

Riktlinjer för produkter i media



ÖVERSIKT

Kvalitativa utlåtanden kan ha en positiv inverkan på potentiella kunder eller säljledare.

Som distributör representerar du Nu Skin. Det är obligatoriskt att utlåtanden är sanna och inte missvisande samt i linje med Nu Skins image och märkesstandard. Utlåtanden ska ta upp viktiga fakta som är relevanta för konsumenterna när de avgör om de ska handla eller inte.

FÖR ATT FÖRSÄKRA ATT DINA UTLÅTANDEN UPPFYLLER GLOBAL STANDARD FÖR MARKNADSFÖRING INNAN DU PUBLICERAR DEM, SE RIKTLINJERNA HÄR SÅVÄL SOM VÅR MER DETALJERADE SKRIFT POLICY OCH PROCEDURER. ANVÄND ENDAST UTLÅTANDEN SOM UPPFYLLER DESSA RIKTLINJER.

INNEHÅLL

1

HUVUDSAKLIGA
PRINCIPER

2

JURIDISK
STANDARD FÖR
MARKNADSFÖRING

3

SKRIVNA
PRODUKT-
UTLÅTANDEN

4

FÖRE- OCH
EFTERBILDER

5

FILMADE
UTLÅTANDEN

6

SUMMERING
AV RIKTLINJER

Nu Skins huvudsakliga principer

DAGENS PUBLIK KAN
VARA SKEPTISK MOT
PRODUKTUTLÅTANDEN,
PÅSTÅENDEN OM
MÖJLIGHETER, BRANSCHEN
SOM HELHET OCH DERAS
MÖJLIGHETER ATT LYCKAS
MED DEN HÄR TYPEN AV
AFFÄRSMODELL.

HA DETTA I ÅTANKE NÄR DU
KOMMUNICERAR MED DEM.

OFTA TÄNKER DE...

BEMÖDA DIG OM
ATT ALLTID...

“För bra för att vara sant”

LÅTA REALISTISK
Gå rakt på sak,
överdriv inte



“För lite information”

BACKA UPP DET
Lämna specifikationer
som lindrar oron



“För mycket, för snabbt”

GÅ VARSAMT
FRAM
Möt din publik där de
befinner sig idag



Nu Skins globala standard för marknadsföring och utlåtanden

VI STRÄVAR EFTER ATT HÅLLA HÖGSTA MÖJLIGA ETISKA STANDARD VAD GÄLLER DE UTTALANDEN VI GÖR GÄLLANDE VÅRA PRODUKTER OCH VÅR AFFÄRSMÖJLIGHET.

DET ÄR VIKTIGT ATT BARA ANVÄNDA GODKÄNDA PÅSTÅENDEN FÖR ATT BEHÅLLA VÅRT GODA RYKTE OCH FRÄMJA EN SUND, VÄXANDE RÖRELSE.

1 VAR UPPRIKTIG

Påståenden ska vara sanna och inte missvisande.

2 FÖLJ FÖRETAGETS UTTALANDEN OM PRODUKTER

Alla utlåtanden ska vara enhetliga med Nu Skins egna produktinformation, marknadsföring och träningsmaterial.

3 SANNINGEN RÄCKER INTE ALLTID. MEN OM DET ÄR SANT MEN INTE TYPISKT ELLER I LINJE MED FÖRETAGETS UTLÅTANDEN?

Även om det är sant så kan varken personliga utlåtanden, erfarenheter eller påståenden tillåtas om de inte är i linje med det marknadsföringsmaterial som Nu Skin har.*

* VARFÖR?

Alla våra produkter har kliniskt underbyggda fördelar och lagkrav som styr våra tillåtna uttalanden. Dessa föreskrifter begränsar därmed utlåtanden till att vara i linje med våra belägg samt att det ska vara påståenden som de flesta konsumenter också torde erfara.



Skrivna produktutlåtanden

PRODUKTUTLÅTANDEN FÅR INTE PÅSTÅ ATT EN PRODUKT KAN BEHANDLA, BOTA ELLER FÖRHINDRA SJUKDOMAR ELLER SJUKDOMSTILLSTÅND, EJ HELLER ATT PRODUKTEN BOTAT DIN EGEN KRÄMPA - ÄVEN OM SÅ SKULLE VARA FALLET.*
PRODUKTUTLÅTANDEN SKA FOKUSERA PÅ PRODUKTENS FÖRDELAR, GODKÄNDA PÅSTÅENDEN OCH TYPISKA RESULTAT ENLIGT DESSA RIKTLINJER: •

* VARFÖR?

NU SKIN FÖRETAR KLINISK FORSKNING FÖR ATT SUBSTANTIERA PRODUKTERNA. I EN REGLERAD BRANSCH ÄR DET VIKTIGT ATT BARA PÅSTÅ NÅGOT SOM FÖLJER LAGEN OCH SOM VI KAN BEVISA.

1 Ska innehålla produktens namn

2 Ska bara innehålla godkända påståenden om produkten

3 Ska innehålla ditt namn och marknad

4 Ska berätta att du är distributör

PRODUKTUTLÅTANDEN SOM ÄR SANNA OCH I ENLIGHET MED FÖRETAGETS BELÄGG



PRODUKTUTLÅTANDEN SOM KAN VARA SANNA MEN INTE I ENLIGHET MED FÖRETAGETS BELÄGG

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 !

Före- Och Efterbilder

FÖRE- OCH EFTERBILDER ÄR KRAFTFULLA VERKTYG FÖR ATT GÖRA EN VISUELL REPRESENTATION AV DEN POSITIVA INVERKAN OCH EFFEKTIVITET SOM NU SKINS PRODUKTER KAN HA PÅ EN VANLIG KUND. DE ANSES DOCK VARA "ANSPRÅK OM PRODUKTRESULTAT" OCH BEHÖVER DÄRMED FÖLJA VÅRA GLOBALA REKLAM- OCH MARKNADSFÖRINGSRIKTLINJER FÖR ATT GARANTERA ATT BILDERNA ÄR GENUINA, INTE MANIPULERADE ELLER ÄR VILSELEDANDE.

1

En enhetlig metodologi är viktig före och efter du tar ett foto. Listan nedan är inte uttömmande, men den hjälper dig att skapa enhetliga bilder:

- a) Ljus/belysning
- b) Klädsel
- c) Bakgrund
- d) Makeup (bör vara minimal, om någon)
- e) Skärpa och upplösning
- f) Kroppsposition
- g) Posering
- h) Ansiktsvinkel
- i) Ansiktsuttryck

2

Bilderna måste återspegla fördelarna som kan uppnås av en vanlig kund som använder produkten.

GODKÄNDA PRODUKTUTLÅTANDEN



OLÄMPLIGA SJUKDOMSPÅSTÅENDEN



Före- Och Efterbilder

3 Bilderna får enbart stödja lagligt godkända produktanspråk tillgängliga i din region eller marknad (dessa anspråk återfinns i produktinformationsbladet på www.nuskin.com).

4 Du måste klä dig på ett neutralt och lämpligt sätt för typen av produkt som ska marknadsföras. Bilder som visar för mycket hud uppfyller inte de globala marknadsföringsstandarderna.

5 Dina bilder måste vara originalbilder och får inte ändras eller retuscheras på något sätt. Se till att du behåller daterade bevis på att bilderna är äkta och att de inte har manipulerats.

6 Se till att få en upphovsrättslicens innan du använder någon bild som inte är din egen och använd inte några kändis- eller bolagsvarumärken utan tillstånd.

7 Finstilt och tilläggsbeskrivningar. Friskrivelser bör inte användas som ett "carte blanche" för aktiviteter och andra intryck som inte tillåts i vanliga fall. Om reklamen är missvisande i sin natur kommer den att fortsätta att vara det, oavsett eventuell tillagd friskrivning eller annan tilläggsbeskrivning.

OBEHÖRIGA PRODUKTANSPRÅK VISAS.



ENHETLIGHETSKRAVET UPPFYLLS EJ. LJUS, MAKEUP OCH VINKEL ÄR OLIKA.



Filmade utlåtanden

FILMADE UTLÅTANDEN
SKA FÖLJA SAMMA
REGLER SOM ANDRA
UTLÅTANDEN MED
NÅGRA FÅ EXTRA
RIKTLINJER:

1 Bär lämplig affärsklädsel som representerar Nu Skins varumärkesstandard.

2 Dra tillbaka håret från ansiktet så det inte täcks.

3 Bär lämplig makeup för Nu Skins varumärke (fräsch, ren, sund, ej överdrivet sminkad).

4 Använd tillräcklig belysning.

5 Se till att du har tillstånd innan du använder filmer som inte är dina egna och använd inga kändisar eller företags varumärken utan tillstånd.

6 Följ de godkända riktlinjerna för alla filmade produktutlåtanden.

EXEMPEL FRÅN GODKÄNDA FILMER



Summering av riktlinjer*

1 Var alltid uppriktig och missled aldrig någon.

2 Bilder och filmer ska vara i linje med Nu Skins varumärkesstandard och image - rena, smakfulla, ungdomliga och aspirerande.

3 Berätta att du är Nu Skin-distributör.

4 Produktutlåtanden ska endast innehålla fördelar som är i linje med Nu Skins belägg och godkända produktfördelar.

5 Hänvisa till Nu Skins marknadsföringsmaterial och produktinformation som riktlinje för produktpåståenden.

6 Ge en realistisk och korrekt bild av produkternas effekt och fördelar som de flesta konsumenter kan uppnå.

7 Utlåtanden får inte påstå att produkterna kan behandla, bota eller förhindra några sjukdomar eller sjukdomstillstånd eller att produkten botat din egen krämpa—även om det skulle vara sant.

8 Före- och efterbilder ska vara original, inte retuscherade eller ändrade samt ordentligt ljussatta och ha rätt kamervinkel och upplösning.

9 Bilder och filmer ska inte porträttera resultat som är extrema eller "för bra för att vara sanna" då de kanske inte finns belägg för detta eller visar vad en vanlig konsument upplever.

10 Se till att du har tillstånd innan du använder bilder och filmer som inte är dina egna och använd inga kändisar eller företags varumärken utan tillstånd.

* Detta är endast en summering av riktlinjerna. Se Nu Skins skrift Policy och procedurer för fler detaljer, eller kontakta företaget.

BRA EXEMPEL PÅ MÅTTLIGA UTLÅTANDEN SOM VISAR PRODUKTEN OCH GER KORREKT BILD AV FÖRDELARNA

"Som flygvärdinna brukade jag använda mycket makeup för att se bra ut. Eftersom jag fått ålderstecken var jag inte nöjd med min hud. Men efter att jag börjat använda ageLOC-produkter känns huden fräsch och jag bär bara lätt makeup. Jag ser 10 år yngre ut än vad jag egentligen är!"

"Sedan jag började äta ageLOC R² har jag bara haft bra dagar. Jag får en massa energi av produkten och jag känner mig yngre. Jag har inga problem att komma upp om morgnarna utan känner mig pigg och redo!"

Monica B., Australien

