

Tuotteita koskevat mediaohjeet



YLEISKATSAUS

Laadukkailla kertomuksilla tuotekokemuksista voi olla positiivinen vaikutus potentiaaliin asiakkaisiin ja myyntijohtajiin.

Jakelijana sinä edustat Nu Skinia. On äärimmäisen tärkeää, että tuotekokemukset ovat totuudenmukaisia eivätkä harhaanjohtavia, ja ne sopivat yhteen Nu Skinin imagon ja brändin kanssa. Tuotekokemusten on tuotava ilmi tärkeitä faktoja, jotka ovat merkityksellisiä kuluttajille kun he tekevät ostopäätöksen.

VARMISTAAKSESI, ETTÄ TUOTEKOKEMUKSESI TÄYTTÄVÄT GLOBAALIT MARKKINOINTISTANDARDIMME ENNEN KUIN KÄYTÄT NIITÄ, OLE HYVÄ JA SEURAA TÄSSÄ KUVAILTUJA YLEISIÄ OHJEITA SEKÄ YKSITYISKOHTAISEMPAA TOIMINTAPERIAATTEET JA MENETTELYTAVAT -ASIAKIRJAA. KÄYTÄ VAIN SELLAISIA TUOTEKOKEMUKSIA, JOTKA TÄYTTÄVÄT NÄMÄ OHJEET.

SISÄLTÖ

1

TÄRKEÄT
VIESTINTÄPE-
RIAATTEET

2

MARKKINOINNIN
LAKISÄÄTEISET
STANDARDIT

3

KIRJALLISET
TUOTTEIDEN
KÄYTTÄJÄ-
KOKEMUKSET

4

ENNEN & JÄLKEEN
KUVAT

5

VIDEOIDUT
KÄYTTÄJÄ-
KOKEMUKSET

6

YHTEENVETO
OHJEISTA

Nu Skinin viestinnän perusperiaatteet

IHMISET VOIVAT
NYKYÄÄN OLLA SKEPTISIÄ
TUOTEVÄITTEITÄ,
MAHDOLLISUUTTA
KOSKEVIA VÄITTEITÄ,
SUORAMARKKINOINTI ALAA
JA OMIA MENESTYMISSA-
HDOLLISUUKSIAAN
KOHTAAN.

PIDÄ HEIDÄN
NÄKÖKULMANSÄ MIELESSÄ
KUN KOMMUNIKOIT HEIDÄN
KANSSAAN.

HE NIMITTÄIN USEIN AJATTELEVAT,
ETTÄ VIESTISI OVAT...

“Liian hyvää ollakseen
totta”

VARMISTA AINA, ETTÄ...

OLET AITO
suoraviivainen
etkä liioittele



“Tietoa on liian vähän”

TARJOAT TODISTEITA
Anna tarkempia tietoja,
jotka lieventävät
huolenaiheita



“Liian paljon liian nopeasti”

ETENET
VÄHITELLEN
Tapaa yleisösi siellä
missä he ovat



Nu Skinin globaalit, lakisääteiset markkinointistandardit

OLEMME SITOUTUNEET EETTISEEN JA REHELLISEEN KÄYTTÄYTYMISEEN KORKEIMMALLA MAHDOLLISELLA TAHOLLA. TÄMÄ KOSKEE MYÖS VÄITTEITÄ JOITA TEEMME TUOTTEISTAMME JA LIIKETOIMINTA-MAHDOLLISUUDESTAMME.

ON ÄÄRIMMÄISEN TÄRKEÄÄ KÄYTTÄÄ VAIN HYVÄKSYTTYJÄ VÄITTEITÄ MAINEEMME YLLÄPITÄMISEKSI JA TERVEEN JA KASVAVAN LIIKETOIMINNAN EDISTÄMISEKSI.

1 OLE REHELLINEN

Väitteiden on oltava todenmukaisia, ei harhaanjohtavia.

2 SEURAA YHTIÖN TUOTEVÄITEITÄ

Kaikkien väitteiden tulisi olla yhdenmukaisia Nu Skinin tuotetta koskevien tuoteinfosivujen ja markkinointi- ja koulutusmateriaalien kanssa.

3 TOTUUS EI AINA RIITÄ. MITÄ JOS TULOKSET OVAT TOTTA VAIKKEIVÄT NE OLEKAAN TYYPILLISIÄ TAI YHTIÖN HYVÄKSYMIEŒ VÄITTEIDEN MUKAISIA?

Vaikka ne olisivatkin totta, henkilökohtaiset kertomukset, tuotekokemukset tai väitteet eivät ole sallittuja, elleivät ne ole yhdensuuntaisia Nu Skinin voimassa olevien markkinointimateriaalien kanssa.*

* MIKSI?

Kaikilla tuotteillamme on kliinisesti osoitettuja hyötyjä ja niihin kohdistuu lakisääteisiä vaatimuksia, jotka rajoittavat sallittuja väittämiä.



Kirjalliset tuotteiden käyttäjäkokemukset

TUOTTEITA KOSKEVAT KÄYTTÄJÄKOKEMUKSET EIVÄT SAA VÄITTÄÄ, ETTÄ TUOTE HOITAA, PARANTAA TAI EHKÄISEE MITÄÄN SAIRAUKSIA TAI TERVEYDELLISIÄ ONGELMIA, TAI ETTÄ TUOTE PARANSI OMAN VAIVASI - VAIKKA SE OLISIKIN TOTTA.

*TUOTTEITA KOSKEVIEN KÄYTTÄJÄKOKEMUSTEN TULEE KESKITTYÄ TUOTTEEN ETUIHIN, HYVÄKSYTTYIHIN VÄITTEISIIN JA TYYPILLISIIN TULOKSIIN NÄIDEN OHJEIDEN MUKAISESTI:

* MIKSI?

NU SKIN TOTEUTTAA TIETEELLISIÄ, KLIINISIÄ TUTKIMUKSIA TUOTTEIDEMME TARJOAMIE ETUJEN VAHVISTAMISEKSI. KOSKA KYSEESSÄ ON SÄÄNNELTY TOIMIALA, ON TÄRKEÄÄ, ETTÄ ESITÄMME VAIN VÄITTEITÄ JOTKA OVAT LAILLISIA JA JOTKA VOIMME TODISTAA.

1 Tuotteen nimen on oltava esillä

2 Vain hyväksytyjen väitteiden esittäminen on sallittua

3 Nimesi ja markkina-alueesi on oltava esillä

4 Sinun on tuotava ilmi, että olet jakelija

KÄYTTÄJÄKOKEMUS, JOKA ON TODENMUKAINEN JA YHDENSUUNTAINEN YHTIÖN VÄITTEIDEN KANSSA



KÄYTTÄJÄKOKEMUS, JOKA VOI OLLA VOI OLLA TODENMUKAINEN, MUTTA SE EI OLE YHDENSUUNTAINEN YHTIÖN VÄITTEIDEN KANSSA

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 !

Ennen Ja Jälkeen -Kuvat

ENNEN JA JÄLKEEN -KUVAT OVAT TEHOKKAITA TYÖKALUJA, JOILLA VOIDAAN ESITELLÄ NU SKIN -TUOTTEIDEN POSITIIVISIA VAIKUTUKSIA JA TEHOKKUUTTA KESKIVERTOKULUTTAJALLE. NIITÄ PIDETÄÄN KUITENKIN ”TUOTTEEN TEHOKKUUSVÄITTÄMINÄ”, JA SEN VUOKSI NIIDEN ON OLTAVA MAAILMANLAAJUISTEN MAINONTA- JA MARKKINOINTIOHJEIDEMME MUKAISIA. NÄIN VARMISTETAAN, ETTÄ KUVAT OVAT AITOJA, NIITÄ EI OLE MANIPULOITU EIVÄTKÄ NE JOHDA HARHAAN.

1

Ennen ja jälkeen -kuvien ottamisessa

yhdenmukainen menetelmä on tärkeä. Lista ei ole tyhjentävä, mutta se auttaa yhdenmukaisuuden varmistamisessa:

- a) Valaistus
- b) Vaatetus
- c) Tausta
- d) Meikki (mahdollisimman vähän, jos yhtään)
- e) Tarkkuus ja resoluutio
- f) Vartalon asento
- g) Poseeraus
- h) Kasvojen kulma
- i) Kasvojen ilme

2

Kuvien tulee esittää tarkasti etuja, joita

keskivertokuluttaja voi saavuttaa tuotetta käyttämällä.

HYVÄKSYTTY KÄYTTÖKOKEMUS



SOPIMATON SAIRAUKSIA KOSKEVA KÄYTTÖKOKEMUS



Ennen Ja Jälkeen -Kuvat

3

Kuvien tulee tukea ainoastaan laillisesti hyväksyttyjä tuoteväittämiä, joita sovelletaan markkina-alueellasi. (Väittämät löytyvät tuotetietosivuilta osoitteesta www.nuskin.com)

4

Sinun on oltava säädylisesti ja soveliaasti pukeutunut esittelemääsi tuotetyyppiä ajatellen. Liian vihjailevat tai liikaa ihoa paljastavat kuvat eivät ole maailmanlaajuisten markkinointistandardiemme mukaisia.

5

Kuviesi tulee olla alkuperäisessä muodossaan, eikä niitä saa käsitellä tai muokata. Muista säilyttää päivätty todiste siitä, että kuvat ovat aitoja eikä niitä ole manipuloitu.

6

Pyydä tekijänoikeudellinen lupa ennen kuvien käyttöä sellaisten kuvien osalta, jotka eivät ole omiasi. Älä käytä julkisuuden henkilön tai yhtiön tavaramerkkejä ilman lupaa.

7

Pienellä painetut tekstit ja määritteet. Vastuuvapauslausekkeitä ei tule käyttää ns. avoimena valtakirjana, joka oikeuttaisi muuten kielletyn toiminnan tai vaikutelmat. Mikäli mainos on olennaisesti harhaanjohtava, se on harhaanjohtava huolimatta siihen liitetystä vastuuvapauslausekkeesta tai määritteestä.

KUVASSA NÄKYVÄ LUVATTOMIA TUOTEVÄITTÄMIÄ.



YHDENMUKAISUUS PUUTTUU. VALAISTUS, MEIKKI JA KUVAKULMA OVAT ERILAISIA.



Videoidut käyttäjäkokemukset

VIDEOITUJEN KÄYTTÄJÄ-
KOKOKEMUSTEN
TULEE NOUDATTA
SAMOJA VAATIMUKSIA
KUIN MUIDENKIN
KÄYTTÄJÄKOKEMUSTEN,
MUUTAMA LISÄYS
HUOMIOON OTTAEN:

1 Käytä asianmukaisia, ammattimaisia vaatteita (business tai business casual), jotka edustavat Nu Skin brändin tasoa.

2 Käytä kampausta, jossa hiukset eivät peitä kasvojasi.

3 Käytä asianmukaista, Nu Skin brändiin sopivaa meikkiä (raikas, puhdas, terveen näköinen ja hillitty).

4 Varmista, että valaistus on riittävä.

5 Hanki omistajan lupa ennen kuin käytät videoita, jotka eivät ole omiasi, äläkä käytä julkisuuden henkilöitä tai yhtiön tavaramerkkejä ilman lupaa.

6 Noudata kaikissa videoissa käyttäjäkokemuksia koskevia hyväksyttyjä ohjeita.

ESIMERKKEJÄ HYVÄKSYTYISTÄ VIDEOISTA



Yhteenveto ohjeista*

1 Ole aina totuudenmukainen
äläkä johda ihmisiä harhaan.

2 Valokuvien ja videoiden tulee olla
yhdenmukaisia Nu Skinin arvostetun
brändin ja imagon kanssa - raikkaita, hyvän
maun mukaisia, nuorekkaita ja innostavia.

3 Tuo esiin, että toimit itsenäisenä
Nu Skin jakelijana.

4 Käyttökokemusten tulee esittää väitteitä
ainoastaan sellaisista eduista, jotka ovat
yhdenmukaisia Nu Skinin tosiksi osoitettujen
ja hyväksytyjen tuote-etujen kanssa.

5 Käytä Nu Skinin markkinointimateriaaleja ja
Tuoteinfosivuja ohjeena tuoteväittämille.

6 Anna tuotteen tehokkuudesta ja eduista
realistinen ja todenmukainen kuvaus, jonka
useimmat kuluttajat voivat saavuttaa.

7 Käyttökokemukset eivät saa esittää,
että tuotteet hoitavat, parantavat tai
estävät mitään sairautta tai vaivaa, tai
että ne paransivat oman terveydentilasi
- vaikka se olisikin totta.

8 Ennen/jälkeen kuvien on oltava alkuperäisessä
muodossaan, niitä ei saa käsitellä tai
muokata ja valaistuksen, kuvakulman ja
resoluution tulee olla yhdenmukainen.

9 Kuvissa ja videoissa ei saa esittää
tuloksia, jotka ovat yliampuvia, menevät
äärimmäisyyksiin tai ovat "liian hyviä
ollakseen totta", sillä niitä ei välttämättä
voida todentaa tai ne eivät heijastele
tyypillistä asiakaskokemusta.

10 Hanki omistajan lupa ennen kuin
käytät videoita, jotka eivät ole omiasi,
äläkä käytä julkisuuden henkilöitä tai
yhtiön tavaramerkkejä ilman lupaa.

* Nämä ohjeet ovat vain yhteenveto.
Yksityiskohtaisempaa tietoa saat
tutustumalla toimintaperiaatteisiimme
ja menettelytapoihimme tai ottamalla
yhteyttä Nu Skiniin.

HYVIÄ ESIMERKKEJÄ PEHMEISTÄ
KÄYTTÖKOKEMUKSISTA, JOTKA ESITTELEVÄT
TUOTTEEN JA JOISSA ESITETÄÄN
HYVÄKSYTTYJÄ VÄITTEITÄ SEN EDUISTA

"Työni lentoemäntänä vaati, että
käytin ennen paljon meikkiä
näyttääkseni hyvältä. En ollut koskaan
tyytyväinen ihooni, sillä kärsin kaikista
ikäntymisen merkeistä. Ryhdyttyäni
käyttämään ageLOC tuotteita
ihoni tuntuu todella raikkaalta
ja käytän vain kevyttä meikkiä.
Näytän 10 vuotta todellista ikääni
nuoremmalta!"

"Aloitettuani ageLOC R² ravintolisän
käyttämisen, jokainen päivä on
ollut hyvä päivä. Tuote on antanut
minulle paljon energiaa ja oloni
tuntuu nuorekkaammalta. Aamulla
nouseminen ei ole ongelma
ja minusta tuntuu kuin akkuni
olisivat latautuneet ja olen valmis
aloittamaan uuden päivän!"

Monica B., Australia

