

# Strukturering av innholdet i elektronisk reklamearkiv

## Veiledning fra Rådets sekretariat

Som medelt tidligere på digitalis er det i 2015 blitt mer kontroller i det elektroniske reklamearkivet. Imidlertid må innholdet i arkivet være organisert på en slik måte at det er mulig å finne fram i området når kontroller foretas.

Siden firmaene organiserer reklamearbeidet veldig forskjellig har vi valgt å ikke lage noen obligatorisk mal for hvordan hvert enkelt firmas område i elektronisk arkiv skal se ut. Vi har imidlertid utarbeidet et forslag på hvordan mappene kan struktureres som både er enkelt for den som legger inn i arkivet samt de som skal foreta kontroller.

### Tid for innlegging av materiell:

Materiellet skal senest ligge inne når aktiviteten foretas.

Det oppfordres til å legge inn materiellet tidlig. Det gir bedre mulighet for rådgivning/oppretting av feil før aktiviteten skjer.

### Benevning av dokumenter

Det er ønskelig at dokumentene som lastes inn i systemet benevnes mest mulig forklarende i forhold til innhold. Dette gjør det enklere for de som skal gjennomgå reklamen.

### Eksempel på oppdeling av området




Strukturen nedenfor er delt opp i forskjellige nivåer hvor det er mulig å velge om man ønsker å arkivere på terapiområder eller kun på produkt.

Møteaktiviteter (invitasjoner) som er booket på et terapiområde og omfatter flere produkter anbefales lagt under mappen «Terapiområde», eventuelt i tillegg til under de produkter som omtales på møtet.

Det oppfordres generelt til å dele inn de forskjellige typer dokumenter i mest mulig beskrivende mapper.

## Her er et eksempel på en brukervennlig mappestruktur:

### 2015-Firma (Rotnivå)

-  Reseptfrie legemidler
-  Reseptbelagte legemidler
-  Veterinær

### **Reseptfrie legemidler**

- Eksterne foredrag
- Produkt navn 1
- Produkt navn 2
- Produkt navn 3

### **Reseptfrie legemidler - Produkt navn**

- Reklamemateriell
- Møteaktiviteter

### **Reseptbelagte legemidler med terapiområder**

#### **Reseptbelagte legemidler - Terapiområder**

- Terapiområde
  - Eksterne Foredrag
  - Produkt navn
  - Produkt navn
  - Produkt navn
- Terapiområde
  - Eksterne foredrag
  - Produkt navn
  - Produkt navn
  - Produkt navn

#### **Reseptbelagte legemidler – Terapiområde - Produkt navn**

- Reklamemateriell
- Møteaktiviteter

### **Reseptbelagte legemidler uten terapiområder**





#### **Reseptbelagte legemidler**

- Eksterne foredrag
- Produkt navn 1
- Produkt navn 2
- Produkt navn 3



#### **Reseptbelagte legemidler - Produkt navn**

- Reklamemateriell
- Møteaktiviteter

## **Veterinærmedisin**

-  Eksterne foredrag
-  Produktnavn 1
-  Produktnavn 2
-  Produktnavn 3

## **Veterinærmedisin - Produktnavn**

-  Reklamemateriell
-  Møteaktiviteter

Spørsmål om denne veiledningen kan rettes til [lisa@lmi.no](mailto:lisa@lmi.no)