



*Компания «Либерти Страхование» провела очередное исследование уровня лояльности клиентов NPS (Net Promoter Score) по программе добровольного медицинского страхования в Санкт-Петербурге за I квартал 2016 года. В опросе участвовали клиенты, обратившиеся на медицинский пульт за консультацией, и те, кто получил медпомощь в рамках программы.*

Согласно результатам исследования, клиенты оценили в 9,38 балла из 10 качество работы личного врача, в 8,50 балла – качество услуг диспетчеров при организации скорой медицинской помощи, в 8,91 – доброжелательность диспетчеров. Клиенты поставили 8,91 балла за доступность предоставляемой информации диспетчерами медпульта, 8,52 – качеству обслуживания при обращении в медицинские учреждения.

Программы ДМС «Либерти Страхования» включают в себя широкий спектр современных медицинских услуг в муниципальных и частных клиниках. Это позволяет оказывать застрахованным качественную и своевременную медицинскую помощь, в том числе с применением высокотехнологических методов диагностики и лечения – ядерной магнитно-резонансной томографии, позитронно-эмиссионной томографии, аортокоронарографии, аортокоронарного шунтирования и других.

Помимо классического ДМС, «Либерти Страхование» предлагает экономичную программу ДМС с франшизой, которая позволяет приобретать страховые полисы дешевле до 30%. Данный продукт предполагает франшизу на каждого застрахованного в части амбулаторной помощи, все остальные виды помощи, в том числе скорая и экстренная, оказываются без франшизы.

Елена Жаркова, начальник управления по работе с клиентами «Либерти Страхования»: «Основной целью данного опроса является оценка удовлетворенности наших клиентов качеством обслуживания по ДМС и их готовности рекомендовать нас своим друзьям и коллегам. Получение обратной связи от застрахованных позволяет нам корректировать те или иные аспекты программ, по возможности отвечая пожеланиям клиентов».

«Либерти Страхование» использует систему контроля качества и измерения уровня лояльности клиентов – индекс NPS с 2014 года. Это общепринятая мировая методика, позволяющая максимально точно оценить уровень лояльности клиентов. Данной методикой пользуются компании группы Liberty Mutual, а также многие компании по всему миру и в России.

Источник: [Википедия страхования](#) , 11.07.16