

Pokyny na predstavenie produktov



ÚVOD

Kvalitné referencie môžu pozitívne vplývať na potenciálnych zákazníkov alebo obchodných partnerov.

Ako distribútor reprezentujete spoločnosť Nu Skin, kde kladieme dôraz na to, aby sa referencie na produkty zakladali na pravde, neboli zavádzajúce a boli v súlade s imidžom a prestížnymi štandardmi značky Nu Skin. Referencie musia oznamovať dôležité skutočnosti, ktoré sú relevantné pri rozhodovaní zákazníkov o kúpe produktu.

V ZÁUJME TOHO, ABY BOLO ZARUČENÉ, ŽE VAŠE REFERENCIE NA PRODUKTY SPĹŇAJÚ NAŠE GLOBÁLNE MARKETINGOVÉ ŠTANDARBY, SI EŠTE PRED ZVEREJNENÍM DÔKLADNE PREČÍTAJTE ZÁKLADNÉ POKYNY UVEDENÉ AJ V TÝCHTO POKYNOCH, AKO AJ PODROBNÝ DOKUMENT POLITIKA A POSTUPY. POUŽITE, PROSÍM, LEN TIE REFERENCIE, KTORÉ SÚ V SÚLADE S TÝMITO POKYNYMI.

OBSAH

1

KLÚČOVÉ ZÁSADY
ZDIEĽANIA
INFORMÁCIÍ

2

PRÁVNA NORMA
PRE MARKETING

3

REFERENCIE
NA PRODUKTY
V PÍSOMNEJ FORME

4

FOTKY
PRED A PO

5

VIDEO
REFERENCIE

6

ZHRNUTIE
POKYNOV

Zásady zdieľania informácií spoločnosti Nu Skin

V SÚČASNOSTI SÚ ĽUDIA DOSŤ SKEPTICKÍ, AK SA JEDNÁ O TVRDENIA O PRODUKTOCH, OBCHODNEJ PRÍLEŽITOSTI, AKO AJ O PRIEMYSLE PRIAMEHO PREDAJA A NAJMÄ MOŽNOSTI USPIEŤ V TOMTO OBCHODNOM MODELI.

PRI KOMUNIKÁCIÍ S TAKÝMITO ĽUĎMI SA SNAŽTE POZERAŤ NA VEC Z ICH PERSPEKTÍVY.

PRETOŽE TÍTO ĽUDIA SI ČASTO MYSLIA, ŽE ODKAZY...

„sú príliš dobré na to, aby boli pravdivé“

VŽDY DBAJTE NA NASLEDOVNÉ...

HOVORTE TAK, ABY TO ODRÁŽALO SKUTOČNOSŤ

Buďte priamočiar
a nepreháňajte



„poskytujú nedostatok informácií“

PODLOŽTE SVOJE TVRDENIA

Poskytujte špecifiká, ktoré zmiernia obavy



„sľubujú príliš veľa v príliš krátkom čase“

VYTVORTE ATMOSFÉRU DÔVERY

Berte do úvahy ich potreby



Globálna právna norma pre marketingové vyhlásenia spoločnosti Nu Skin

SME ZAVIAZANÍ PREUKÁZAŤ NAJVYŠŠIU ÚROVEŇ ETICKÝCH ŠTANDARDOV A ČESTNÉHO SPRÁVANIA, VRÁTANE VYHLÁSENÍ O NAŠICH PRODUKTOCH A NAŠEJ OBCHODNEJ PRÍLEŽITOSTI.

ZVEREJŇOVANIE VÝLUČNE SCHVÁLENÝCH VYHLÁSENÍ JE PRE NÁS ZÁKLADNÝM PRINCÍPOM NA UDRŽANIE NAŠEJ POVESTI A PODPORY STABILNÉHO A RASTÚCEHO PODNIKANIA. •

1

BUĎTE ÚPRIMNÍ

Vyhlásenia musia byť pravdivé, a nie zavádzajúce.

2

DODRŽIAVAJTE VYHLÁSENIA O PRODUKTOCH STANOVENÉ SPOLOČNOSŤOU

Všetky vyhlásenia musia byť v súlade s platnými informačnými stránkami o produktoch Nu Skin, marketingovými a školiacimi zásadami, ktoré sa vzťahujú na konkrétny produkt.

3

HOVORIŤ PRAVDU NIEKEDY NESTAČÍ.

ČO AK JE TO PRAVDA, ALE NIE JE TO TYPICKÉ ČI SPOLOČNOSŤOU SCHVÁLENÉ TVRDENIE?

Osobná referencia na produkt, tvrdenie, skúsenosť s produktom nie je povolená ani v prípade, že je pravdivá, ak nie je v súlade s platnými obsahmi marketingových materiálov spoločnosti Nu Skin.*

* PREČO?

Všetky naše produkty majú klinicky podložené výhody a zákonom stanovené požiadavky, ktoré určujú prípustné tvrdenia. Tieto vyhlásenia sú obmedzené danými predpismi, a to na základe nášho opodstatnenia A skúseností, ktoré by mala väčšina spotrebiteľov.



Referencie na produkty v písomnej forme

REFERENCIE NA PRODUKTY BY NEMALI OBSAHOVAŤ VYHLÁSENIA, ŽE PRODUKT DOKÁŽE VYLIEČIŤ, LIEČIŤ ALEBO SLÚŽIŤ AKO PREVENCIA PRED AKÝMKOĽVEK OCHORENÍM ČI ZDRAVOTNÝM STAVOM, ALEBO ŽE PRODUKT VYLIEČIL VAŠE VLASTNÉ OCHORENIE, HOČI JE TO PRAVDA.*
REFERENCIE NA PRODUKTY BY MALI BYŤ ZAMERANÉ NA VÝHODY PRODUKTU, SCHVÁLENÉ TVRDENIA A TYPICKÉ VÝSLEDKY PRI DODRŽANÍ NASLEDOVNÝCH POKYNOV: •

* PREČO?

SPOLOČNOSŤ NU SKIN VYKONÁVA VEDECKÝ KLINICKÝ VÝSKUM NA PODLOŽENIE NAŠICH PRODUKTOV. V REGULOVANOM ODVETVÍ JE DÔLEŽITÉ PODÁVAŤ VÝLUČNE VYHLÁSENIA, KTORÉ SÚ LEGÁLNE, A ZÁROVEŇ DOKÁZATEĽNÉ.

1 Musí obsahovať názov produktu

2 Musí urobiť len schválené tvrdenia o produkte

3 Musí obsahovať vaše meno a názov trhu

4 Musí byť uvedené, že ste distribútorom

REFERENCIA NA PRODUKTY, KTORÁ JE PRAVDIVÁ A V SÚLADE S FIREMNÝMI VYHLÁSENAMI



REFERENCIA NA PRODUKTY, KTORÁ MÔŽE BYŤ PRAVDIVÁ, ALE NIE JE V SÚLADE S FIREMNÝMI VYHLÁSENAMI

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 !

Fotografie Pred A Po

FOTOGRAFIE PRED A PO SÚ SILNÝ NÁSTROJ, KTORÝ VYJADRUJE VIZUÁLNY OBRAZ POZITÍVNEHO VPLYVU A EFEKTÍVNOSTI PRODUKTOV NU SKIN U PRIEMERNÉHO SPOTREBITEĽA. TAKÉTO FOTOGRAFIE SA VŠAK POVAŽUJÚ ZA „TVRDENIA O VÝKONNOSTI PRODUKTU“, A PRETO MUSIA BYŤ V SÚLADE S NAŠIMI GLOBÁLNYMI USMERNENIAMÍ PRE REKLAMU A MARKETING, ABY SA ZAISTILO, ŽE SÚ SKUTOČNÉ, NEUPRAVOVANÉ A NEZAVÁDZAJÚCE.

1

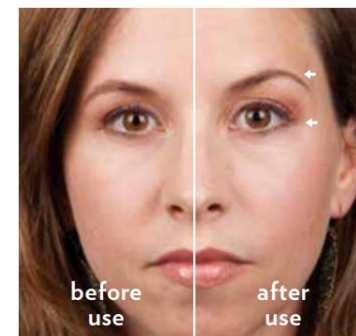
Pri vyhotovovaní fotografií pred a po je zásadná jednotná metodika. Tento zoznam parametrov nie je kompletný, ale pomôže vám zaistiť jednotnosť:

- a) osvetlenie
- b) oblečenie
- c) pozadie
- d) mejkap (nemal by byť žiadny alebo môže byť len úplne minimálny)
- e) jasnosť a rozlíšenie
- f) držanie tela
- g) póza
- h) uhol tváre
- i) výraz tváre

2

Fotografie musia presne vykresľovať výhody, ktoré môže priemerný spotrebiteľ pri používaní daného produktu dosiahnuť.

SCHVÁLENÉ REFERENCIE NA
SCHVÁLENÉ VYHLÁSENIA



NESPRÁVNE REFERENCIE NA VYHLÁSENIA O
OCHORENÍ



Fotografie Pred A Po

3 Fotografiami sa môžu podložiť len právne schválené tvrdenia o produkte platné pre daný región alebo trh. (Tieto tvrdenia sú k dispozícii na Informačných stránkach o produktoch na www.nuskin.com)

4 Oblieť sa treba decentne a primerane podľa typu produktu, ktorý uvádzate. Nadmieru zvodné fotografie alebo fotografie odhaľujúce príliš veľa pokožky nie sú v súlade s našimi globálnymi normami pre marketing.

5 Vaše fotografie musia byť originálne a nesmú byť retušované ani upravované. Ubezpečte sa, že máte dôkaz s dátumom o tom, že fotografie sú skutočné a že sa s nimi nemanipulovalo.

6 Pred použitím fotografií, ktoré nie sú vaše, získajte povolenie na použitie v súlade s autorskými právami a bez povolenia nepoužívajte žiadne známe osobnosti ani ochranné známky inej spoločnosti.

7 Text malým písmom a bližšie vymedzenia.

Odmietnutia zodpovednosti sa nesmú používať ako neobmedzená možnosť na ospravedlnenie činností alebo prejavov, ktoré by inak boli zakázané. Ak je reklama vo svojej podstate zavádzajúca, nijako to nezmenia ani mimoriadne obsažné odmietnutie zodpovednosti alebo bližšie vymedzenia.

VÝSKYT NEOPRÁVNENÝCH TVRDENÍ O PRODUKTE.



FOTOGRAFIA JE NEJEDNOTNÁ. OSVETLENIE, MEJKAP A UHOL SÚ ODLIŠNÉ.



Video referencie

VIDEO REFERENCIE BY MALI SPĽŇAŤ ROVNAKÉ POŽIADAVKY AKO OSTATNÉ REFERENCIE, AVŠAK EŠTE NIEČO AJ NAVYŠE:

1 Oblečte si vhodné profesionálne oblečenie alebo šaty (vhodné na obchodné stretnutia), ktoré reprezentujú štandardy značky Nu Skin.

2 Vlasy si zviažte do chvosta alebo si ich upravte tak, aby vám nepadali do tváre.

3 Dbajte na vhodný makeup zodpovedajúci značke Nu Skin (svieži, upravený a zdravý vzhľad pleti; určite nie veľmi výrazný).

4 Použite dostatočné osvetlenie.

5 So zverejnením akéhokoľvek videa, ktoré ste neurobili vy, musíte mať súhlas autorských práv. Taktiež nesmiete bez súhlasu uverejňovať zábery celebrit v žiadnej forme a podobe a zobrazovať ochranné známky iných spoločností.

6 Postupujte v súlade so schválenými pokynmi o produktových referenciách vo všetkých videách.

PRÍKLADY SCHVÁLENÝCH VIDEÍ



Zhrnutie pokynov*

1 Vždy hovorte pravdu a nikdy nezavádzajte.

2 Fotografie a videá by mali byť v súlade s prestížnymi štandardmi značky Nu Skin a zobrazenia by mali byť ostré, vkusné, s mladistvým duchom a inšpirujúce.

3 Zverejnite informáciu, že ste distribútorom spoločnosti Nu Skin.

4 Referencie na produkty by mali tvrdiť len výhody, ktoré sú v súlade s opodstatnenými a schválenými výhodami produktov spoločnosti Nu Skin.

5 Používajte marketingové materiály a informačné stránky o produktoch Nu Skin ako predlohu pre vyhlásenia o produktoch.

6 Poskytujte realistické a presné vyhlásenia o účinnosti a výhodách produktov, ktoré dokáže zaznamenať väčšina zákazníkov.

7 Referencie na produkty by nemali obsahovať vyhlásenia, že produkt dokáže vyliečiť, liečiť alebo slúžiť ako prevencia pred akýmkoľvek ochorením či zdravotným stavom, alebo že produkt vyliečil vaše vlastné ochorenie, hoci je to pravda.

8 Fotografie pred a po musia byť originálne a nesmú byť retušované či upravované. Musíte si zvoliť rovnaké osvetlenie, správny uhol na fotenie a dostatočné rozlíšenie.

9 Fotografie a videá by nemali zverejňovať výsledky, ktoré sú výstredné, prehnané alebo „príliš dobré na to, aby to bola pravda“, pretože by to mohlo byť neopodstatnené alebo by to neodrážalo skúsenosť bežného spotrebiteľa.

10 So zverejnením akéhokoľvek videa či fotografie, ktoré ste neurobili vy, musíte mať súhlas autorských práv. Taktiež nesmiete bez súhlasu uverejňovať zábery celebrit v žiadnej forme a podobe a zobrazovať ochranné známky iných spoločností.

* Tieto pokyny predstavujú len stručný súhrn. Pre podrobnejšie informácie si prečítajte dokument Politika a postupy spoločnosti Nu Skin alebo kontaktujte priamo spoločnosť Nu Skin.

VHODNÉ PRÍKLADY NA REFERENCIE, KTORÉ PROPAGUJÚ PRODUKT A PREDSTAVUJÚ SCHVÁLENÉ TVRDENIA O VÝHODÁCH PRODUKTU

„Ako letuška som zvykla nosiť veľmi hrubý makeup, aby som vyzerala dobre. Nikdy som nebola s mojou pletou spokojná, keďže som trpela na všetky príznaky starnutia. Začala som používať ageLOC produkty a mám pocit, že mám sviežejšiu pokožku, a to nosím iba ľahký makeup. Teraz vyzerám o 10 rokov mladšie!“

„Odkedy užívam R², každý deň je pre mňa dobrý. Tento produkt mi dáva dostatok energie a mám pocit, že žijem ako za mlada. Ráno nemám problém vstať a do nového dňa sa prebúdzam plná energie a s dobrým pocitom!“

Monica B., Austrália

