



**Продажа выгод и преимуществ в ДМС.
Реально ли это?**

Анализ рынка ДМС, 6 месяцев 2009-2013 гг.

Динамика роста премий и выплат по ДМС в Украине, 6 месяцев 2009-2013

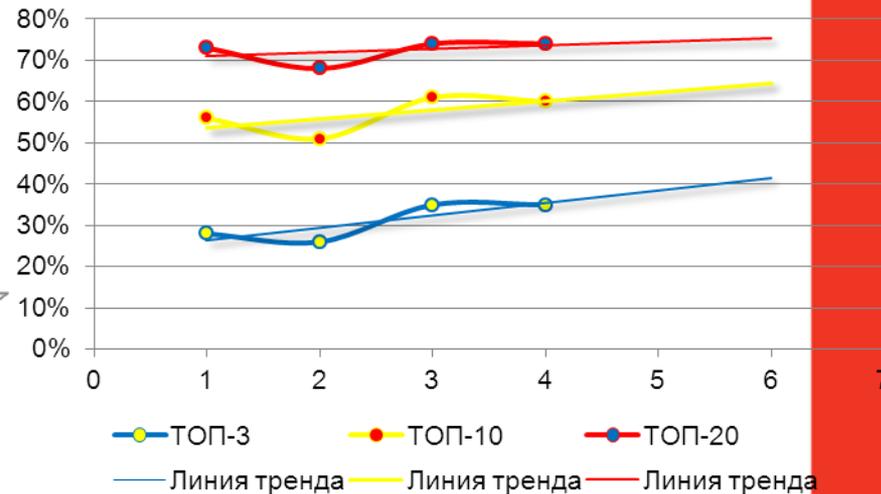
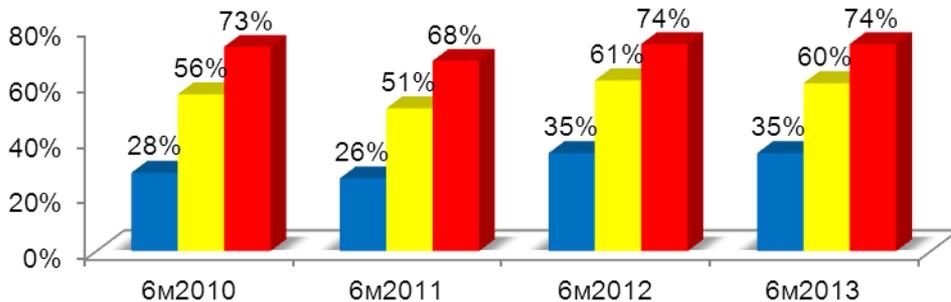


Объем премий медицинского страхования в 1 полугодии 2013 года вырос на 20,3% до 758,7 млн. грн.

Страховыми компаниями Украины было заключено 924,2 тыс. договоров медицинского страхования, что на 2,8% меньше, чем годом ранее.

По итогам 6 мес. 2013 г., так же как и в предыдущем году, ТОП-20 СК аккумулируют 74% страховых платежей.

Концентрация украинского рынка ДМС, 6 мес.2010-2013 (%)



ТОП-10 игроков рынка ДМС, 6 месяцев 2010-2013 гг.

№	ТОП-10 6 м 2010	ТОП-10 6м2011	ТОП-10 6 м 2012	ТОП-10 6м2013
1	ПРОВИДНА	ПРОВИДНА	НЕФТЕГАЗСТРАХ	НЕФТЕГАЗСТРАХ
2	НЕФТЕГАЗСТРАХ	ИНГО УКРАИНА	ПРОВИДНА	ПРОВИДНА
3	ИНГО УКРАИНА	НЕФТЕГАЗСТРАХ	ИНГО УКРАИНА	ИНГО УКРАИНА
4	АХА Групп	ALLIANZ УКРАИНА	АСКА	АСКА
5	ИЛЬИЧЁВСКОЕ	АСКА	АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ	УНИКА
6	ПЗУ УКРАИНА	АЛЬФА-СТРАХОВАНИЕ	УНИКА	АЛЬФА СТРАХОВАНИЕ
7	УНИКА (КРЕДО-КЛАССИК)	ИЛЬИЧЁВСКОЕ	ТАС СГ	ALLIANZ УКРАИНА
8	АСКА	ГАРАНТ-АВТО	АХА СТРАХОВАНИЕ	АХА СТРАХОВАНИЕ
9	КРОНА	УНИКА	ALLIANZ УКРАИНА	УПСК
10	ДЖЕНЕРАЛИ ГАРАНТ	ОРАНТА	ИЛЬИЧЁВСКОЕ	КРЕМЕНЬ

Основные стратегии ТОП-10 игроков рынка ДМС

1. Стратегия агрессивного вхождения в рынок



2. Стратегия эффективного сохранения/ диверсификации портфеля



3. Стратегия селективного выбора



4. Стратегия осознанного сокращения портфеля

Стратегия агрессивного вхождения в рынок



На данном этапе компании устанавливают низкую цену и высокое/среднее качество

«+» и «-» для СК

«+» Быстрое вхождение в рынок

«+» Увеличение количества запросов от потенциальных клиентов

«+» Повышение узнаваемости бренда по ДМС

«-» Большие операционные затраты

«-» Отрицательный финансовый результат текущего и будущего периодов

«-» Нежелание акционеров поддерживать отрицательный финансовый результат

«-» Кадровые перестановки

«-» Усиление системы контроля оказанных услуг

«-» Постоянный мониторинг операционной деятельности сотрудников департамента медицинского ассистанса/внешних ассистансов

Стратегия эффективного сохранения/диверсификации портфеля.

Данная стратегия является последующим эволюционным этапом после стратегии агрессивного вхождения в рынок. На этом этапе СК имеет четкий прозрачный процесс обслуживания клиентов (постоянный мониторинг количества звонков на одного оператора, мониторинг застрахованных, аналитика, специальное программное обеспечение, скрипты разговоров с клиентами, стандарты обслуживания).

«+» и «-» для СК

«+» Понятная стабильная политика андеррайтинга (честная цена)

«+» Качественные (прошедшие специальные испытания) бизнес-процессы и обслуживание застрахованных

«+» Опытный персонал

«+» Готовность акционеров поддерживать развитие компании

«-» Возможное сокращение портфеля

«-» Снижение в рейтинге, связанное с ценой (не все клиенты готовы платить цену выше среднерыночной)



Стратегия селективного выбора.

СК выбирает канал дистрибуции, партнеров, клиентов

«+» и «-» для СК

«+» Качественный стабильный портфель ДМС, состоящий из средне-крупных клиентов численностью до 300 застрахованных

«+» (Понятные) операционные затраты



«-» Маленький портфель

«-» Неприоритетный/
приоритетный вид страхования
для СК

«-» Большая финансовая
нагрузка в случае возникновения
(катастрофических) убытков

Стратегия осознанного сокращения (временного замораживания) портфеля

«+» и «-» для СК

«+» Уменьшение
операционного минуса



«-» Сложно вернуться к
трем предыдущим
стратегиям

Подробнее о стратегии эффективного сохранения/диверсификации портфеля

1. Как, придерживаясь такой стратегии, нарастить портфель?



2. Как компания определяет, какой клиент для нее хорош?



3. Как компания доносит это клиенту?



4. Что именно компания «продает»:
сервис или цену?

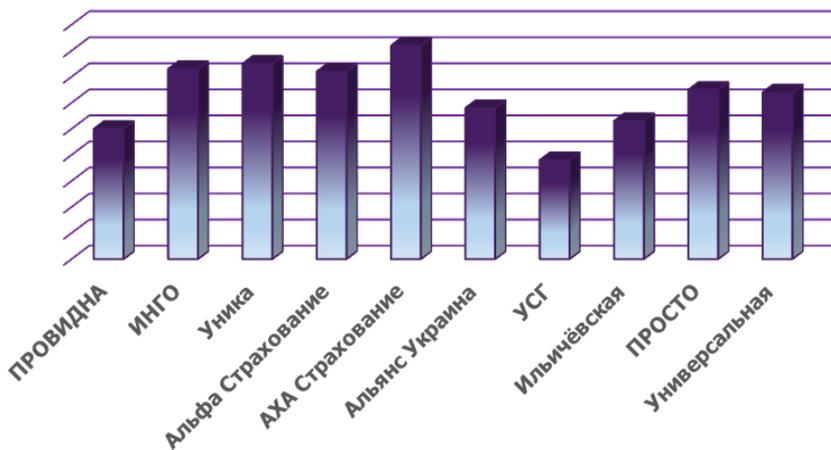


5. Подводные рифы.

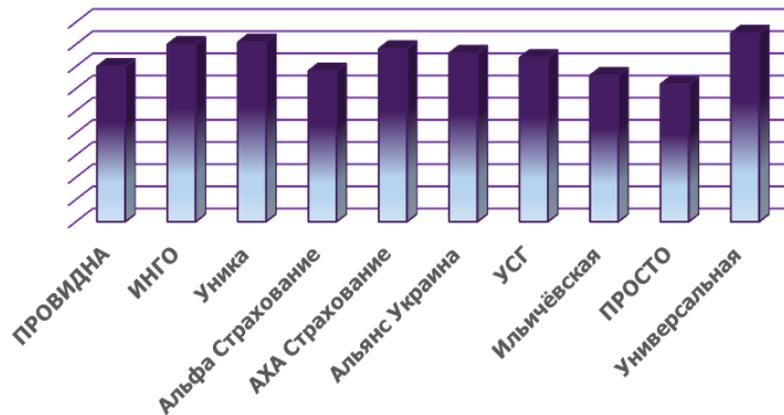


Подводные рифы ДМС. Влияет ли количество на качество?

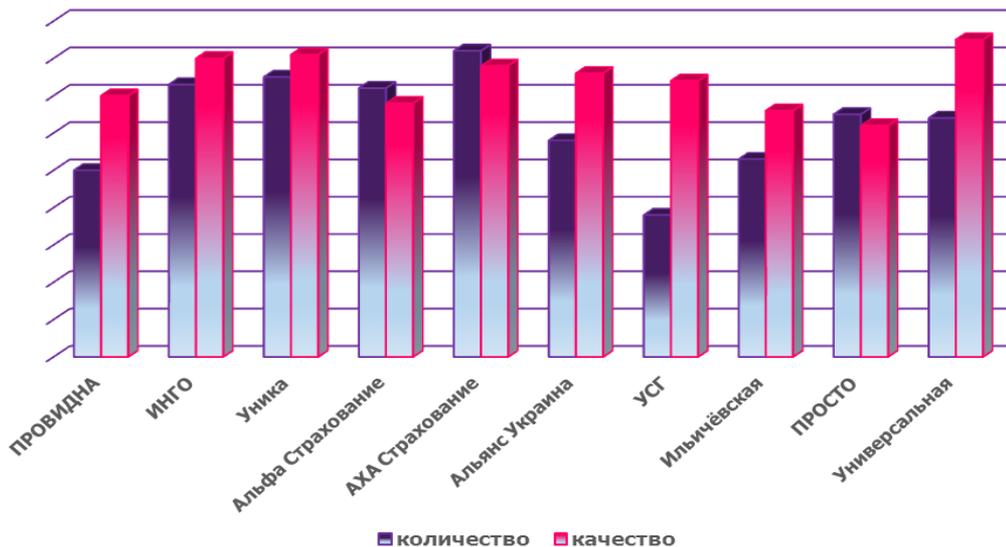
Визуальное количество исключений



Лояльность исключений



Соответствие количества исключений к их качеству



Подводные рифы ДМС. Сколько стоят исключения?

Более обсуждаемые исключения:	Стоимость услуг от и до (грн)	Средняя стоимость услуг (грн)
обеспечение оперативного вмешательства (в частности, металлоконструкции для остеосинтеза, грижевые сетки и пр.)	600 - 45000	22800
заболевания, передающиеся половым путем	1000 - 2500	1750
кистозные образования в гинекологии	500 - 5000	2750
гормональная диагностика	600 - 1000	800
аллергические заболевания	1500 - 3500	2500
Менее обсуждаемые исключения:		
исследования липидов крови	2000-4000	2000
ToRCH-инфекция	1000 - 2500	1750
косметические и реконструктивные (пластические) операции (в т.ч.,плановое исправление искривления носовой перегородки, пластика кожи при ожогах и пр.)	4000 - 6500	5250
операции на сердце и сосудах	15000 - 60000	37500
возрастные заболевания опорно-двигательного аппарата (в т.ч. остеохондроз, остеопороз и пр.)	3500 - 6500	5000

Средняя стоимость отдельно взятых исключений



Подводные рифы ДМС. Основные группы исключений.

**Основные исключения лежат в разрезе трех плоскостей:
медикаментозное лечение, аллергические заболевания, ЗППП.**

Медикаментозное лечение	Аллергические заболевания	ЗППП	К подводным рифам ДМС так же относятся:	
			Список ЛПУ	Процедура возмещения
Наиболее часто встречаемые исключения по медикаментозному лечению у разных СК сводятся к следующим трактовкам:	Наиболее распространенная практика исключений по лечению аллергических заболеваний:	Наиболее встречаемые отличия:	Часто встречаются списки ЛПУ с перечнем медицинских учреждений, с которыми нет официальных договоров/официальной договорной деятельности.	Основные отличия сводятся к срокам возмещения, обязанностям застрахованных, перечню документов, необходимых для возмещения.
1. Понятие медикаментов	1. Ограниченный период покрытия	1. Покрывается ли диагностика и лечение или только диагностика?	Наблюдаются сильные отличия в категоризации клиник.	
2. Срок покрытия медикаментозного лечения	2. Кратность покрытия	2. Покрываются ли диагностика, лечение и контрольные консультации?		
3. Кратность покрытия лечения	3. Хронические состояния вне стадии обострения (если другое не предусмотрено договором страхования)	3. Перечень		
4. Лечение в стадии обострения	4. Корпоративные лимиты на лечение хронических заболеваний	4. Покрытие диагностики и лечения ТОРЧ инфекций (токсоплазмоз, цитомегаловирус, вирус краснухи, вирус герпеса, вирус Епштейн-Барра)		
5. Наличие/отсутствие доставки медикаментов		5. Кратность лечения		
		6. Корпоративные лимиты		

Выгоды и преимущества в ДМС

Для корпоративного клиента:

- **Повышение качества медицинского обслуживания сотрудников компании.**
- Дополнительный фактор **стабилизации кадрового состава**;
- Обеспечение **высокого качественного уровня здоровья сотрудников**, и, как следствие, **увеличение эффективности труда** и снижение производственных потерь на больничных листах;
- **Оптимизация затрат** по организации профилактических медосмотров, диспансеризации и вакцинации сотрудников компании;
- **Снижение нагрузки на кадровую службу**, бухгалтерию и другие подразделения: работодатель делегирует страховщику администрирование вопросов медицинского обслуживания персонала.
- **Имидж современного работодателя**, конкурентоспособного на рынке труда.

Для сотрудника:

- Наличие **дополнительного финансирования** в сложных случаях, связанных со здоровьем;
- **Качественная и своевременная медицинская помощь**;
- **Страховщик** выступает для работника как **консультант-гарант**, который позволяет получить целевую и квалифицированную помощь;
- Страховщик обеспечивает **защиту интересов застрахованных в спорных ситуациях с лечебным учреждением**, возможность получения компенсаций при некачественном оказании медицинских услуг.

Реально ли это?

Да, реально,

при соблюдении следующих условий:

- **«Честный» тендер**
- **«Честная» цена**
- **«Честный» пакет**
- **Честные, прозрачные, понятные условия**
- **Партнерские отношения (стратегия win-win)**



Эксперимент: как восприятие клиента отличается от понимания продавца?

Прочтите описание и отметьте про себя, какие картинки появились у Вас в голове, когда Вы это читали:

Маленькая симпатичная собачка бежала по берегу моря. Она лаяла и весело гонялась за чайками, которые садились на песок. Она подбегала к пене, оставляемой отступающей волной, и нюхая ее, убегала от следующей волны.

За всем этим наблюдал импозантный мужчина с поводком в одной руке и с большой палкой в другой.

Эксперимент: как восприятие клиента отличается от понимания продавца?

**Что Вы представили? Что значит, симпатичная собачка?
Какой породы? С какой шерстью, какого окраса?
Сколько было чаек? Какое время года?
Что значит импозантный?
Какого возраста был мужчина?**

**А теперь сравним, совпадает ли Ваша картинка с тем,
что имела в виду я?**

Эксперимент: как восприятие клиента отличается от понимания продавца?



Поздняя осень. Ноябрь. Пустынный берег у моря пляжа Ланжерон в Одессе. Немного снега на песке. Щенок фокстерьера. Семь месяцев. Кучерявый. С пятнами коричневого и черного цвета. Хозяин - мужчина лет тридцати, в длинном черном пальто и в черной шляпе с широкими полями. В руках у него палка, отломанная от сухого дерева, выброшенного волнами на пирс. Он готовится бросить ее, чтобы щенок побежал за ней.

Спасибо за внимание!

Контакты:

Рогова Дарья Викторовна
Заместитель Председателя Правления

ЧАО «СК «Альфа Страхование»
04073, Украина, м. Киев,
пр-т Московский, 9
БЦ «Форум Парк Плаза», оф. 2-204
тел.: +38 (044) 499-77-61
факс: +38 (044) 499-77-60

Горячая линия:
0 800 30 99 99

www.alfaic.ua