

לאחר שבחמש השנים האחרונות עברה כללית מהפך בתפיסה השירותית והשיווקית, עברה למאזן מצטרפים-נוטשים חיובי והרחיבה את קהל הלקוחות, הוחלט ב-2013 לתקשר מובילות במגוון דרכים

טכנולוגיות חדשניות ושירותי און-ליין מתקדמים. נדבך מרכזי נוסף במסגרת המהלך היה ההתמקדות במשפחות צעירות שלהן צרכים ספציפיים, באמצעות פיתוח מספר חדשניות ושירותים ייחודיים המותאמים לקהל היעד. כך למשל,

הושק שירות רופאי ילדים און-ליין בליווי מקצועי של רופאי שנייד, המאפשר לבצע התייעצות עם רופא ילדים בווידיאו צ'ט. בשנה האחרונה התרחב השירות לסמארטפון, וכעת יכולים ההורים להיעזר במומחי כללית בכל מקום ובכל זמן. שירות נוסף בתחום הוא אפליקציית 40 שבועות, המלווה את ההורים לעתיד לאורך כל שבועות ההיריון. במקביל, מאוקטובר 2010 עברה כללית למאזן לקוחות חיובי ובכל שנה מצטרפים אליה יותר לקוחות מלכל קופה אחרת, כששיעור העזיבה הוא הנמוך ביותר מבין כל הקופות.

תקשור אסטרטגיית המובילות

מחקרים פנימיים העלו, כי למרות שכללית היא הקופה המובילה בישראל - בגודל, בפריסת הסניפים, בכמות הלקוחות ובפרמטרים נוספים - המודעות לכך בקרב כלל הציבור אינה מלאה. ועל כן הוחלט השנה לתקשר את השינוי שעברה הקופה לכלל הלקוחות, ולשם כך יצאה כללית במספר מהלכים מרכזיים:

מובילות בפריסת השירותים: תובנות ממחקרים העלו, כי אחת הסיבות בגללה עוברים לכללית היא הפריסה הרחבה של הסניפים והנגישות הגבוהה לשירותי הרפואה השונים. עד השנה, תוקשר המסר הזה כחלק מתמהיל השיווק הכללי, והשנה הוחלט להעביר אותו למרכז הבמה. מטרות המהלך היו ליצור מודעות לגודל ולפריסה הפיזית של הקופה וחיזוק הבחירה בכללית בקרב לקוחות קיימים ומצטרפים חדשים. המסר שנבחר להוביל את הקמפיין היה: "עם הפריסה הגדולה במדינה, למצוא רופא קרוב זו לא דרמה".

הקמפיין הוביל את הלקוחות למפה אינטראקטיבית דיגיטלית באתר כללית, שממנפת את היתרון התחרותי שלה בפריסה הארצית אל מול הקופות האחרות.

מובילות בכיסויים משלימים: מכיוון שנמצא, כי מצטרפים רבים תופסים את כללית כמשתלמת יותר בהשוואה לקופות אחרות, בעיקר ביחס לטיפול שיניים

בנוסף לכל אלה, לכללית מערך חברות בנות, המעניקות שירותי בריאות משלימים: ביטוחים (כללית מושלם, כללית חו"ל וביטוח סיעודי), אסתטיקה, רפואה משלימה וכללית סמייל - רפואת שיניים.

בשנת 2009 השיקה כללית מהלך אסטרטגי נרחב שנמשך חמש שנים, שנועד לבסס את תפיסת המובילות שלה בתחום שירותי הבריאות בישראל.

מטרות המהלך (שתוארו בהרחבה במהדורת 2012 של ספר הסופרברנדס של ישראל) היו לעבור למאזן מצטרפים-נוטשים חיובי, לפתח מגוון שירותים לקהלים שונים, ולשפר את סל השירותים ללקוח באמצעות פיתוח מגוון מוצרים חדשים. במרכז התוכנית האסטרטגית הציבה כללית את הרחבת מגוון השירותים במרפאות תוך העמקה ופיתוח של שירותי רפואה מקוונת והנגשת השירותים הרפואיים ללקוחות.

במסגרת המהלך, השקיעה כללית משאבים ניכרים בשיפור השירותים: עשרות מרפאות שופצו, שעות הפתיחה ושירותי המרפאה הותאמו לצרכים של לקוחות המרפאה, והוקמו מרכזי בריאות נוספים לנשים, לילדים ולרפואה משלימה. במקביל, הקימה כללית מוקד אונקולוגי חדיש והרחיבה את מוקד האחיות, הנותן מענה טלפוני 24 שעות ביממה כולל לנושאים ייעודיים כדוגמת הנקה וגיל הזהב. גם בתחום הביטוחים המשלימים שיפרה כללית את סל הפתרונות המותאמים לצרכי הלקוח, באמצעות ביטוחי הפרימיום יכללית מושלם זהבי ויכללית מושלם פלטינום.

בנוסף לכל אלה, כללית שמה דגש מיוחד על הנגשת והפשטת השירותים ללקוח באמצעות

שירותי בריאות כללית הוא ארגון הבריאות הגדול ביותר בישראל, הנותן שירותים רפואיים למעל ארבעה מיליון לקוחות. לכללית פריסה ארצית של כ-1,400 מרפאות, 40 מרכזי בריאות הילד, 39 מרכזי בריאות האישה, 14 בתי חולים, כ-400 בתי מרקחת (ועוד כ-250 בהסדר) ומאות מכונים ומעבדות.



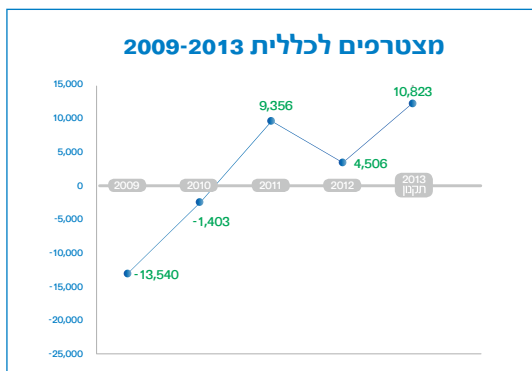


www.clalit.co.il

דברים שלא ידעת על כללית

- כללית הינה הקופה היחידה המפעילה 14 בתי חולים ציבוריים, מתוכם 9 כלליים, 2 פסיכיאטרים, 2 גריאטריים ו-1 שיקומי.
- כללית מציעה ללקוחותיה מערך של מרכזים ייעודיים, הכוללים 40 מרכזים לבריאות הילד, 39 מרכזים לבריאות האישה, מרפאות ספורט, מרפאות למטיילים, לבני נוער ולרפואה משלימה, 93 מרפאות שיניים של כללית סמייל ו-12 מרפאות של כללית אסתטיקה.
- כללית מציגה ציונים גבוהים במדדי האיכות הרפואית, ושבעה מבתי החולים שלה זכו לציון הממוצע הגבוה ביותר בעמידה ביעדים בהקשר לטיפולים מהותיים ב"כירורגיה כללית" - 94.9.
- בתי החולים הכלליים - העמק, סורוקה, מאיר, רבין, קפלן, כרמל - וכן בתי החולים בית רבקה ושניידר, הינם בתי החולים הציבוריים הראשונים בארץ בעלי תו האיכות האמריקאי JCI לאיכות ולבטיחות המטופל.

לקהילה במספר תחומים: קידום סיוע בקליטת יוצאי אתיופיה ושילובם בחברה הישראלית; תמיכה נפשית וחברתית לניצולי שואה יחד עם עמותת עמך; קידום המודעות לבטיחות בדרכים בשיתוף הרשות הלאומית לבטיחות בדרכים ועמותת אור ירוק; ופעילות לסיוע לילדים ונוער בסיכון.



העמדת מלוא המידע ללקוחות על כל השירותים הרפואיים והתרופות שהם זכאים להם; הכוונה - הדרכת הלקוח לניצול הזכויות בסל הבסיסי בביטוח המשלים ובחברות הבנות; והתאמה - מתן מידע מותאם לצורך הספציפי של הלקוח.

לאחר מיפוי המצבים הרפואיים בהם לקוחות צורכים שירותים רפואיים, הושק המהלך בקרב מספר קהלי יעד: חולים אונקולוגיים, חולים לאחר ניתוחי לב, ילדים מאושפזים בבתי חולים, ילדים בגיל הכניסה לבית הספר, ילדים הנדרשים לשירותי התפתחות הילד, ילדים על הספקטרום האוטיסטי והורים לפגים. בשנה הקרובה יצטרפו למהלך סגמנטים נוספים מתוך אוכלוסיית הלקוחות של כללית.

מובילות למען הקהילה: במסגרת התפיסה כי זכותם הבסיסית של כלל האזרחים לחיות בסביבה נקייה ונטולת מפגעים סביבתיים, כללית עורכת שורה של פעילויות תחת הכותרת "כללית ירוקה", שנועדו לצמצם את הפגיעה הסביבתית ולהגביר את המודעות לקשר שבין סביבה ובריאות. כך למשל, במרפאות הוצבו מיכלים לאסוף תרופות שאינן בשימוש, ובבתי החולים נרכשו מתקנים לעיקור וגריסת פסולת רפואית.

עובדי כללית נרתמים גם לפעילות חברתית ותרומה

ולביטוחים המשלימים, וכי הקופה נתפסת כנותנת ערך גבוה יותר בעבור הכסף (Value for money).

כללית יצאה במהלך "הכי הרבה כסויים", שהעביר את המסר שעם כללית מושלם פלטינום ניתן ליהנות מהכיסוי המושלם הכולל: סל היריון רחב, טיפולי שיניים משמרים ומשקפי ראייה חינם לילדים עד גיל 18, ניתוחים פרטיים בארץ בהשתתפות עצמית נמוכה ועוד.

בנוסף, הושק השנה כיסוי חדש ללקוחות כללית מושלם פלטינום הייחודי לכללית: חבילה תומכת לחולים אונקולוגים בשלב הראשוני של המחלה. הכיסוי מעניק החזרים כספיים על ניתוחים בארץ ובחול, כיסוי הוצאות הקשורות באבחון ובטיפול, וליווי אישי ורפואי.

מובילות במתן מידע מותאם ויזום: לאור הנתונים, המלמדים כי קיים חוסר מודעות לזכויות וזכויות רפואיות וכפועל יוצא מכך לקוחות אינם ממצים את זכויותיהם, השיקה כללית לפני כשלוש שנים מהלך חוצה ארגון שמטרתו לגעת בלקוחות ברגעים שהם זקוקים להדרכה והכוונה מקצועיים, תחת המסר "כללית לידיעתך - כי מגיע לך".

המהלך בנוי על ארבעה ערכים מרכזיים: יוזמה - פניות יוזמות אל הלקוחות ברגע שהם זקוקים לטיפול; שקיפות



2013
אסטרטגיית המובילות של כללית מגיע לשלב הבשלות ומתקשרת באופן נרחב לצרכנים.

2011
כללית עוברת למאזן לקוחות חיובי ומשתפרת בכל המדדים התפעוליים, השירותיים והתדמיתיים.

2009
כללית משיקה את אסטרטגיית המובילות ואת מהפכת השירות.

2005
כללית מאמצת את הסיסמה "הכי טובה למשפחה".

1930
בית החולים הראשון של הקופה, העמק, מוקם בעפולה.

1911
בעקבות הצעתו של ברל צבנלסון מוקמת "קופת חולים הכללית של העובדים העבריים בארץ ישראל".