

Đại dịch tái định hình cuộc sống, sức khỏe trở thành ưu tiên hàng đầu

14:45 24/05/2022

Ý thức nâng cao sức khỏe của người dân đã trở thành một xu hướng rõ nét. Điều này đồng nghĩa với việc người Việt sẽ chuẩn bị tốt hơn và chủ động tìm kiếm sự bảo vệ cho bản thân và gia đình.

Sức khỏe phải là hàng đầu

Việt Nam không phải ngoại lệ khi chịu những tác động của đại dịch Covid-19 và những hệ quả khó khăn kèm theo. Trong đó, người dân không chỉ chịu những mất mát trực tiếp về sức khỏe, tinh thần, mà còn khó khăn về kinh tế. Chính sự thay đổi của thời cuộc đã khiến những mối quan tâm hàng đầu của người tiêu dùng tại thị trường Việt Nam có sự thay đổi, mà đáng chú ý bậc nhất là câu chuyện sức khỏe.

Theo Khảo sát người tiêu dùng Việt Nam của Deloitte năm 2021, dưới tác động của đại dịch Covid-19, hành vi người tiêu dùng đã có sự thay đổi lớn - đó là gia tăng chi tiêu hàng tháng vào các sản phẩm chăm sóc sức khỏe. Mặc dù Covid-19 rõ ràng là một trong những “cú huých” thúc đẩy việc người dân quan tâm hơn đến sức khỏe, nhưng ngay cả trước khi đại dịch xảy ra, ý thức nâng cao sức khỏe của người dân cũng đã là một xu hướng. Điều này đồng nghĩa với việc người Việt sẽ chuẩn bị tốt hơn và chủ động tìm kiếm sự bảo vệ cho bản thân và gia đình.

(<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/vn/Documents/consumer-business/vn-cb-consumer-survey-2021-vn-version.pdf>)

Trong số đó, bảo hiểm là sản phẩm hàng đầu được cân nhắc tại danh mục Phúc lợi và Tiết kiệm, 1 trong 5 danh mục sản phẩm được khảo sát (nhu yếu phẩm, hàng tiêu dùng giải trí, sản phẩm định hình phong cách sống, đồ điện tử dân dụng, phúc lợi và tiết kiệm).

Báo cáo Sigma của Viện nghiên cứu thuộc Tập đoàn tái bảo hiểm Thụy Sĩ (SRI) cũng cho biết, các cuộc khảo sát năm 2020 và 2021 của SRI về xu hướng tiêu dùng tại các thị trường lớn ở Châu Á - Thái Bình Dương cho thấy bằng chứng

nhất quán về nhận thức ngày càng cao của người tiêu dùng về các rủi ro sức khỏe và tử vong cũng như nhận thức về việc chưa được bảo hiểm đầy đủ. Nhận thức về rủi ro ngày càng cao đang tạo ra nhu cầu về bảo hiểm nhiều hơn.

Chủ động bảo vệ sức khỏe với các sản phẩm bảo hiểm chính là giải pháp giúp tối ưu quyền lợi y tế, mang đến sự an tâm vui sống cho bản thân mỗi người, cũng như những người thân.

Tuy nhiên, trong bối cảnh nền kinh tế còn nhiều khó khăn hậu đại dịch, thu nhập của nhiều người chịu ảnh hưởng, người tiêu dùng luôn có những “đắc đo” nhất định với sản phẩm bảo hiểm sức khỏe, chưa kể những yêu cầu ngày càng cao về uy tín của nhà bảo hiểm, các lợi ích mang lại trong ngắn và dài hạn... Việc tìm sản phẩm phù hợp luôn là câu hỏi đau đầu với mỗi người.

Lời giải từ Bảo Việt An Gia

Sở hữu bảo hiểm sức khỏe là phương pháp hiệu quả hướng tới việc bảo vệ tất cả mọi người trước bài toán chi phí chăm sóc sức khỏe trong nhiều trường hợp, bảo vệ người dùng trước hậu quả của việc phải chi khoản tiền khổng lồ trong thời điểm bất ngờ. Tuy nhiên, chi phí dành cho bảo hiểm cũng là câu chuyện cần được quan tâm xem xét.

Về vấn đề này, với sản phẩm Bảo Việt An Gia - một trong những sản phẩm bảo hiểm bán chạy nhất trên thị trường hiện nay, sức cạnh tranh về phí chính là một trong những điểm thu hút.

Với chi phí chỉ từ 3.000 đồng/ngày, người tham gia bảo hiểm sẽ được bảo vệ y tế một cách toàn diện và tận hưởng chất lượng dịch vụ y tế đẳng cấp nhất tại những bệnh viện viện hàng đầu Việt Nam.

CHỌN QUÀ SỨC KHOẺ
Trọn cả an tâm

Giảm trực tiếp **15%**

Bảo hiểm sức khỏe
Bảo Việt An Gia

Một số ưu điểm vượt trội khác có thể kể đến như quyền lợi bảo hiểm lên tới 454 triệu đồng, bảo hiểm tai nạn cá nhân lên tới 1 tỷ đồng, dịch vụ bảo lãnh viện phí 24/7 tại gần 200 bệnh viện và cơ sở y tế lớn có uy tín trên cả nước, chi trả các chi phí phòng, giường, chi phí chăm sóc đặc biệt lên đến 200 triệu đồng/năm... Quyền lợi này dành cho mọi công dân và người nước ngoài từ 15 ngày tuổi đến 65 tuổi - trọn vẹn vòng tròn bảo vệ với tất cả các thành viên trong gia đình.

Đáng chú ý, với người tiêu dùng hiện đại, câu chuyện trải nghiệm khi sử dụng dịch vụ luôn là một trong những yếu tố cốt lõi. thấu hiểu yêu cầu này, Bảo Việt An Gia được thiết kế với khả năng đáp ứng ngay cả những khách hàng khắt khe nhất. Cụ thể, thủ tục nhanh chóng, bồi thường chính xác chỉ trong 15 ngày làm việc; không yêu cầu khám sức khỏe trước khi đăng ký; khách hàng tùy ý lựa chọn cơ sở khám chữa bệnh; khách hàng không mất thời gian thu thập hồ sơ yêu cầu bồi thường và không phải thanh toán tiền mặt với dịch vụ bảo lãnh viện phí...

Cũng trong thời gian qua, Bảo hiểm Bảo Việt cùng Tập đoàn Hitachi và Công ty TNHH Hitachi Asia (Việt Nam) đã hợp tác triển khai dịch vụ tư vấn sức khỏe tích hợp ngay trên ứng dụng quản lý bảo hiểm Baoviet Direct của Bảo hiểm Bảo Việt với tên gọi “Sức khỏe là Vàng” nhằm hướng tới tạo ra những đổi mới trong lĩnh vực Bảo hiểm, góp phần nâng cao ý thức chăm sóc sức khỏe, ngăn ngừa bệnh tật cho người Việt.

Sức khỏe là Vàng là dịch vụ giá trị gia tăng được cung cấp miễn phí dành riêng tới khách hàng tham gia bảo hiểm của Bảo Việt, giúp khách hàng có thể nắm

bắt các rủi ro về sức khỏe của bản thân một cách trực quan, cũng như nhận được các tư vấn sức khỏe phù hợp chỉ thông qua vài bước đăng nhập và cung cấp thông tin trên ứng dụng Bao Viet Direct. Theo đó, khách hàng sau khi nhập các thông tin sức khỏe cần thiết, tính năng tư vấn sức khỏe “Sức khỏe là Vàng” trên Baoviet Direct - ứng dụng nền tảng công nghệ trí thông minh nhân tạo (AI) - sẽ phân tích các chỉ số, thói quen sinh hoạt, các chỉ số xét nghiệm, tiền sử bệnh đã có để đưa ra những thông tin hữu ích về sức khỏe hiện tại của khách hàng, đánh giá các rủi ro sức khỏe tiềm ẩn... Các bệnh được dự đoán là 8 bệnh nghiêm trọng bao gồm: Bệnh ung thư/u ác tính, bệnh tim mạch, bệnh tiểu đường, bệnh tai biến mạch máu não, bệnh thận, bệnh cao huyết áp, bệnh tuyến tụy, bệnh về gan. Ứng dụng còn đưa ra các nguyên nhân, thói quen không tốt dễ dẫn đến rủi ro và các khuyến cáo giúp thay đổi hành vi một cách cụ thể, góp phần gia tăng sức khỏe. Tính năng mới thuận tiện, thiết thực này sẽ giúp khách hàng nhận định và lường trước được những rủi ro có thể xuất hiện, từ đó nâng cao ý thức về sức khỏe bản thân, chủ động trong việc xây dựng cho mình các kế hoạch bảo hiểm tài chính phù hợp.

Đây là những dịch vụ không phải nhà bảo hiểm nào cũng có thể thực hiện trên thị trường hiện nay. Và tên tuổi của Bảo hiểm Bảo Việt - doanh nghiệp bảo hiểm lâu đời nhất tại Việt Nam, luôn khẳng định vị trí dẫn đầu thị trường cả về thị phần, doanh thu phí bảo hiểm gốc lẫn quy mô vốn điều lệ chính là yếu tố giúp Bảo Việt An Gia chinh phục đông đảo khách hàng.

Khách hàng có thể tham khảo về chương trình bảo hiểm sức khỏe đa dạng, các chương trình khuyến mãi phù hợp tại website baovietonline.com.vn.

PV