

Retningslinjer for produkt- anbefalinger



OVERSIKT

Gode produktanbefalinger kan ha en positiv innvirkning på potensielle kunder eller salgsledere.

Som distributør representerer du Nu Skin. Det er avgjørende at anbefalingene dine er sanne og ikke misledende, og at de er i overensstemmelse med Nu Skins image og merkevare. Anbefalingene må inneholde fakta som er relevante for kunder som skal beslutte om de vil kjøpe produkter.

FOR Å SIKRE AT ANBEFALINGENE DINE
OPPFYLLER VÅRE INTERNASJONALE
MARKEDSFØRINGSSTANDARDER, FØLG
VENNLIGST DE GRUNNLEGGENDE
RETNINGSLINJENE PRESENTERT HER, SÅ VEL
SOM VÅRE DETALJERTE RETNINGSLINJER
OG PROSEDYRER. BRUK VENNLIGST KUN
ANBEFALINGER SOM LEVER OPP TIL DISSE
RETNINGSLINJENE.

INNHOOLD

1

GRUNNPRINSIPPER
FOR ANBEFALINGER

2

JURIDISK MARKEDS-
FØRINGSSTANDARD

3

SKRIFTLIGE
PRODUKT-
ANBEFALINGER

4

FØR & ETTER-BILDER

5

VIDEO-
ANBEFALINGER

6

SAMMENDRAG

Nu Skins grunnprinsipper for anbefalinger

MANGE ER SKEPTISKE TIL PRODUKTPÅSTANDER, MULIGHETEN, DIREKTESALGSINDUSTRIEN SOM HELHET OG DERES EGEN MULIGHET TIL Å LYKKES MED DENNE FORRETNINGSMODELLEN.

HA DETTE PERSPEKTIVET I BAKHODET NÅR DU KOMMUNISERER MED NYE MENNESKER.

FORDI DE SYNES OFTE AT ANBEFALINGER ER...

“For gode til å være sanne”

PASS ALLTID PÅ Å...

VÆRE REALISTISK
Vær rett frem og ikke overdriv



“Gir for lite informasjon”

DOKUMENTER DET
Skaff spesifikk informasjon som døyver bekymringene



“For mye for tidlig”

TA DET LANGSOMT
Møt publikummet ditt der de er i dag



Nu Skins internasjonale juridiske markedsføringsstandards

VI FORPLIKTER OSS TIL Å OVERHOLDE DE HØYESTE STANDARDENE FOR ETISK OG ÆRLIG OPPTREDEN, OG DET GJELDER OGSÅ PÅSTANDENE VI KOMMER MED ANGÅENDE PRODUKTENE OG FORRETNINGSMULIGHETEN VÅR.

VI BRUKER KUN GODKJENTE PÅSTANDER, NOE SOM ER AVGJØRENDE FOR Å OPPRETTHOLDE VÅRT GODE RYKTE SAMT FREMME EN SUNN OG VOKSENDE FORRETNING. •

1

VÆR ÆRLIG

Påstander må være sannferdige og ikke misledende.

2

FØLG SELSKAPETS PRODUKTPÅSTANDER

Alle påstander skal være i overensstemmelse med Nu Skins gjeldende produktinformasjonssider, retningslinjer for markedsføring og opplæringsmateriell for et bestemt produkt.

3

SANNHETEN ER IKKE ALLTID TILSTREKKELIG. HVA HVIS DET ER SANT, MEN IKKE VANLIG, OG HELLER IKKE ER EN PRODUKTPÅSTAND SOM ER GODKJENT AV SELSKAPET?

Selv om det er sant, er en personlig anbefaling, produktopplevelse eller -påstand ikke tillatt hvis den ikke er i overensstemmelse med gjeldende markedsføringsmateriell fra Nu Skin*.

* HVORFOR?

Alle produktene våre har klinisk dokumenterte fordeler samt juridiske bestemmelser som styrer hva vi kan si om produktet. Disse reglene begrenser påstander til de som er i overensstemmelse med dokumentasjonen OG noe et flertall av kundene vil kunne oppleve.



Skriftlige produktanbefalinger

PRODUKTANBEFALINGER SKAL IKKE HEVDE AT ET PRODUKT KAN KURERE, LINDRE ELLER FOREBYGGE NOEN SYKDOM ELLER HELSETILSTAND, ELLER AT PRODUKTET HAR KURERT DIN EGEN TILSTAND - SELV OM DET STEMMER.* PRODUKTANBEFALINGER SKAL FOKUSERE PÅ PRODUKTFORDELER, GODKJENTE PÅSTANDER OG VANLIGE RESULTATER, SAMT VÆRE I OVERENSSTEMMELSE MED DISSE RETNINGSLINJENE:

* HVORFOR?

NU SKIN UTFØRER KLINISK FORSKNING FOR Å DOKUMENTERE VIRKNINGEN AV PRODUKTENE VÅRE. I EN REGULERT BRANSJE ER DET VIKTIG KUN Å KOMME MED PÅSTANDER SOM ER LOVLIGE OG SOM VI KAN DOKUMENTERE.

1 Må inneholde navn på produktet

2 Må bare inneholde godkjente produktpåstander

3 Må inkludere ditt navn og marked

4 Må opplyse om at du er distributør

PRODUKTANBEFALINGER SOM ER SANNFERDIGE OG I OVERENSSTEMMELSE MED SELSKAPETS PÅSTANDER



PRODUKTANBEFALINGER SOM KAN VÆRE SANNFERDIGE, MEN SOM IKKE ER I OVERENSSTEMMELSE MED SELSKAPETS PÅSTANDER

DISTRIBUTOR This is the most amazing thing ever. For 20 years I have had back pain. After using R2 for 4-5 months, it's gone. For me, that is a miracle...I sleep better, wake up refreshed and ready to go! I've even started training for my first 5K, something my doctor told me I could forget about! Never say never ! Thank you Pharmedex, for this amazing product! I wish Facebook had a LOVE button !

Før-Og-Etter-Bilder

FØR-OG-ETTER-BILDER ER ET EFFEKTIVT VERKTØY SOM GIR EN VISUELL FREMSTILLING AV HVILKEN POSITIV OG EFFEKTIV PÅVIRKNING NU SKINS PRODUKTER KAN HA FOR EN GJENNOMSNITTLIG FORBRUKER. DE REGNES IMIDLERTID SOM «PÅSTANDER OM PRODUKTYTELSE» OG MÅ DERFOR FØLGE VEILEDNINGENE VÅRE FOR GLOBAL REKLAME OG MARKEDSFØRING, FOR Å SIKRE AT BILDENE ER GENUINE, OG IKKE MANIPULERTE ELLER MISLEDENDE.

1

Når det gjelder å ta før-og-etter-bilder, er det viktig å følge en konsekvent fremgangsmåte. Listen over rammeverket er ikke uttømmende, men vil hjelpe til å sikre konsekvent gjennomføring:

- a) Lyssetting
- b) Klær
- c) Bakgrunn
- d) Sminke (bør være minimalt, helst naturlig)
- e) Klarhet og oppløsning
- f) Kroppens positur
- g) Posering
- h) Vinkelen på ansiktet
- i) Ansiktsuttrykk

2

Bildene må vise med stor nøyaktighet hvilke fordeler en gjennomsnittsforgbruker har oppnådd ved å bruke produktet.

ANBEFALING MED GODKJENTE PÅSTANDER



ANBEFALING MED FEILAKTIGE PÅSTANDER OM SYKDOM



Før-Og-Etter-Bilder

3

Bildene må kun vise lovlig godkjente produktpåstander som gjelder i din region eller i ditt marked. (Disse kravene finner du i produktinformasjonssiden på www.nuskin.com)

4

Du må være sømmelig og passende kledd for produktet du viser frem. Overdrevent uanstendige bilder eller bilder som viser for mye hud er ikke innenfor global markedsføringsstandard.

5

Bildene må være originale, ikke retusjerte eller modifiserte. Du må sikre at du har datert bevis på at bildene er ekte og ikke manipulerte.

6

Du må sikre klarering av opphavsrett før du bruker bilder som ikke er dine egne. Bruk heller ikke bilder av kjendiser eller andre selskapers varemerker uten skriftlig tillatelse.

7

Liten skrift og kvalifikasjoner. Ansvarsfraskrivelse skal aldri bli brukt som en «carte blanche» for å unnskyldes ellers ikke tillatte aktiviteter eller inntrykk. Om reklamen i seg selv er villedende, fortsetter den å være det uavhengig av ansvarsfraskrivelse eller egnethet.

VISER UAUTHORISERTE
PRODUKTPÅSTANDER.



SAMMENLIGNINGEN ER IKKE RELEVANT.
LYSSETTING, SMINKE OG VINKEL ER
ANNERLEDES.



Video med produktanbefalinger

VIDEOANBEFALINGER
SKAL FØLGE DE SAMME
RETNINGSLINJENE SOM
ANDRE ANBEFALINGER,
MED NOEN TILFØYELSER:

1
Bruk passende forretningsklær for å
representere Nu Skins merkestandarder.

2
Håret bør ikke dekke ansiktet.

3
Sminken bør passe til Nu Skins image
(frisk, ren, sunn, ikke for mye).

4
Sørg for god belysning.

5
Få tillatelse fra rettighetsinnehaver før
du bruker videoer som ikke er dine
egne. Ikke bruk kjendiser eller andre
selskapers varemerker uten tillatelse.

6
Overhold reglene for godkjente
produktanbefalinger i alle videoer.

EKSEMPLER FRA GODKJENTE VIDEOER



Sammendrag*

1 Vær alltid sannferdig og ikke misledende.

2 Bilder og videoer skal være i overensstemmelse med Nu Skins merkestandarter og image: Rent, smakfullt, ungdommelig og inspirerende.

3 Opplys om at du er en Nu Skin-distributør.

4 Produktanbefalinger skal kun inneholde påstander som er i overensstemmelse med Nu Skins dokumenterte og godkjente produktfordeler.

5 Henvis til Nu Skins markedsføringsmateriell og produktinformasjonssider som retningslinjer for produktpåstander.

6 Gi en realistisk og nøyaktig skildring av produktets virkninger og fordeler som et flertall av forbrukerne kan oppleve.

7 Produktanbefalinger skal ikke hevde at et produkt kan kurere, lindre eller forebygge noen sykdom eller medisinsk tilstand, eller at produktet har kurert din egen tilstand - selv om det er sant.

8 Før/etter-bilder må være originale og ikke retusjerte eller endrede. Lyssetting, kameravinkel og oppløsning skal være konsekvent.

9 Bilder og videoer skal ikke vise resultater som er overdrevne, ekstreme eller "for gode til å være sanne", siden de verken kan dokumenteres eller reflekterer en typisk kundeopplevelse.

10 Få tillatelse fra rettighetsinnehaver før du bruker bilder eller videoer som ikke er dine egne. Ikke bruk kjendiser eller andre selskapers varemerker uten tillatelse.

* Disse retningslinjene er bare et sammendrag. Se vennligst Nu Skins retningslinjer og prosedyrer eller kontakt Nu Skin for mer informasjon.

GODE EKSEMPLER PÅ ANBEFALINGER SOM VISER PRODUKTET OG KOMMER MED KORREKTE PÅSTANDER OM VIRKNING.

"Jeg er flyvertinne og pleide å bruke masse sminke for å se bra ut. Jeg var aldri fornøyd med huden min, siden den hadde alle mulige aldringstegn. Etter at jeg begynte å bruke ageLOC-produkter, føler jeg meg så mye bedre og bruker kun litt lett makeup. Jeg ser 10 år yngre ut enn jeg faktisk er!"

"Siden jeg begynte å ta ageLOC R², har hver eneste dag blitt bedre. Produktet gir meg masse energi og jeg føler meg mer ungdommelig. Jeg har ingen problemer med å stå opp om morgenen og føler meg oppkvikket og klar til en ny dag!"

Monica B., Australia

