

Profil for Gjør kloke valg (GKV) ("Brand-book")

Formålet med dette dokumentet

Formålet med dette dokumentet er å gi en klar forståelse av hvor og hvordan logo, illustrasjoner og annet markedsføringsmaterieill knyttet til GKV kan brukes. Slikt markedsføringsmaterieill er heretter kalt «merkevaren».

Merk at dette kun er veileder, og at merkevaren ikke er juridisk beskyttet.

Hvem kan bruke merkevaren?

HELSEPERSONELL OG PROFESJONSFORENINGER

Enkeltpersoner og organisasjoner hvis primære formål er å levere pasientbehandling, og som skriftlig har anerkjent de seks grunnprinsippene som kampanjen Gjør kloke valg/Choosing Wisely bygger på, kan bruke GKV-merkevaren for å nå ut med faglige råd til respektive helseprofesjoner og fagområder.

PASIENTORGANISASJONER

Pasientorganisasjoner og andre som arbeider med helseinformasjon, og som skriftlig har anerkjent de seks grunnprinsippene som kampanjen Gjør kloke valg/Choosing Wisely bygger på, kan bruke GKV for å nå ut med publikumskampanjen «Mer er ikke alltid bedre».

Anbefalt bruk av merkevaren og grunnprinsipper

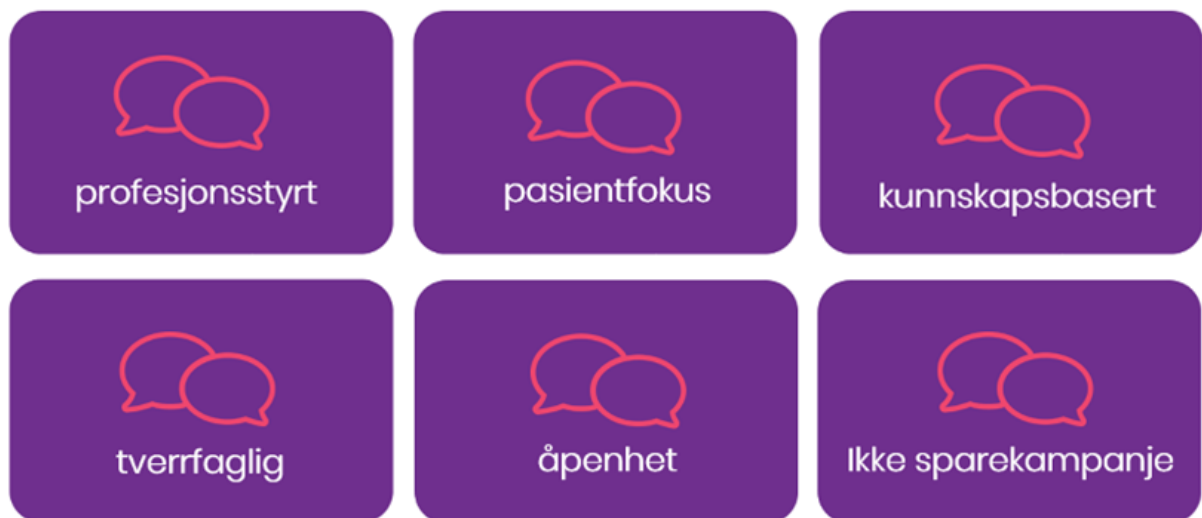
GKV-kampanjen har som hensikt å redusere overutredning, overdiagnostikk og overbehandling (medisinsk overaktivitet) i helsevesenet. Målet er at helsepersonell og pasienter sammen skal gjøre kloke valg i diagnostikk og behandling.

«Mer er ikke alltid bedre» er slagordet for publikumskampanjen, hvor pasienter inviteres til å aktivt involvere seg i medisinsk overaktivitet i møte med sin behandler, blant annet ved å stille spørsmål om nødvendighet,

risiko og alternativer rundt undersøkelser og behandling. Målet er å nå ut til hele befolkningen om de uheldige konsekvensene av medisinsk overaktivitet.

Merkevaren skal kan kun brukes med det formål å spre informasjon om GKV-kampanjen og kampanjens budskap, samt for å iverksette faglige råd og anbefalinger.

6 prinsipper



Bruk av merkevaren må være i samsvar med kampanjens 6 grunnprinsipper, i tråd med Choosing Wisely internasjonalt:

- **Profesjonsstyrt:** Kampanjen må være klinikerledet (i motsetning til myndighetsledet). Dette er viktig for å bygge og opprettholde tilliten mellom klinikere og pasienter. Den understreker at fokuset for kampanjen er pasientsikkerhet, kvalitet og skadereduksjon, snarere enn kostnadsreduksjon. Anbefalinger skal ha bred forankring i fagmiljøet og være faglig oppdaterte.
- **Pasientfokus:** Kampanjen skal være pasientfokusert. Kommunikasjon mellom klinikere og pasienter står sentralt i GKV, der målet er at pasienter og helsepersonell sammen skal gjøre kunnskapsbaserte, kloke valg.

- **Kunnskapsbasert:** Anbefalingene fra kampanjen må være kunnskapsbasert, og må gjennomgås fortløpende for å sikre at de til enhver tid er oppdaterte.
- **Tverrfaglig:** Gjør kloke valg er en tverrfaglig kampanje, som tar sikte på å inkludere helsepersonell fra forskjellige fagområder. Det oppfordres til samarbeid på tvers av yrkesgruppene som er med i kampanjen, der det er mulig.
- **Åpenhet:** Både det tverrfaglige samarbeidet og prosessene rundt utvikling av Gjør kloke valg-anbefalinger bygger på dette prinsippet. Bred faglig forankring og tilgjengelighet er en del av åpenheten i Gjør kloke valg. Prosessene bak etablering av anbefalingene må være offentlige, og eventuelle interessekonflikter skal avklares.
- **Ikke sparekampanje:** Gjør kloke valg er først og fremst en faglig fundert kampanje, med et tydelig mål om tryggere og bedre helsetjenester til det beste for pasienten – ved å redusere medisinsk overaktivitet. Det er ikke en sparekampanje, og ressursbruk er ikke i fokus.

Merkevaren skal IKKE brukes på følgende måter:

- For kommersielle formål eller i markedsføring av organisasjoner, klinikker, bedrifter, personer eller produkter.
- Å kommunisere eller fremme tiltak hvor formålet kan oppfattes å være kostnadsreduksjon.

Layout og design

Her beskrives font, logo og farger som skal benyttes i Gjør kloke valg. Endringer i font, farger og elementer i logoen skal ikke forekomme, uten at man vedtar dette i Styringsgruppen for Gjør kloke valg.

FONT

Fonten som brukes er Poppins. Denne finnes i flere varianter (fra regular -> bold).

LOGO

Logoen finnes i farger, sort/hvitt og negativ i to ulike formater:

Farger



Sort/hvitt

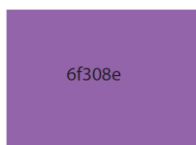


Negativ



FARGER

Følgende farger skal brukes i utforming av materiell og poster på sosiale medier.



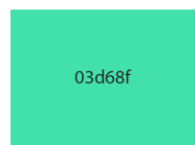
6f308e



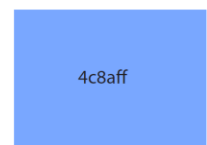
ef476f



ffcc66



03d68f



4c8aff

Lilla: 111 48 142, #6F308E

Rosa: 239 71 111, #EF476F

Gul: 255 204 102, #FFCC66

Grønn: 3 214 143, #03D68F

Blå: 76 138 255, #4C8AFF

ILLUSTRASJONER

Illustrasjoner utformet av Animaskin er utgangspunktet for utvikling av materiell i Gjør kloke valg. Flere animasjoner finnes, nedenfor vises et utvalg.

