

Richtlinien für Produkt- erfahrungs- berichte



ÜBERSICHT

Hochwertige Erfahrungsberichte können einen positiven Einfluss auf potenzielle Kunden oder Vertriebspartner haben.

Als Vertriebspartner repräsentierst du Nu Skin. Erfahrungsberichte müssen der Wahrheit entsprechen und dürfen nicht irreführend sein. Sie müssen dem Image von Nu Skin und seinen Markenstandards entsprechen. Erfahrungsberichte müssen wichtige Fakten vermitteln, die für die Kaufentscheidung der Kunden relevant sind.

UM SICHERZUSTELLEN, DASS DEINE
ERFAHRUNGSBERICHTE UNSEREN GLOBALEN
MARKETINGSTANDARDS ENTSPRECHEN,
BEFOLGE BITTE DIESE RICHTLINIEN SOWIE
UNSERE DETAILLIERTEN NU SKIN RICHTLINIEN.
BITTE VERWENDE NUR ERFAHRUNGSBERICHTE,
DIE DIESE RICHTLINIEN ERFÜLLEN.

INHALT

- 1 VORGABEN FÜR
DIE KERNAUSSAGE
- 2 RECHTLICHE
VORGABEN FÜR
MARKETINGAUSSAGEN
- 3 SCHRIFTLICHE
PRODUKTERFAHRUNG-
SBERICHTE
- 4 VORHER-
NACHHER-FOTOS
- 5 VIDEOERFAHRUNG-
SBERICHTE
- 6 ZUSAMMENFASSUNG
DER RICHTLINIEN

Nu Skin Kernaussagen – Grundprinzipien

DIE VERBRAUCHER VON HEUTE SIND SKEPTISCH GEGENÜBER AUSSAGEN ZU PRODUKTEN, ZUR GESCHÄFTSMÖGLICHKEIT, DER DIREKTVERTRIEBSBRANCHE IM ALLGEMEINEN UND IHRER EIGENEN FÄHIGKEIT, MIT DIESEM GESCHÄFTSMODELL ERFOLG ZU HABEN.

ACHTE IN DEINER KOMMUNIKATION IMMER AUF DIE PERSPEKTIVE IHRER INTERESSENTEN.

DENN OFT FINDEN SIE,
DASS DIE AUSSAGEN ...

„zu gut sind, um wahr zu sein“

BEACHT E DESHALB:

BLEIBE REALISTISCH
Sei aufrichtig und
übertreibe nicht



„zu wenige Informationen liefern“

**STÜTZE DEINE
BEHAUPTUNG**
Liefere Details, um
Bedenken zu zerstreuen



„zu viel auf einmal aussagen“

GEH ES LANGSAM AN
Hole dein Publikum
ab und achte auf seine
Bedürfnisse



Globale rechtliche Vorgaben von Nu Skin für Marketingaussagen

WIR HALTEN UNS AN DIE HÖCHSTEN STANDARDS FÜR ETHISCHES UND EHRLICHES VERHALTEN – AUCH BEI DEN AUSSAGEN, DIE WIR ÜBER UNSERE PRODUKTE UND GESCHÄFTSMÖGLICHKEIT TREFFEN

UM UNSEREN RUF ZU WAHREN UND EIN STABILES, WACHSENDES GESCHÄFT ZU FÖRDERN, IST ES SEHR WICHTIG, NUR ZULÄSSIGE AUSSAGEN ZU TREFFEN.

1 SEI EHRLICH

Die Aussagen müssen der Wahrheit entsprechen und dürfen nicht irreführend sein.

2 HALTE DICH AN DIE AUSSAGEN DES UNTERNEHMENS

Alle Aussagen müssen denen des gültigen Nu Skin Produktinformationsblatts sowie den Marketing- und Schulungsrichtlinien entsprechen, die für das Produkt gelten.

3 NICHT IMMER GENÜGT DIE WAHRHEIT. WAS, WENN ES WAHR IST, ABER NICHT TYPISCH ODER KEINE VOM UNTERNEHMEN ERLAUBTE AUSSAGE?

Selbst wenn es der Wahrheit entspricht – ein persönlicher Erfahrungsbericht, eine Produkterfahrung oder eine Aussage sind nicht erlaubt, wenn sie nicht den gültigen Nu Skin Marketingmaterialien entsprechen.*

* DESHALB

Alle unsere Produkte haben klinisch nachgewiesene Resultate und unterliegen rechtlichen Vorgaben, die für zulässige Aussagen gelten. Diese Regelungen beschränken die Aussagen auf jene, die unseren Nachweisen entsprechen UND die von den meisten Anwendern bestätigt werden würden.



Schriftliche Produkterfahrungsberichte

PRODUKTERFAHRUNGSBERICHTE SOLLTEN NICHT BEHAUPTEN, DASS EIN PRODUKT EINE KRANKHEIT ODER EIN GESUNDHEITSPROBLEM BEHANDELT, HEILT ODER DIESER/ DIESEM VORBEUGT ODER DASS DAS PRODUKT DEIN EIGENES LEIDEN GEHEILT HAT – SELBST WENN DIES ZUTRIFFT.*
PRODUKTERFAHRUNGSBERICHTE SOLLTEN SICH AUF DIE RESULTATE DES PRODUKTS, ZUGELASSENE AUSSAGEN UND TYPISCHE ERGEBNISSE KONZENTRIEREN UND DABEI DIESE RICHTLINIEN EINHALTEN: —

* DESHALB

NU SKIN FÜHRT WISSENSCHAFTLICHE STUDIEN DURCH, UM DIE EIGENSCHAFTEN UNSERER PRODUKTE NACHZUWEISEN. IN EINER REGULIERTEN BRANCHE IST ES WICHTIG, NUR AUSSAGEN ZU TREFFEN, DIE LEGAL SIND UND DIE WIR BEWEISEN KÖNNEN

- 1 Müssen den Produktnamen enthalten
- 2 Dürfen nur zulässige Produktaussagen treffen
- 3 Müssen deinen Namen und deinen Markt enthalten
- 4 Müssen deutlich machen, dass du ein Vertriebspartner bist

EIN PRODUKTERFAHRUNGSBERICHT, DER WAHR IST UND DEN AUSSAGEN DES UNTERNEHMENS ENTSPRICHT



EIN PRODUKTERFAHRUNGSBERICHT, DER WAHR SEIN KANN, ABER NICHT DEN AUSSAGEN DES UNTERNEHMENS ENTSPRICHT

VERTRIEBSPARTNER Das ist das Erstaunlichste überhaupt. Ich hatte 20 Jahre lang Rückenschmerzen. Nachdem ich R2 für 4–5 Monate eingenommen habe, sind sie verschwunden. Für mich ist das ein Wunder ... Ich schlafe besser, wache erfrischt auf und bin bereit für den Tag! Ich habe sogar angefangen, für meinen ersten 5-Kilometer-Lauf zu trainieren, obwohl mein Arzt zu mir sagte, dass ich das vergessen könnte! Sag niemals nie! Danke für dieses tolle Produkt, Pharmanex! Ich wünschte, Facebook hätte einen LOVE-Button!

Vorher-Nachher-Fotos

VORHER-NACHHER-FOTOS SIND LEISTUNGSSTARKE WERKZEUGE, DIE EINE VISUELLE DARSTELLUNG DER POSITIVEN WIRKUNG UND WIRKSAMKEIT ZEIGEN, DIE NUR SKIN PRODUKTE FÜR DEN DURCHSCHNITTlichen ANWENDER HABEN KÖNNEN. SIE WERDEN JEDOCH ALS „AUSSAGEN ZUR PRODUKTLEISTUNG“ ANGESEHEN UND MÜSSEN DAHER UNSEREN GLOBALEN WERBE- UND MARKETINGRICHTLINIEN ENTSPRECHEN, UM SICHERZUSTELLEN, DASS DIE FOTOS ECHT, NICHT MANIPULIERT ODER IRREFÜHREND SIND.

1

Bei der Aufnahme von Vorher-Nachher-

Fotos ist eine konsistente Methodik unerlässlich. Die Liste der Parameter ist nicht vollständig, wird jedoch dazu beitragen, die Konsistenz zu gewährleisten:

- a) Beleuchtung
- b) Kleidung
- c) Hintergrund
- d) Make-up (nur wenig, wenn überhaupt)
- e) Klarheit und Auflösung
- f) Körperposition
- g) Pose
- h) Gesichtswinkel
- i) Gesichtsausdruck

2

Fotos müssen die Resultate, die ein durchschnittlicher Anwender durch die Nutzung des Produkts erzielen kann, korrekt darstellen.

ZULÄSSIGER
ERFAHRUNGSBERICHT



NICHT ZULÄSSIGER
KRANKHEITSBEZOGENER
ERFAHRUNGSBERICHT



Vorher-Nachher-Fotos

3

Fotos dürfen nur gesetzlich genehmigte Produktaussagen unterstützen, die für deine Region oder deinen Markt gelten. (Diese Aussagen findest du in den Produktinformationsblättern auf www.nuskin.com)

4

Wähle schlichte Kleidung, die zu dem besprochenen Produkt passt. Zu anzügliche Fotos oder die Abbildung von zu viel Haut entsprechen nicht den globalen Marketingstandards.

5

Deine Fotos müssen im Original vorliegen und dürfen weder retuschiert noch anderweitig bearbeitet worden sein. Bitte stelle sicher, dass du datierte Beweise dafür hast, dass die Fotos echt sind und nicht bearbeitet wurden.

6

Bevor du Fotos verwendest, die nicht deine eigenen sind, musst du die urheberrechtliche Genehmigung einholen. Bilde keine Prominenten oder Firmenmarken ohne die entsprechenden Genehmigungen ab.

7

Kleingedrucktes und Bestimmungen. Haftungsausschlüsse sollten nicht als „Carte Blanche“ verwendet werden, um anderweitig unzulässige Aktivitäten oder Eindrücke zu entschuldigen. Wenn die Werbung selbst irreführend ist, bleibt sie dies auch unabhängig von einem hinzugefügten Haftungsausschluss oder anderen näheren Bestimmungen.

NICHT GENEHMIGTE PRODUKTAUSSAGEN WERDEN GEZEIGT.



DIE KONSISTENZ IST NICHT GEWÄHRLEISTET. BELEUCHTUNG, MAKE-UP UND WINKEL WEICHEN AB.



Videoerfahrungsberichte

VIDEOERFAHRUNGSBERICHTE MÜSSEN DENSELBEN ANFORDERUNGEN ENTSPRECHEN WIE DIE ANDEREN ERFAHRUNGSBERICHTE. ZUDEM GELTEN FOLGENDE RICHTLINIEN:

1 Trage angemessene, professionelle Kleidung (legere Geschäftskleidung), mit der die Nu Skin Markenstandards repräsentiert werden.

2 Frisiere dein Haar so, dass es nicht dein Gesicht verdeckt.

3 Trage ein angemessenes Make-up, das zur Nu Skin Marke passt (frisch, rein, gesund aussehend, nicht übertrieben).

4 Sorge für eine ausreichende Beleuchtung.

5 Bevor du Videos verwendest, die nicht deine eigenen sind, musst du die urheberrechtliche Genehmigung einholen. Zeige keine Prominenten oder Firmenmarken ohne die entsprechenden Genehmigungen.

6 Halte dich in allen Videos an die Richtlinien für Produkterfahrungsberichte.

BEISPIELE FÜR ZULÄSSIGE VIDEOS



Zusammenfassung der Richtlinien*

1 Sei immer wahrheitsgetreu und niemals irreführend.

2 Fotos und Videos müssen den Markenstandards und dem Image von Nu Skin entsprechen: rein, geschmackvoll, jugendlich und ambitioniert.

3 Mache deutlich, dass du ein Nu Skin Vertriebspartner bist.

4 Die Produkterfahrungsberichte sollten nur Resultate benennen, die von Nu Skin selbst nachgewiesen und zugelassen sind.

5 Ziehe als Richtlinien für Produktaussagen die Nu Skin Marketingmaterialien und Produktinformationsblätter heran.

6 Biete eine realistische und korrekte Darstellung der Wirksamkeit und der Ergebnisse des Produkts, die auch die meisten Anwender erleben können.

7 Produkterfahrungsberichte sollten nicht behaupten, dass ein Produkt eine Krankheit oder ein Gesundheitsproblem behandelt, heilt oder dieser/diesem vorbeugt oder dass das Produkt dein eigenes Leiden geheilt hat – selbst wenn dies zutrifft.

8 Vorher-Nachher-Fotos müssen im Original vorliegen, dürfen nicht retuschiert oder verändert sein und müssen die gleiche Belichtung und Auflösung sowie die gleichen Kamerawinkel verwenden.

9 Fotos und Videos sollten keine Ergebnisse zeigen, die unglaublich, übertrieben oder „zu gut, um wahr zu sein“ sind, da sie eventuell nicht nachgewiesen sind oder kein typisches Anwendererlebnis widerspiegeln.

10 Bevor du Fotos oder Videos verwendest, die nicht deine eigenen sind, musst du die urheberrechtliche Genehmigung einholen. Zeige keine Prominenten oder Firmenmarken ohne die entsprechenden Genehmigungen.

* Diese Richtlinien stellen nur eine Übersicht dar. Für ausführlichere Informationen lies bitte die Nu Skin Richtlinien oder kontaktiere Nu Skin.

GUTE BEISPIELE FÜR ERFAHRUNGSBERICHTE, DIE DAS PRODUKT ZEIGEN UND DIE RESULTATE KORREKT BENENNEN

„Als Flugbegleiterin habe ich immer viel Make-up aufgetragen, um gut auszusehen. Meine Haut zeigte alle Zeichen der Alterung und ich war immer unzufrieden. Seit ich die ageLOC Produkte verwende, fühlt sich meine Haut richtig frisch an und ich trage nur noch ein leichtes Make-up. Ich sehe 10 Jahre jünger aus, als ich tatsächlich bin!“

„Seit ich R² nehme, ist jeder Tag ein guter Tag. Das Produkt verleiht mir viel Energie und ich fühle mich jünger. Ich habe keine Probleme, morgens aus dem Bett zu kommen. Ich fühle mich erholt und bin bereit, mit einem guten Gefühl in den Tag zu starten!“

Monica B., Australien

