2018-04-09

**陳如月**

**劍橋分析闖禍：對醫藥行業意味著什麼？**

美國和英國正在對英國數據挖掘公司「劍橋分析」（Cambridge Analytica）的行動進行調查。劍橋分析對2016美國總統選舉和英國脫歐投票的影響力正在受到嚴密的審查。一個關鍵的資料來源是在微目標宣傳活動背後提供演算法？從Facebook 5000萬使用者的帳戶「搜刮」個資。(註: Facebook在4月4日表示，自行估計個資外洩上修到8700萬人)

如果不是 Facebook 隱私政策的信，這種妥協的精神就會使社群平台陷入危機。鑒於這一啟示，消費者可能要求更好地保護他們的個資，這一點不足為奇。監理機關對更廣泛的數據產業提出困難問題也不是錯誤的，而藥業行銷是其中的一部分。

這對製藥業意味著什麼？

藥業行銷越來越生存在數據世界裡。從數據的角度來看，病人是消費者。許多用於推廣消費品的工具和技術都適用於病人的行銷領域。這意味著在 Facebook 世界發生的事情不容忽視。

不同的是，涉及取得和使用個人健康資訊 (personal health information，簡稱PHI) 進行市場行銷時的敏感程度。儘管對美國國會通過的「一九九六年健康保險可攜性和責任法」(Health Insurance Portability and Accountability Act of 1996，簡稱 HIPAA) 規定的遵守已經充分了解，但消費者和病人資料仍然有灰色地帶。合併社群媒體活動、協力廠商廣告和第一方可識別資料可以實現精確定位，這可能不違反法律，但如果管理不善，可能會侵犯隱私的精神。

同樣地，我們需要尊重醫療照護人員（healthcare professionals，簡稱HCP）提供的廣泛資料組。簡單地將來自可公開獲得的資料來源和行銷接洽資料結合，本身並不違法或不道德。但是我們如何取得和使用這些信息會影響信任。

以下列出藥業行銷人員可以採取的步驟：

1. **實現安全港隱私保護**

作為一個行業，我們應該利用這場危機重新審視我們自己的資料政策。藥商需要確定他們的客戶資料是如何收集和匯總的，以及它們是如何用於對病人或HCP行銷的。

1. **知道你的資料來源**

首先考慮如何直接和透過第三方收集資料。檢視資料供應商如何告知其消費者有關數據的收集和他們如何與行銷合作夥伴共享資料。確保消費者可以選擇退出。要求數據政策是符合消費者的期望，將有助於提高對藥業的信任度。

1. **只保留你需要的**

PHI數據的一般原則是收集和儲存實現業務目標所需的最小必要資訊。任何事情都會帶來風險。可以很容易地收集任何和所有可能的資料，但應用這個有用的篩檢程式是確保我們只收集我們可以為客戶清楚表達積極使用的開始。

1. **自我稽核**

最後，在監理機關進入並規定有關透明度的附加規則之前，我們可以透過制定我們自己的規範，提高和公眾的關係。業界建立稽核與認證協議有明確的先例。例如，美國互動廣告局[[1]](#footnote-1) (Internet Advertising Bureau，簡稱IAB) 已經建立了線上廣告的自律原則，IAB成員需要簽署行為準則。

美國藥品研究與製造商協會 (The Pharmaceutical Research and Manufacturers of America，簡稱PhRMA) 可以建立類似的行為準則，以便為行銷目的制定建立關於HCP和患者數據用於照護、安全和使用HCP與病人資料的準則。簽署公司可以同意定期稽核，以證明其遵守情況[[2]](#footnote-2)。

雖然數位藥品行銷可能並不處於類似劍橋分析危機的風口浪頭，但所有數位行銷都面臨著新的審查水準。我們應該吸取別人的教訓，確保我們的做法符合道德標準，並準備在使用資料時向客戶介紹我們的標準和做法。

醫藥行銷有實質的力量改善客戶的生活。我們應該尊重這一責任，努力工作，使用資料符合道德規範為客戶提供真正的價值。

（取材自Medical Marketing & Media）

–End–

1. 美國網路廣告局 (Internet Advertising Bureau，IAB)更名為互動廣告局 (Interactive Advertising Bureau) ，除了原來的廣告業務外，擴增至互動電視、無線上網等多元的互動廣告服務。 [↑](#footnote-ref-1)
2. 在台灣，中華民國開發性製藥研究協會（International Research-based Pharmaceutical Manufacturers Association，IRPMA）制定市場行銷規範。訂定廠商對醫護人員進行藥品行銷的道德標準，並提供與醫護人員其他相關單位（如醫療院所、病患組織）合宜互動的依據。所有會員公司及其代理商、經銷商都須遵守該規範所訂之倫理標準。 [↑](#footnote-ref-2)