

Retningslinjer for produkt- beretninger



OVERSIGT

Beretninger af høj kvalitet kan have en positiv indvirkning på potentielle kunder eller salgsledere.

Som distributør repræsenterer du Nu Skin. Det er meget vigtigt, at beretningerne er sande og ikke misvisende, og at de stemmer overens med Nu Skins image- og varemærkestandarder. Beretningerne skal angive vigtige fakta, der er relevante for forbrugere, der tager en købsbeslutning.

FOR AT SIKRE, AT DINE BERETNINGER OVERHOLDER VORES GLOBALE MARKEDSFØRINGSSTANDARDE, INDEN DU BEGYNDER AT BRUGE BERETNINGERNE, SKAL DU FØLGE DE GRUNDLÆGGENDE RETNINGSLINJER, DER ER ANGIVET HER, SÅVEL SOM VORES DETALJEREDE POLITIKKER OG PROCEDURER. DU MÅ KUN BRUGE BERETNINGER, DER OVERHOLDER DISSE RETNINGSLINJER.

INDHOLD

1

HOVEDPRINCIPPER
FOR BUDSKABER

2

JURIDISK
STANDARD FOR
MARKEDSFØRING

3

SKRIFTLIGE
PRODUKT-
BERETNINGER

4

FØR- OG
EFTER-BILLEDER

5

VIDEO-
BERETNINGER

6

SAMMENFATNING
AF RETNINGS-
LINJERNE

Nu Skins hovedprincipper for budskaber

NUTIDENS TILHØRERE KAN VÆRE SKEPTISKE OVER FOR PRODUKTPÅSTANDE, PÅSTANDE OM FORRETNINGSMULIGHEDER OG DEN DIREKTE SALGSBRANCHE SOM SÅDAN, SAMT DERES EGEN MULIGHED FOR AT TRIVES MED DENNE FORRETNINGSMODEL.

TAG HØJDE FOR DERES PERSPEKTIV, NÅR DU KOMMUNIKERER MED DEM.

FOR DE SER OFTE
BUDSKABERNE SOM ...

“For godt til at være
sandt”

SØRG FOR AT GØRE
SOM FØLGER ...

OVERDRIV IKKE
vær åben og ærlig og
smør ikke for tykt på



“For lidt oplysninger”

DOKUMENTER DET
Giv specifikke
oplysninger, der imødegår
bekymringerne



“For meget og for hurtigt”

GÅ FORSIGTIGT
FREM
Mød dine tilhørere, der
hvor de er i dag



Nu Skins globale juridiske standard for markedsføringspåstande

DET ER MEGET VIGTIGT FOR OS AT OVERHOLDE DE HØJESTE STANDARDER FOR ETISK OG ÆRLIG ADFÆRD, HERUNDER I DE PÅSTANDE, VI FREMSÆTTER OM VORES PRODUKTER OG OM FORRETNINGSMULIGHEDEN.

DET ER MEGET VIGTIGT, AT DER KUN BRUGES GODKENDTE PÅSTANDE, FOR AT BEVARE VORES GODE RY OG FOR AT PROMOVERE EN SUND FORRETNING I VÆKST.

1

VÆR ÆRLIG

Påstande skal være sande, aldrig misvisende.

2

FØLG VIRKSOMHEDENS PRODUKTPÅSTANDE

Alle påstande skal være i overensstemmelse med den pågældende Nu Skin-produktinformationsside og med de markedsførings- og træningsretningslinjer, der gælder for produktet.

3

SANDHEDEN ER IKKE ALTID NOK. HVAD NU, HVIS DET ER SANDT, MEN DET IKKE ER TYPISK ELLER IKKE ER EN PÅSTAND, DER ER GODKENDT AF VIRKSOMHEDEN?

Uanset om den er sand, er en personlig beretning, produkterfaring eller påstand ikke tilladt, hvis den ikke stemmer overens med de pågældende Nu Skin-markedsføringsmaterialer.*

* HVORFOR?

Alle vores produkter har klinisk dokumenterede fordele og juridiske krav, som afgør, hvilke påstande der er tilladt. Disse regler begrænser brugen af påstande til dem, der stemmer overens med vores dokumentation, OG som de fleste brugere forventes at opleve.



Skriftlige produktberetninger

PRODUKTBERETNINGER MÅ IKKE PÅSTÅ, AT ET PRODUKT VIL BEHANDLE, KURERE ELLER FOREBYGGE NOGEN SYGDOM ELLER HELBREDSMÆSSIG LIDELSE, ELLER AT PRODUKTET HAR KURERET DIN EGEN LIDELSE – UANSET OM DET ER SANDT.* PRODUKTBERETNINGER SKAL FOKUSERE PÅ FORDELENE VED PRODUKTET, GODKENDTE PRODUKTPÅSTANDE OG TYPISKE RESULTATER, IDET FØLGENDE RETNINGSLINJER SKAL OVERHOLDES:

* HVORFOR?

NU SKIN UDFØRER VIDENSKABELIGE, KLINISKE STUDIER FOR AT DOKUMENTERE VORES PRODUKTER. I EN LOVREGULERET BRANCHE ER DET VIGTIGT, AT DER KUN FREMSÆTTES PÅSTANDE, DER ER LOVLIGE, OG SOM VI KAN BEVISE.

1 Skal indeholde produktnavnet

2 Må kun angive godkendte produktpåstande

3 Skal inkludere dit navn og marked

4 Skal angive, at du er distributør

PRODUKTBERETNING, DER ER SAND OG STEMME OVERENS MED KONCERNENS PRODUKTPÅSTANDE



PRODUKTBERETNING, DER MÅSKE NOK ER SAND, MEN SOM IKKE STEMME OVERENS MED KONCERNENS PRODUKTPÅSTANDE

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 !

Før- Og Efterbilleder

FØR- OG EFTERBILLEDER ER ET EFFEKTIVT REDSKAB, DER KAN VISE EN VISUEL REPRÆSENTATION AF DEN POSITIVE EFFEKT NU SKINS PRODUKTER KAN HAVE FOR GENNEMSNITSKUNDEN. MEN, DE ANSES FOR AT VÆRE "PÅSTANDE OM PRODUKTERNES EFFEKT" OG SKAL DERFOR FØLGE VORES GLOBALE RETNINGSLINJER FOR REKLAMER OG MARKETING FOR AT SIKRE AT VORES BILLEDER ER ÆGTE, IKKE MANIPULERENDE ELLER MISVISENDE.

1

Der skal anvendes en ensstemmende metode, når der tages før- og efterbilleder. Listen med parametre er ikke så omfattende, men hjælper dig med at sikre konsistens:

- a) Belysning
- b) Tøjvalg
- c) Baggrund
- d) Makeup (bør være minimal, hvis nogen)
- e) Klarhed og opløsning
- f) Kropsholdning
- g) Posing
- h) Ansigtets vinkel
- i) Ansigtstudtryk

2

Billeder skal vise de fordele, der kan opnås af gennemsnitsforbrugeren ved brug af produktet.

BERETNING MED GODKENDT PÅSTAND



BERETNING MED IKKE-GODKENDT SYGDOMSRELATERET PÅSTAND



Før- Og Efterbilleder

3

Billeder skal leve op til juridisk godkendte påstande, der gælder din region eller dit marked. (Disse påstande kan findes på produktinformationssiderne på www.nuskin.com)

4

Du skal iklæde dig nedtonet og passende tøj, der passer til det produkt, du fremhæver. Upassende billeder eller billeder, der afslører for meget hud lever ikke op til de globale retningslinjer for marketing.

5

Dine billeder skal være originale og ikke tilpassede eller retoucherede. Sørg for at vise datoer, der viser at billederne er ægte og ikke manipulerede.

6

Få copyrightrettigheder inden du anvender billeder, ikke ikke er dine egne og brug ikke berømtbilleder eller andre virksomheders varemærker uden tilladelse.

7

Små billeder og kvalificering. Ansvarsfraskrivelser bør ikke bruges som “carte blanche” eller som undskyldning for aktiviteter, der ikke tillades. Hvis markedsføringen er vildledende, vil den være det uanset eventuelle ansvarsfraskrivelser eller kvalificerende.

UAAUTORISEREDE PRODUKTPÅSTANDE VISES.



KONSISTENS ER IKKE GÆLDENDE. BELYSNING, VINKEL OG MAKEUP ER FORSKELLIG.



Videoberetninger

VIDEOBERETNINGER
SKAL FØLGE DE SAMME
RETNINGSLINJER
SOM DE ANDRE
BERETNINGER SAMT
NOGLE FÅ YDERLIGERE
RETNINGSLINJER:

1
Din påklædning skal være professionel (afslappet eller formel påklædning til kontorbrug) og afspejle Nu Skins varemærkestandarder.

2
Træk håret tilbage eller sæt det op, så det ikke dækker ansigtet.

3
Brug passende makeup, som matcher Nu Skin-varemærket (friskt, rent og sundt udseende, ikke for meget makeup).

4
Brug tilstrækkelig belysning.

5
Du skal fremskaffe copyright-tilladelse, inden du bruger videoer, som ikke er dine egne. Du må ikke bruge berømtbilleder eller varemærker fra andre virksomheder uden deres tilladelse.

6
Følg retningslinjerne for godkendte produktberetninger i alle videoer.

EKSEMPLER FRA GODKENDTE VIDEOER



Sammenfatning af retningslinjerne*

1

Tal altid sandt, aldrig misvisende.

2

Billeder og videoer skal stemme overens med Nu Skins høje standarder for varemærker og image – rent, smagfuldt, ungdommeligt og fremadstræbende.

3

Angiv, at du er Nu Skin-distributør.

4

Produktberetninger må kun fremsætte påstande om fordele, der stemmer overens med Nu Skins dokumenterede og godkendte produktfordele.

5

Vi henviser til Nu Skins markedsføringsmaterialer og Produktinformationssiderne som retningslinjer for produktpåstande.

6

Giv en realistisk og præcis beskrivelse af produktets effekt og de fordele, de fleste forbrugere kan opnå.

7

Produktberetninger må ikke påstå, at et produkt vil behandle, kurere eller forebygge nogen sygdom eller helbredsmæssig lidelse, eller at produktet har kureret din egen lidelse – uanset om det er sandt.

8

Før- og efter-billeder skal være originale, de må ikke være retoucheret eller ændret, og der skal bruges ensartet belysning, kameravinkel og opløsning.

9

Billeder og videoer må ikke vise resultater, der er overdrevne, ekstreme eller “for gode til at være sande”, idet resultaterne måske ikke er dokumenteret eller måske ikke afspejler en typisk forbrugers oplevelse.

10

Du skal fremskaffe copyright-tilladelse, inden du bruger billeder eller videoer, som ikke er dine egne. Du må ikke bruge berømtbilleder eller varemærker fra andre virksomheder uden deres tilladelse.

* Disse retningslinjer er kun en sammenfatning. Hvis du ønsker flere oplysninger, kan du se Nu Skins politikker og procedurer eller kontakte Nu Skin.

GODE EKSEMPLER PÅ BERETNINGER MED BLØDE PÅSTANDE, DER VISER PRODUKTET OG FREMSÆTTER EN RIGTIG PÅSTAND OM FORDELENE

“Som stewardesse har jeg været vant til at bruge masser af makeup for at se godt ud. Jeg var aldrig tilfreds med min hud, og jeg udviste alle tænkelige ældningstegn. Efter at have brugt ageLOC-produkter føles min hud genopfrisket, og jeg bruger kun let makeup. Jeg ser 10 år yngre ud end jeg egentlig er!”

“Siden jeg begyndte at tage ageLOC R², har hver dag været en god dag. Produktet giver mig masser af energi, og det føles som om, jeg lever et yngre liv. Jeg har ingen problemer med at komme op om morgenen, og jeg føler mig genopladet, glad og klar til at gå en ny dag i møde!”

Monica B., Australien

