

Какие планы медицинского страхования занимают самые высокие позиции по уровню цифрового взаимодействия?

Источник: JD Power

Автор: Eric McCreedy

Оригинал: <https://medcitynews.com/2026/04/which-health-plans-rank-highest-in-digital-experience/>

пользовательский опыт

страхование

телемедицина

цифровое здравоохранение

Согласно новому отчету JD Power, компания **Cigna Healthcare** лидирует по показателям цифрового взаимодействия среди коммерческих планов медицинского страхования, в то время как **UPMC Health Plan** занимает первое место среди планов **Medicare Advantage** (МА — программа страхования для пожилых людей и лиц с определенными формами инвалидности).

Исследование «Цифровой опыт в здравоохранении США» (U.S. Healthcare Digital Experience), опубликованное во вторник, основано на оценках 7 687 участников 17 крупнейших планов МА и 16 крупнейших коммерческих планов. Оно измеряет уровень удовлетворенности по пяти факторам: визуальная привлекательность, навигация, информация/контент, скорость и телемедицина.

Среди коммерческих планов **Cigna Healthcare** набрала 684 балла по 1000-балльной шкале, **Premera Blue Cross** заняла второе место с 682 баллами, а **UnitedHealthcare** — третье место с 672 баллами. **Horizon Blue Cross Blue Shield of New Jersey** оказалась на последнем месте с 605 баллами.

В категории **Medicare Advantage** план **UPMC Health Plan** получил 676 баллов, за ним следует **Healthfirst** с 671 баллом. **Devoted Health** и **UnitedHealthcare** разделили третье место с 665 баллами. **Cigna Healthcare**, будучи лидером среди коммерческих планов, заняла последнее место среди планов МА с 604 баллами.

JD Power также установила, что в целом 38% участников коммерческих планов медицинского страхования используют цифровое приложение своего плана, что выше показателя в 31% в прошлом году. Однако среди участников планов **Medicare Advantage** использование приложений снизилось до 20%, что на 4 процентных пункта меньше, чем в прошлом году. В отчете отмечается, что использование цифровых каналов участниками МА увеличилось во время пандемии COVID-19, но с тех пор неуклонно снижается.

Удовлетворенность мобильными приложениями растет по мере «стажа участия в плане и привыкания к каналу связи», — добавляется в отчете. Удовлетворенность мобильным приложением в сегменте **Medicare Advantage** составляет 665 баллов из 1000 среди участников, которые состоят в своем плане более пяти лет, что на 102 балла выше, чем среди участников, состоящих в плане менее года.

Кроме того, 76% участников коммерческих планов и 74% участников **Medicare Advantage** заявили, что они «определенно продолжат» использовать мобильное приложение своего плана при наличии отличного цифрового опыта (с показателями удовлетворенности 800 баллов и выше). Напротив, только 29% участников коммерческих планов и 21% участников **Medicare Advantage** говорят, что они «определенно продолжат» использовать мобильное приложение в будущем, если столкнутся с плохим цифровым опытом (общий показатель удовлетворенности 500 баллов и ниже).

Согласно заявлению Эрика Маккреди, директора по цифровым решениям в JD Power, отчет JD Power указывает на необходимость того, чтобы планы медицинского страхования уделяли больше внимания цифровому онбордингу (процессу адаптации новых пользователей) и обучению участников.

«Здравоохранение может быть невероятно сложным миром для навигации, так как участники из широкого спектра различных клиентских сегментов обращаются к мобильным приложениям и веб-сайтам своих планов с разной степенью цифровой грамотности и в силу десятков индивидуальных сценариев использования», — отметил Маккреди в своем заявлении.

«Хорошая новость заключается в том, что как только участники планов начинают тратить время на ознакомление с цифровыми каналами своего плана, их общий клиентский опыт значительно улучшается, но в среднем требуется довольно много времени, чтобы полностью освоиться».

Перевод выполнен: 10.04.2026 | ai4med.ru

Машинный перевод. Рекомендуем сверять с оригиналом при клиническом использовании.