

Pokyny, jak představovat produkty



PŘEHLED

Vysoce kvalitní testimonialy mohou mít pozitivní vliv na potenciální zákazníky nebo obchodní lídry.

Jako Distributor reprezentujete společnost Nu Skin. Je naprosto nezbytné, aby byly testimonialy pravdivé a nezávadějící a aby byly v souladu s image a značkou společnosti Nu Skin. Testimonialy musí sdělovat důležitá fakta, která jsou relevantní při rozhodování zákazníka o koupi produktu.

ABYSTE SE UJISTILI, ŽE VAŠE TESTIMONIALY O PRODUKTECH SPLŇUJÍ NAŠE GLOBÁLNÍ MARKETINGOVÉ STANDARDY JEŠTĚ PŘED JEJICH ZVEŘEJNĚNÍM, POSTUPOJTE PROSÍM PODLE ZDE UVEDENÝCH ZÁKLADNÍCH POKYNŮ, STEJNĚ JAKO PODLE NAŠEHO DETAILNÍHO DOKUMENTU POLITIKA A POSTUPY. POUŽÍVEJTE PROSÍM POUZE TESTIMONIALY, KTERÉ JSOU V SOULADU S TĚMITO POKYNY.

OBSAH

1

KLÍČOVÉ ZÁSADY
SDĚLENÍ

2

PRÁVNÍ NORMA
PRO MARKETING

3

TESTIMONIALY
O PRODUKTECH
V PÍSEMNÉ FORMĚ

4

FOTOGRAFIE
PŘED A PO

5

VIDEO
TESTIMONIALY

6

SHRnutí
POKYNŮ

Klíčové zásady sdělení společnosti Nu Skin

V SOUČASNOSTI MOHOU BÝT LIDÉ SKEPTIČTÍ, POKUD SE JEDNÁ O TVRZENÍ O PRODUKTECH, O OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI, O ODVĚTVÍ PŘÍMÉHO PRODEJE JAKO CELKU A O SCHOPNOSTI USPĚT V TOMTO OBCHODNÍM MODELU.

PŘI KOMUNIKACI S TAKOVÝMI LIDMI SE SNAŽTE NA VĚC DÍVAT Z JEJICH PERSPEKTIVY.

PROTOŽE TITO LIDÉ SI ČASTO MYSLÍ, ŽE TVRZENÍ JSOU ...

VŽDY DBEJTE NA NÁSLEDUJÍCÍ...

„Příliš dobrá na to, aby byla pravdivá“

HOVOŘTE VŽDY TAK, ABY TO ODRÁŽELO SKUTEČNOST
Budte upřímní a nepřehánějte



„Poskytují nedostatek informací“

MĚJTE PODLOŽENÁ TVRZENÍ
Poskytujte specifika, která zmírní obavy



„Je jich příliš mnoho v příliš krátkém čase“

VYTVOŘTE ATMOSFÉRU DŮVĚRY
Chápejte jejich potřeby



Globální právní normy společnosti Nu Skin pro marketingová tvrzení

JSME ZAVÁZÁNÍ NEJVYŠŠÍM STANDARDŮM ETICKÉHO A ČESTNÉHO JEDNÁNÍ, VČETNĚ TVRZENÍ O NAŠICH PRODUKTECH A OBCHODNÍ PŘÍLEŽITOSTI.

POUŽÍVÁNÍ POUZE SCHVÁLENÝCH TVRZENÍ JE ZÁSADNÍ PRO UDRŽENÍ NAŠÍ POVĚSTI A PRO PROPAGOVÁNÍ STABILNÍHO A ROSTOUCÍHO PODNIKÁNÍ.

1 BUĎTE ÚPŘIMNÍ

Tvrzení musí být pravdivá a nezavádějící.

2 DODRŽUJTE TVRZENÍ O PRODUKTECH STANOVENÁ SPOLEČNOSTÍ

Veškerá tvrzení by měla být v souladu s platnými Informačními stránkami o produktech společnosti Nu Skin, s marketingovými a školícími zásadami, které se vztahují na konkrétní produkt.

3 HOVOŘIT PRAVDU NĚKDY NESTAČÍ. CO KDYŽ JE TO PRAVDA, ALE NEJDE O TYPICKÉ NEBO SPOLEČNOSTÍ SCHVÁLENÉ TVRZENÍ?

I když je určitý osobní testimonial o produktu, zkušenost s produktem, nebo tvrzení o produktu pravdivé, není povoleno, pokud je v rozporu s platnými marketingovými materiály společnosti Nu Skin.*

* PROČ?

Všechny naše produkty mají klinicky podložené přínosy a zákonem stanovené požadavky, kterým přísluší přípustná tvrzení. Tato tvrzení jsou omezena danými předpisy, a to na základě našeho opodstatnění a zkušeností, které mohla zaznamenat většina zákazníků.



Testimonials o produktech v písemné formě

TESTIMONIALY O PRODUKTECH BY NEMĚLY TVRDIT, ŽE PRODUKT VYLÉČÍ, UZDRAVÍ NEBO SLOUŽÍ JAKO PREVENCE PŘED JAKOUKOLI NEMOCÍ NEBO ZDRAVOTNÍM STAVEM, NEBO ŽE PRODUKT VYLÉČIL VAŠE VLASTNÍ ONEMOCNĚNÍ, I KDYŽ BY TO BYLA PRAVDA.* TESTIMONIALY O PRODUKTECH BY SE MĚLY ZAMĚŘOVAT NA PŘÍNOSY PRODUKTU, SCHVÁLENÁ TVRZENÍ A TYPICKÉ VÝSLEDKY PŘI DODRŽOVÁNÍ NÁSLEDUJÍCÍCH POKYNŮ:

* PROČ?

SPOLEČNOST NU SKIN PROVÁDÍ VĚDECKÝ KLINICKÝ VÝZKUM K DOLOŽENÍ NAŠICH PRODUKTŮ. V REGULOVANÉM ODVĚTVÍ JE DŮLEŽITÉ POUŽÍVAT POUZE TVRZENÍ, KTERÁ JSOU LEGÁLNÍ A KTERÁ MŮŽEME DOKÁZAT.

1 Musí obsahovat název produktu

2 Musí činit pouze schválená tvrzení o produktu

3 Musí obsahovat Vaše jméno a název trhu

4 Musí uvádět, že jste Distributorem

TESTIMONIAL O PRODUKTU, KTERÝ JE PRAVDIVÝ A V SOULADU S TVRZENÍMI SPOLEČNOSTI



TESTIMONIAL O PRODUKTU, KTERÝ MŮŽE BÝT PRAVDIVÝ, ALE NENÍ V SOULADU S TVRZENÍMI SPOLEČNOSTI

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

Fotografie Před A Po

FOTOGRAFIE PŘED A PO JSOU PŮSOBIVÉ NÁSTROJE, KTERÉ PŘEDSTAVUJÍ VIZUÁLNÍ ZTVÁRNĚNÍ TOHO, JAKÝ POZITIVNÍ DOPAD A ÚČINEK MOHOU MÍT PRODUKTY NU SKIN NA PRŮMĚRNÉHO SPOTŘEBITELE. JSOU VŠAK POVAŽOVÁNY ZA „TVRZENÍ O VLASTNOSTECH PRODUKTU“, A PROTO MUSÍ ODPOVÍDAT NAŠIM GLOBÁLNÍM REKLAMNÍM A MARKETINGOVÝM POKYNNŮM. TAK SE ZAJISTÍ, ŽE FOTOGRAFIE BUDOU OPRAVDOVÉ, A NE ZMANIPULOVANÉ NEBO ZAVÁDĚJÍCÍ.

1

Při pořizování fotografií před a po je zásadní

konzistentní metodika. Tento seznam parametrů není vyčerpávající, ale napomůže se zajištěním konzistentnosti:

- a) světelné podmínky
- b) oblečení
- c) pozadí
- d) make-up (pokud vůbec, tak by měl být minimální)
- e) jasnost a rozlišení
- f) poloha těla
- g) póza
- h) úhel obličeje
- i) výraz obličeje

2

Fotografie musí přesně znázorňovat

přínosy, kterých lze dosáhnout průměrným spotřebitelem při používání produktu.

TESTIMONIAL - SCHVÁLENÉ TVRZENÍ



TESTIMONIAL - NESCHVÁLENÉ TVRZENÍ O ONEMOCNĚNÍ



Fotografie Před A Po

3

Fotografie musí podporovat pouze právně schválená tvrzení o produktu platná pro váš region nebo trh. (Tato tvrzení jsou k dispozici na informačních stránkách produktů na www.nuskin.com)

4

Musíte být oblečeni nenápadně a adekvátně k typu produktu, který propagujete. Přehnaně sugestivní fotografie nebo takové, které odhalují příliš mnoho, nesplňují globální marketingové standardy.

5

Vaše fotografie musí být původní, nesmí být retušované nebo upravované. Nezapomeňte si uložit datovaný doklad o tom, že fotografie jsou opravdové a nezmanipulované.

6

Před zveřejněním jakýchkoli fotografií, které nejsou Vaše vlastní, musíte získat povolení autorských práv. Bez souhlasu taktéž nesmíte zveřejňovat fotografie celebrit a zobrazovat ochranné známky společnosti.

7

Právní dodatky. Právní dodatky by se neměly používat jako neomezená plná moc k omluvení jinak zakázaných činností či působení. Pokud je reklama z podstaty zavádějící, zůstane taková bez ohledu na kvalifikující dodatek apod.

NEOPRÁVNĚNÁ TVRZENÍ O PRODUKTU.



CHYBÍ KONZISTENTNOST. SVĚTELNÉ PODMÍNKY, MAKE-UP A ÚHEL SE LIŠÍ.



Video Testimonials

VIDEO TESTIMONIALY BY SE MĚLY ŘÍDIT STEJNÝMI PODMÍNKAMI JAKO OSTATNÍ TESTIMONIALY S NĚKOLIKA DALŠÍMI PRAVIDLY:

1 Oblečte si vhodný oděv (ležérní oblečení pro obchodní příležitosti nebo oblek/kostýmek), který reprezentuje standardy značky Nu Skin.

2 Upravte si vlasy tak, aby Vám nepadaly do tváře.

3 Mějte vhodný make-up, který odpovídá značce Nu Skin (svěží, upravený a zdravý vzhled pleti, ne příliš make-upu).

4 Použijte dostatečné osvětlení.

5 Před zveřejněním jakýchkoli videí, která nejsou Vaše vlastní, musíte získat povolení autorských práv. Bez povolení také nesmíte používat fotografie celebrit nebo zobrazovat ochranné známky jiné společnosti.

6 U všech videí postupujte podle schválených pokynů pro testimonialy pro produkty.

PŘÍKLADY SCHVÁLENÝCH VIDEÍ



Shrnutí pokynů*

1

Buďte vždy pravdomluvní a nikdy neuvádějte zavádějící informace.

2

Fotografie a videa by měly být v souladu s prestižními standardy značky Nu Skin a její image - slušné, vkusné, mladistvé a inspirující.

3

Prozradte, že jste Distributorem společnosti Nu Skin.

4

Testimonials o produktu by měly obsahovat pouze taková tvrzení o přínosech, která jsou v souladu s doloženými a schválenými přínosy produktů společnosti Nu Skin.

5

Jako předlohu pro tvrzení o produktu používejte marketingové materiály a Informační stránky o produktech společnosti Nu Skin.

6

Poskytujte realistické a přesné zobrazení účinnosti produktu a jeho přínosu, které dokáže zaznamenat většina spotřebitelů.

7

Testimonials o produktu by neměly tvrdit, že produkt vyléčí, uzdraví nebo bude prevencí jakékoli nemoci nebo zdravotního stavu, nebo že produkt vyléčil Vaše vlastní onemocnění, i kdyby to byla pravda.

8

Fotografie „před a po“ musí být originální, nesmí být retušované nebo upravované, používejte shodné osvětlení, úhel kamery a rozlišení.

9

Fotografie a videa by neměly zobrazovat výsledky, které jsou pobuřující, extrémní nebo „příliš dobré na to, aby byly pravdivé“, protože tak ve své podstatě nebudou odrážet skutečnou zkušenost běžného spotřebitele.

10

Před zveřejněním jakýchkoli fotografií nebo videí, které nejsou Vaše vlastní, musíte získat povolení autorských práv. Bez souhlasu také nesmíte používat fotografie celebrit nebo zobrazovat ochranné známky jiné společnosti.

* Tyto pokyny představují pouze stručný souhrn. Více podrobností naleznete v dokumentu Politika a postupy společnosti Nu Skin nebo se obraťte přímo na společnost Nu Skin.

VHODNÉ PŘÍKLADY TESTIMONIALŮ, KTERÉ PRODUKT PROPAGUJÍ A UVÁDÍ SPRÁVNÁ TVRZENÍ O JEHO PŘÍNOSECH

„Jako letuška jsem byla zvyklá používat spoustu make-upu, abych vypadala dobře. Se svou pleť jsem nebyla nikdy spokojená, protože se na ní projevovaly veškeré známky stárnutí. Jakmile jsem začala používat produkty ageLOC, mám pocit, že mám svěžejší pokožku a proto mohu používat pouze lehký make-up. Teď vypadám o 10 let mladší!“

„Od té doby co užívám R², je pro mě každý den dobrý. Tento produkt mi dává dostatek energie a mám pocit, že žiju jako za mlada. Nemám problémy s ranním vstáváním a do nového dne se probouzím plná energie a s dobrým pocitem!“

Monica B., Austrálie

