

Linee guida per la testimonianza del prodotto



PANORAMICA

Le testimonianze di alta qualità possono avere un impatto positivo sui potenziali clienti o sui leader delle vendite.

Come Incaricati, voi rappresentate Nu Skin. È importante che le testimonianze siano veritieri e non fuorvianti, coerenti con gli standard dell'immagine e del marchio di Nu Skin. Le testimonianze devono contenere fatti importanti che sono rilevanti per i consumatori nella loro decisione di acquisto.

PER ESSERE SICURI CHE LE VOSTRE TESTIMONIANZE SIANO CONFORMI AI NOSTRI STANDARD DI MARKETING GENERALE, PRIMA DI UTILIZZARLE VI PREGHIAMO DI LEGGERE LE LINEE GUIDA GENERALI, PRESENTATE QUI DI SEGUITO, OLTRE CHE LE NOSTRE NORME E PROCEDURE DETTAGLIATE. VI INVITIAMO A USARE SOLAMENTE LE TESTIMONIANZE CONFORMI ALLE LINEE GUIDA.

INDICE

1

PRINCIPI PER
I MESSAGGI
PRINCIPALI

2

STANDARD LEGALE
PER LE ATTIVITÀ DI
MARKETING

3

TESTIMONIANZE
SCRITTE SUI
PRODOTTI

4

FOTOGRAFIE
“PRIMA E DOPO”

5

TESTIMONIANZE
VIDEO

6

RIEPILOGO DELLE
LINEE GUIDA

Principi da seguire per i messaggi essenziali di Nu Skin

OGGIGIORNO IL PUBBLICO PUÒ ESSERE SCETTICO
RGUARDO AFFERMAZIONI SU PRODOTTI OD OPPORTUNITÀ COMMERCIALI, SULL'INDUSTRIA DELLA VENDITA DIRETTA IN GENERALE, E SULLA CAPACITÀ DI OTTENERE DEI RISULTATI CON QUESTO MODELLO COMMERCIALE.

NELLE VOSTRE COMUNICAZIONI TENETE PRESENTE QUESTO PUNTO DI VISTA.

PERCHÉ SPESO IL PUBBLICO PENSA CHE I MESSAGGI ...

“Siano troppo belli per essere veri”

FATE SEMPRE IN MODO CHE I VOSTRI MESSAGGI SIANO...

REALISTICI
Siate diretti e non esagerate



“Diano troppe poche informazioni”

COMPROVATI
Fornite informazioni specifiche che risolvono i dubbi



“Offrano troppo e troppo presto”

DIRETTI
Incontrate il vostro gruppo target nell'ambiente a loro più consono



Standard legale generale di Nu Skin per le affermazioni commerciali

CI IMPEGNIAMO A SEGUIRE LO STANDARD PIÙ ALTO DI COMPORTAMENTO ETICO ED ONESTO, ANCHE NELLE NOSTRE AFFERMAZIONI SUI NOSTRI PRODOTTI E SULL'OPPORTUNITÀ COMMERCIALE.

L'UTILIZZO UNICAMENTE DI AFFERMAZIONI APPROVATE È ESSENZIALE PER MANTENERE LA NOSTRA REPUTAZIONE E PROMUOVERE UN'ATTIVITÀ SOLIDA E IN COSTANTE ESPANSIONE. •

1 SIATE ONESTI

Le affermazioni devono essere veritieri e non fuorvianti.

2 SEGUITE LE AFFERMAZIONI FATTE DALLA SOCIETÀ SUI PRODOTTI

Tutte le affermazioni devono essere coerenti con quanto affermato nelle pagine informative sui prodotti di Nu Skin, nonché con le linee guida di marketing e formazione relative ai prodotti.

3

LA VERITÀ NON È SEMPRE SUFFICIENTE. CHE COSA DOBBIAMO FARE SE UN'AFFERMAZIONE È VERA, MA NON TIPICA, O È UN'AFFERMAZIONE NON APPROVATA DALLA SOCIETÀ?

Anche se vera, una testimonianza personale, l'esperienza di un prodotto, o un'affermazione non sono consentite se non sono conformi ai materiali di marketing di Nu Skin, applicabili nel caso specifico.*

* PERCHÉ?

Tutti i nostri prodotti offrono benefici clinicamente convalidati e sono soggetti a criteri legali che regolano le affermazioni permesse. In base a questi criteri, si possono usare solo affermazioni che sono coerenti con la nostra validazione E con i benefici che i consumatori effettivamente provano.



Testimonianze scritte sui prodotti

LE TESTIMONIANZE SUI PRODOTTI NON DEVONO AFFERMARE CHE UN PRODOTTO TRATTA, CURA O PREVIENE UNA MALATTIA O UN DISTURBO, O CHE IL PRODOTTO HA CURATO LA VOSTRA MALATTIA, ANCHE SE È VERO.* LE TESTIMONIANZE SUI PRODOTTI DEVONO ESSERE INCENTRATE SUI BENEFICI DEI PRODOTTI, SULLE AFFERMAZIONI APPROVATE, E SUI RISULTATI TIPICI. NEL CONTEMPO DEVONO ESSERE CONFORMI ALLE SEGUENTI LINEE GUIDA:

* PERCHÉ?

NU SKIN CONDUCE RICERCHE CLINICHE SCIENTIFICHE PER CONVALIDARE I PROPRI PRODOTTI. IN UN'INDUSTRIA REGOLATA, È IMPORTANTE FARE SOLO AFFERMAZIONI LEGALI E DIMOSTRABILI.

1 La testimonianza deve contenere il nome del prodotto.

2 La testimonianza deve contenere solo affermazioni approvate.

3 La testimonianza deve comprendere il vostro nome e il mercato su cui operate.

4 La testimonianza deve indicare che siete un incaricato.

TESTIMONIANZE SUI PRODOTTI CHE SONO VERITIERE E CONFORMI ALLE DICHIARAZIONI DELLA SOCIETÀ



TESTIMONIANZE SUI PRODOTTI CHE POSSONO ESSERE VERITIERE, MA NON CONFORMI ALLE DICHIARAZIONI DELLA SOCIETÀ

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 Pharmanex, for this amazing product! I wish Facebook had a LOVE button !

Foto Prima E Dopo

LE FOTO PRIMA E DOPO SONO UNO STRUMENTO POTENTE CHE MOSTRA UNA RAPPRESENTAZIONE VISUALE DELL'IMPATTO POSITIVO E DELL'EFFICACIA DEI PRODOTTI NUSKIN SUL CONSUMATORE MEDIO. TUTTAVIA, ESSE SONO CONSIDERATE "AFFERMAZIONI SUI RISULTATI DEL PRODOTTO" E, DI CONSEGUENZA, DEVONO SEGUIRE LE NOSTRE LINEE GUIDA GLOBALI SU PUBBLICITÀ E MARKETING PER GARANTIRE CHE LE FOTO SIANO AUTENTICHE, NON MANIPOLATE O INGANNEVOLI.

1

Quando si scattano foto prima e dopo, è

fondamentale adottare un metodo coerente. L'elenco dei parametri non è completo, ma aiuterà a garantire omogeneità:

- a) Illuminazione
- b) Abbigliamento
- c) Sfondo
- d) Trucco (dovrebbe essere minimo, se presente)
- e) Chiarezza e risoluzione
- f) Postura
- g) Posa
- h) Angolazione del viso
- i) Espressione facciale

2

Le foto devono rappresentare accuratamente i benefici che un consumatore medio che usa il prodotto può ottenere.

TESTIMONIANZA CHE CONTIENE UN'AFFERMAZIONE APPROVATA



TESTIMONIANZA CHE CONTIENE UN'AFFERMAZIONE NON CORRETTA SU UNA MALATTIA



Foto Prima E Dopo

3

Le foto devono solo supportare le affermazioni sul prodotto approvate legalmente e applicabili alla vostra regione o mercato. (Tali affermazioni sono consultabili nelle Pagine informazioni prodotto su www.nuskin.com).

4

Dovete vestire in modo sobrio e adeguato al tipo di prodotto di cui parlate. Foto eccessivamente suggestive o che rivelano troppa pelle non sono conformi agli standard di marketing globale.

5

Le foto devono essere originali, non ritoccate o modificate. Assicuratevi di potere dimostrare che le foto sono autentiche e non sono state manipolate.

6

Richiedete l'autorizzazione per il copyright prima di utilizzare qualsiasi foto che non sia la vostra e non usate celebrità o altri marchi commerciali senza permesso.

7

Testo in piccolo e qualifiche. Le clausole di esclusione di responsabilità non devono essere usate per autorizzare attività altrimenti non consentite. Se l'annuncio è intrinsecamente fuorviante, rimane tale a prescindere da qualsiasi clausola di esclusione di responsabilità o qualificazione sovrapposta.

SONO INDICATE AFFERMAZIONI SUL PRODOTTO NON AUTORIZZATE.



LA COERENZA NON È RILEVANTE. ILLUMINAZIONE, TRUCCO E ANGOLAZIONE SONO DIFFERENTI.



Testimonianze video

LE TESTIMONIANZE
VIDEO DEVONO SEGUIRE
GLI STESSI CRITERI DELLE
ALTRE TESTIMONIANZE,
CON ALCUNE LINEE
GUIDA SUPPLEMENTARI:

1 Indossare abbigliamento professionale appropriato (business casual o vestito da affari), che rappresenta gli standard del marchio Nu Skin.

2 Tirare indietro o acconciare i capelli in modo da non coprire il viso.

3 Truccarsi in modo opportuno per il marchio Nu Skin (fresco, pulito, sano e bello, non esagerato).

4 Utilizzare un'illuminazione sufficiente.

5 Dovete ottenere il permesso di copyright prima di utilizzare qualsiasi video che non sia vostro e non utilizzare video di persone famose o marchi commerciali di un'altra società senza previa autorizzazione.

6 In tutti i video seguire le linee guida per le testimonianze sui prodotti approvate.

ESEMPI DI VIDEO APPROVATI



Riepilogo delle linee guida*

1

Devono essere sempre veritieri e non ingannevoli.

2

Le foto e i video devono essere conformi agli standard e all'immagine di prestigio della marca Nu Skin (pulizia, freschezza, giovinezza, ambizione).

3

Dichiarate di essere un Incaricato Nu Skin.

4

Le testimonianze sui prodotti devono affermare soltanto benefici in linea con i benefici giustificati e approvati relativamente ai prodotti di Nu Skin.

5

Fate riferimento ai materiali Nu Skin per il marketing e alle pagine informative sui prodotti come linee guida per le affermazioni.

6

Fornite un quadro realistico e accurato dell'efficacia e dei benefici dei prodotti che la maggior parte dei consumatori potrebbe provare.

7

Le testimonianze sui prodotti non devono affermare che un prodotto tratta, cura o previene una malattia o un disturbo, o che il prodotto ha curato la vostra malattia, anche se è vero.

8

Le foto "prima e dopo" devono essere originali, non ritoccate o modificate. Devono avere sempre la stessa illuminazione, gli stessi angoli di ripresa e la stessa risoluzione.

9

Le foto e i video non devono rappresentare risultati che sono esagerati, estremi, o "troppo belli per essere veri", in quanto potrebbero non essere giustificati né riflettere l'esperienza di un consumatore medio.

10

Richiedete il permesso di copyright prima di utilizzare qualsiasi video che non sia vostro e non utilizzate video di persone famose o marchi di un'altra società senza previa autorizzazione.

* Queste linee guida sono solo una sintesi. Per ulteriori informazioni, fate riferimento alle Norme e Procedure della Società o contattate Nu Skin.

BUONI ESEMPI DI TESTIMONIANZE MODERATE CHE PRESENTANO IL PRODOTTO E FANNO AFFERMAZIONI CORRETTE SUI BENEFICI

"Come hostess, mi truccavo molto per avere un bell'aspetto. Non sono mai stata contenta della mia pelle, perché ho sofferto di tutti i segni dell'età. Dopo aver utilizzato i prodotti ageLOC, ho una sensazione di freschezza e uso solo un trucco leggero. Sembro 10 anni più giovane!"

"Da quando ho cominciato a usare ageLOC R², ogni giorno è diventato un buon giorno. Il prodotto mi dà un sacco di energia e mi sento più giovane. Non ho problemi ad alzarmi la mattina, e mi sento rinvigorita e pronta per iniziare una nuova giornata con una buona sensazione!"

Monica B., Australia

