

Pautas para testimonios sobre los productos



VISTA GENERAL

Un testimonio de calidad puede tener un impacto importante en los clientes potenciales o líderes comerciales.

Como distribuidor, usted representa Nu Skin. Es imperativo que los testimonios sean reales y no den lugar a confusión, y que sean consistentes con la imagen y los estándares de marca de Nu Skin. Los testimonios deben relevar datos importantes que resulten relevantes para los clientes que vayan a decidir comprar..

PARA ESTAR SEGURO DE QUE SUS TESTIMONIOS CUMPLEN NUESTROS ESTÁNDARES GLOBALES ANTES DE USARLOS, SIGA LAS PAUTAS BÁSICAS AQUÍ ESPECIFICADAS, ASÍ COMO NUESTRAS NORMAS Y PROCEDIMIENTOS. USE ÚNICAMENTE TESTIMONIOS QUE CUMPLAN CON ESTAS PAUTAS.

CONTENIDO

1

PRINCIPIOS
BÁSICOS

2

ESTÁNDAR LEGAR
PARA MARKETING

3

TESTIMONIOS DE
PRODUCTOS POR
ESCRITO

4

FOTOGRAFÍAS
ANTES Y DESPUÉS

5

TESTIMONIOS
EN VÍDEO

6

SUMARIO
DE LAS PAUTAS

Principios básicos para los mensajes de Nu Skin

EL PÚBLICO DE HOY EN DÍA PUEDE SER ESCÉPTICO SOBRE LAS DECLARACIONES SOBRE PRODUCTOS, DECLARACIONES SOBRE LA OPORTUNIDAD, LA INDUSTRIA DE LA VENTA DIRECTA EN GENERAL, Y SU CAPACIDAD DE TRIUNFAR EN ESTE MODELO DE NEGOCIO.

SEA CONSCIENTE DE SU PERSPECTIVA CUANDO HABLE CON ELLOS.

PORQUE A MENUDO PIENSAN QUE NUESTROS MENSAJES SON...

SIEMPRE TENGA CUIDADO DE...

“Demasiado buenos para ser reales”

QUE SEA REAL
sea directo y no exagere



“Demasiado poca información”

DE PRUEBAS
Aporte datos específicos para disipar las dudas



“Demasiado y demasiado pronto”

HÁGASELO FÁCIL
Encuentre a su audiencia allá donde se encuentren ahora mismo



Estándares legales de Nu Skin para declaraciones sobre marketing

NUESTRO COMPROMISO ES EL DE MANTENER LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE COMPORTAMIENTO ÉTICO Y HONESTO, INCLUYENDO LAS DECLARACIONES QUE HAGAMOS CON RESPECTO A NUESTROS PRODUCTOS Y NUESTRA OPORTUNIDAD COMERCIAL.

ES ESENCIAL USAR ÚNICAMENTE LAS DECLARACIONES APROBADAS PARA MANTENER NUESTRA REPUTACIÓN Y PROMOCIONAR UN NEGOCIO SALUDABLE Y EN CRECIMIENTO.

1 SEA HONESTO

Las declaraciones han de ser verdaderas y no dar lugar a confusión.

2 USE LAS DECLARACIONES SOBRE PRODUCTOS EMITIDAS POR LA COMPAÑÍA

Todas las declaraciones deberán ser consistentes con la información presente en las Páginas de Información de Producto de Nu Skin, con las pautas de marketing y de formación que rijan sobre el producto.

3 A VECES NO BASTA DECIR LA VERDAD. ¿Y SI ES UNA DECLARACIÓN QUE ES CIERTA, PERO NO REPRESENTATIVA O APROBADA POR LA COMPAÑÍA?

Aunque sean ciertos, no estarán permitidos los testimonios personales, experiencias con un producto o declaraciones que no sean consistentes con la información presente en los materiales de marketing de Nu Skin vigentes.*

* ¿POR QUÉ?

Todos nuestros productos tienen beneficios probados clínicamente y cumplen los requisitos legales que rigen sobre las declaraciones permitidas. Estas normas limitan las declaraciones a únicamente aquellas que son consistentes con nuestros estudios Y con la experiencia de la mayoría de nuestros consumidores.



Testimonios de productos por escrito

LOS TESTIMONIOS DE PRODUCTO NO DEBERÍAN DECLARAR QUE UN PRODUCTO TRATARÁ, CURARÁ O PREVENDRÁ UNA ENFERMEDAD O CONDICIÓN MÉDICA, O QUE EL PRODUCTO HA CURADO SU PROPIA DOLENCIA - AUNQUE SEA CIERTO.* LOS TESTIMONIOS DE PRODUCTO DEBERÍAN CENTRARSE EN LOS BENEFICIOS DE LOS PRODUCTOS, LAS DECLARACIONES APROBADAS Y LOS RESULTADOS TÍPICOS SIGUIENDO A LA VEZ ESTAS PAUTAS:

* ¿POR QUÉ?

NU SKIN LLEVA A CABO INVESTIGACIONES CLÍNICAS PARA COMPROBAR SUS PRODUCTOS. EN UNA INDUSTRIA REGULADA ES IMPORTANTE HACER SOLO DECLARACIONES LEGALES Y QUE PODEMOS PROBAR.

1 Debe contener el nombre del producto

2 Debe hacer solo declaraciones sobre productos aprobadas

3 Debe incluir su nombre y mercado

4 Debe decir que es Distribuidor independiente

TESTIMONIOS DE PRODUCTO QUE SON VERDADEROS Y CONSISTENTES CON LAS DECLARACIONES CORPORATIVAS



TESTIMONIOS DE PRODUCTO QUE PUEDEN SER VERDADEROS PERO NO CONSISTENTES CON LAS DECLARACIONES CORPORATIVAS

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 !

Fotos De Antes Y Después

LAS FOTOGRAFÍAS DEL ANTES Y EL DESPUÉS SON HERRAMIENTAS PODEROSAS QUE MUESTRAN UNA REPRESENTACIÓN VISUAL DEL IMPACTO POSITIVO Y LA EFECTIVIDAD QUE LOS PRODUCTOS NU SKIN PUEDEN TENER EN EL CONSUMIDOR MEDIO. SIN EMBARGO, SE CONSIDERAN “DECLARACIONES SOBRE EL DESEMPEÑO DEL PRODUCTO” Y, POR LO TANTO, DEBEN SEGUIR NUESTRAS DIRECTRICES GLOBALES DE PUBLICIDAD Y MARKETING PARA GARANTIZAR QUE LAS FOTOGRAFÍAS SON VERDADERAS, NO SE HAN MANIPULADO Y NO INDUCEN A ERROR.

1

Al tomar fotos del antes y el después, es esencial contar con una metodología constante. La lista de parámetros no es exhaustiva, pero te ayudará a mantener la consistencia:

- a) Iluminación
- b) Ropa
- c) Fondo
- d) Maquillaje (debería ser mínimo, o ninguno)
- e) Claridad y resolución
- f) Posición corporal
- g) Pose
- h) Ángulo de la cara
- i) Expresión facial

2

Las fotos deben representar de forma precisa los beneficios que puede conseguir un consumidor medio usando el producto.

TESTIMONIO CON DECLARACIONES APROBADAS



TESTIMONIO CON DECLARACIONES SOBRE ENFERMEDADES NO APROPIADAS



Fotos De Antes Y Después

3 Las fotos solo deben respaldar reclamos de producto aprobados legalmente y aplicables a tu región o mercado. (Estos reclamos se encuentran en las páginas de información del producto en www.nuskin.com)

4 Debes vestir de forma modesta y apropiada al tipo de producto que estés presentando. Las fotografías demasiado sugerentes o reveladoras no cumplen con los estándares de marketing globales.

5 Las fotografías tienen que ser originales y presentarse sin retocar ni modificar. Asegúrate de que tienes pruebas, con su respectiva fecha, de que las fotografías son verdaderas y no han sido manipuladas.

6 Si las fotos no son tuyas, pide permiso para reproducirlas antes de usarlas y no uses nombres de famosos ni marcas registradas comerciales sin permiso.

7 Letra pequeña y condiciones. Las advertencias no deben usarse para tener carta blanca al realizar actividades o impresiones no permitidas. Si la publicidad induce a error inherentemente, así seguirá siendo aunque se imponga una advertencia o condición.

SE MUESTRAN RECLAMOS DE PRODUCTOS NO AUTORIZADOS.



LA COHERENCIA NO SE HA RESPETADO. LA ILUMINACIÓN, EL MAQUILLAJE Y EL ÁNGULO SON DIFERENTES.



Testimonios en vídeo

LOS TESTIMONIOS EN VÍDEO DEBERÍAN CUMPLIR LOS MISMOS REQUISITOS QUE LOS DEMÁS TESTIMONIOS, CON ALGUNAS PAUTAS ADICIONALES:

1 Vístase de una forma apropiada (profesional casual, o traje profesional) que represente los estándares de marca de Nu Skin.

2 Péñese o recójase el pelo de forma que no cubra su rostro.

3 Lleve un maquillaje apropiado acorde a la marca Nu Skin (un aspecto fresco, limpio y saludable, sin exagerar).

4 Use una iluminación suficiente.

5 Pida un permiso de copia antes de usar fotografías que no sean suyas y no use los nombres de famosos ni marcas registradas de la compañía sin permiso.

6 Siga las pautas aprobadas para testimonios de producto en todos los vídeos.

EJEMPLOS DE VÍDEOS APROBADOS



Sumario de las pautas*

1

Siempre sea fiel a la verdad y no de lugar a error.

2

Los testimonios y fotografías deben ser consistentes con la imagen y los estándares de prestigio de marca de Nu Skin: limpia, juvenil, con clase y ambiciosa.

3

Diga que es Distribuidor independiente de Nu Skin.

4

Los testimonios sobre productos solo pueden declarar beneficios que sean consistentes con los beneficios comprobados y aprobados de los productos de Nu Skin.

5

Consulte los materiales de marketing de Nu Skin y las Páginas de Información de Producto como pautas para cualquier declaración sobre los productos.

6

Realice un retrato realista y preciso de la eficacia del producto y destaque los beneficios que la mayoría de los consumidores experimentarán.

7

Los testimonios de producto no deberían declarar que un producto tratará, curará o prevendrá una enfermedad o condición médica, o que el producto ha curado su propia dolencia—aunque sea cierto.

8

Las fotografías de antes/después deben ser originales, no estar ni retocadas ni modificadas, y deben usar una iluminación, ángulos de cámara y resolución consistentes.

9

Las fotos y los vídeos no deberían retratar unos resultados que resulten exagerados, extremos o “demasiado buenos para ser ciertos”, ya que pueden no estar comprobados ni reflejar una experiencia de consumidor típica.

10

Pida un permiso de copia antes de usar fotografías que no sean suyas y no use los nombres de famosos ni marcas registradas de la compañía sin permiso.

* Estas pautas son solo un sumario. Para más detalles, consulte las Normas y Procedimientos póngase en contacto con Nu Skin.

BUENOS EJEMPLOS DE TESTIMONIOS CON DECLARACIONES SUAVES QUE MUESTRAN EL PRODUCTO Y HACEN UNA CORRECTA DECLARACIÓN DE BENEFICIOS.

“Como azafata de vuelo, solía ponerme una gran capa de maquillaje para tener buen aspecto. Nunca estaba contenta con mi piel, ya que observaba todo tipo de signos de envejecimiento. Tras usar los productos ageLOC, siento mi piel mucho más fresca y solo llevo un maquillaje ligero. ¡Parezco 10 años más joven de lo que soy!”

“Desde que empecé a tomar ageLOC R², todos los días son buenos días. El producto me da un montón de energía y me siento más juvenil. ¡No tengo problemas para levantarme por la mañana, y me siento con las energías recargadas y lista para afrontar el nuevo día sintiéndome bien!”

Monica B., Australia

