспечение прохладительными напитками и легкими закусками, но не питанием, на мероприятиях по маркетингу/продажам
- Осуществлять незапрошенные контакты с потенциальными участниками программы, используя обычную почту и другие печатные средства массовой информации (например, рекламу), а также электронную почту, если она содержит функцию отказа от участия в программе
- Проводить маркетинговые/продажные мероприятия в местах общего пользования медицинских учреждений (например, в залах ожидания, общих входах, вестибюлях, кафе, общественных, рекреационных или конференц-залах)

Что не могут делать представители планов и агенты?

- Проводить маркетинговые или торговые мероприятия на образовательном мероприятии
- Требовать от участников предоставления контактной информации для участия в мероприятии
- Продавать "от двери к двери" или оставлять информацию, например, листовки, флаеры, объявления на дверях и т.д., на чьей-либо машине или по месту жительства (за исключением случаев, когда бенефициар "не пришел" на назначенную встречу)
- Заявлять, что они утверждены или уполномочены Medicare; звонят от имени Medicare; или что Medicare попросила их позвонить или встретиться с бенефициаром
- Осуществлять рассылку незапрошенных текстовых сообщений, незапрошенные телефонные звонки или оставлять сообщения голосовой почты для потенциальных участников программы
- Подходить к бенефициарам в местах общего пользования (например, на парковках, в коридорах, вестибюлях или на тротуарах)
- Предоставлять неточную или вводящую в заблуждение информацию
- Предлагать медицинские обследования или другие мероприятия, которые могут быть восприняты как "выборка" или использованы для этого

Как насчет полисов Medigap?

Маркетинг полисов Medigap, или дополнительного страхования, регулируется ограничениями департамента страхования каждого штата, которые могут быть не такими строгими, как федеральные правила, регулирующие маркетинг планов Part C или Part D.

Чем может помочь ваш старший патруль Medicare (SMP)

Ваш местный SMP готов предоставить вам информацию, необходимую для того, чтобы **ЗАЩИТИТЬ** себя от мошенничества, ошибок и злоупотреблений в рамках программы Medicare; **ВЫЯВИТЬ** возможные случаи мошенничества, ошибок и злоупотреблений; и **СООБЩИТЬ** о своих проблемах. SMP и их обученные добровольцы помогают просвещать и расширять возможности бенефициаров Medicare в борьбе с мошенничеством в сфере здравоохранения. Ваш SMP может помочь вам в решении ваших вопросов, проблем или жалоб по поводу возможных случаев мошенничества и злоупотреблений. Он также может предоставлять информацию и проводить образовательные презентации.

Чтобы узнать, где в вашем штате находится старший патруль Medicare (SMP), посетите сайт www.smpresource.org или позвоните по телефону 1-877-808-2468.

Данный проект был частично поддержан грантом № 90MPRC0002, предоставленным Администрацией общественной жизни Министерства здравоохранения и социального обеспечения США, Вашингтон, 20201. Грантополучателям, осуществляющим проекты под государственным патронажем, рекомендуется свободно излагать свои выводы и заключения. Поэтому высказанные точки зрения и мнения не обязательно отражают официальную политику Администрации общественной жизни.