

Diretrizes para Testemunhos sobre Produtos



PANORÂMICA

Bons testemunhos podem ter um impacto positivo sobre potenciais clientes ou líderes de vendas.

Como Distribuidor, você representa a Nu Skin. É indispensável que os testemunhos sejam verdadeiros e não enganosos e que sejam coerentes com a imagem e os valores da marca Nu Skin. Os testemunhos devem transmitir elementos importantes relevantes para os clientes que desejam tomar uma decisão de compra.

PARA SE CERTIFICAR QUE OS SEUS TESTEMUNHOS CUMPREM OS NOSSOS PADRÕES MUNDIAIS DE MARKETING, CUMPRA AS DIRETRIZES BÁSICAS DISPOSTAS NESTE DOCUMENTO, BEM COMO AS NOSSAS NORMAS E PROCEDIMENTOS. USE APENAS TESTEMUNHOS QUE CUMPREM ESTAS DIRETRIZES.

CONTEÚDO

1

PRINCÍPIOS MAIS
IMPORTANTES

2

PADRÃO JURÍDICO
PARA O MARKETING

3

TESTEMUNHOS
ESCRITOS SOBRE
PRODUTOS

4

FOTOS DE
ANTES E DEPOIS

5

TESTEMUNHOS
EM VÍDEO

6

RESUMO SOBRE
AS DIRETRIZES

Princípios da Mensagem da Nu Skin

HOJE EM DIA, AS PESSOAS PODEM MOSTRAR-SE CÉTICAS RELATIVAMENTE A ALEGAÇÕES SOBRE PRODUTOS, SOBRE A OPORTUNIDADE, SOBRE AS VENDAS DIRETAS NO SEU TODO, E SOBRE A SUA PRÓPRIA CAPACIDADE DE OBTER ÊXITO COM ESTE MODELO COMERCIAL.

TENHA ISTO SEMPRE EM MENTE QUANDO COMUNICAR COM POTENCIAIS CLIENTES E DISTRIBUIDORES.

AS PESSOAS ACHAM MUITAS VEZES QUE A MENSAGEM...

“É demasiado boa para ser verdade”

ASSEGURE-SE QUE...

DIZ A VERDADE
seja direto
e não exagere



“Contém pouca informação”

APOIA AS SUAS DECLARAÇÕES
Forneça detalhes
específicos que atenuem
as preocupações de quem
o escuta



“Excessiva, e apresenta-se demasiado cedo”

LHES FACILITA A VIDA
Encontre-se com a sua
audiência onde esta se
encontra hoje



Normas Jurídicas da Nu Skin sobre Alegações de Marketing

DEFENDEMOS OS MAIS ALTOS PADRÕES DE COMPORTAMENTO ÉTICO E HONESTIDADE INCLUINDO NAS ALEGAÇÕES QUE FAZEMOS SOBRE OS NOSSOS PRODUTOS E SOBRE A NOSSA OPORTUNIDADE COMERCIAL.

É ESSENCIAL USAR APENAS ALEGAÇÕES APROVADAS PARA MANTER A NOSSA REPUTAÇÃO E PROMOVER UM NEGÓCIO SAUDÁVEL E PRÓSPERO. •

1 SEJA HONESTO

Os testemunhos devem ser verdadeiros e sem afirmações enganosas.

2 SIGA AS ALEGAÇÕES DA COMPANHIA SOBRE OS PRODUTOS

Todas as alegações devem ser consistentes com a Página de Informação de Produto da Nu Skin e com as diretrizes sobre marketing e formação sobre esse produto.

3 A VERDADE NEM SEMPRE É SUFICIENTE. E SE ALGO FOR VERDADE MAS NÃO FOR UMA ALEGAÇÃO APROVADA PELA COMPANHIA?

Mesmo que um depoimento pessoal, experiência sobre produto ou alegação sejam verdadeiros, não está autorizado a divulgá-los se estes não respeitarem os materiais de marketing da Nu Skin aplicáveis.*

* PORQUÊ?

Todos os nossos produtos oferecem benefícios clinicamente fundamentados e requisitos legais que regem as alegações autorizadas. Esses regulamentos apenas autorizam alegações consistentes com a nossa fundamentação E válidos para a maioria dos consumidores.



Testemunhos Escritos sobre Produtos

OS TESTEMUNHOS SOBRE PRODUTOS NÃO DEVEM ALEGAR QUE UM PRODUTO TRATA, CURA OU PREVINE QUALQUER PROBLEMA DE SAÚDE OU DOENÇA OU QUE O PRODUTO CUROU UM PROBLEMA SEU - MESMO QUE TAL SEJA VERDADE.* OS TESTEMUNHOS DEVEM FOCAR OS BENEFÍCIOS DO PRODUTO, ALEGAÇÕES APROVADAS E RESULTADOS TÍPICOS SEGUNDO ESTAS DIRETRIZES:

* PORQUÊ?

A NU SKIN CONDUZ PESQUISAS CLÍNICAS CIENTÍFICAS PARA COMPROVAR A EFICÁCIA DOS SEUS PRODUTOS. NUM SETOR REGULADO, É IMPORTANTE APENAS FAZER ALEGAÇÕES LEGAIS E QUE PODEM SER COMPROVADAS.

1 Deve conter o nome do produto

2 Deve apenas fazer alegações aprovadas sobre o produto

3 Deve incluir o seu nome e o mercado onde opera

4 Deve informar que é distribuidor da Nu Skin

TESTEMUNHO SOBRE PRODUTO VERDADEIRO E CONSISTENTE COM AS ALEGAÇÕES DA EMPRESA



TESTEMUNHO SOBRE PRODUTO QUE PODE SER VERDADEIRO MAS NÃO É CONSISTENTE COM AS ALEGAÇÕES DA EMPRESA

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

Fotografias Antes E Depois

AS FOTOGRAFIAS “ANTES E DEPOIS” SÃO INSTRUMENTOS IMPORTANTES QUE APRESENTAM UMA REPRESENTAÇÃO VISUAL DO IMPACTO POSITIVO E DA EFICÁCIA QUE OS PRODUTOS DA NU SKIN PODEM TER PARA O CONSUMIDOR MÉDIO. NO ENTANTO, SÃO CONSIDERADAS “ALEGAÇÕES SOBRE O DESEMPENHO DE UM PRODUTO” E, CONSEQUENTEMENTE, TÊM DE CUMPRIR AS NOSSAS ORIENTAÇÕES GERAIS DE MARKETING E PUBLICIDADE PARA GARANTIR QUE AS FOTOGRAFIAS SÃO AUTÊNTICAS, NÃO MANIPULADAS E NÃO ENGANOSAS.

1

Para tirar fotografias “antes e depois” é essencial adotar uma metodologia consistente. A lista de parâmetros não tem caráter exaustivo, mas ajuda a garantir a coerência:

- a) Iluminação
- b) Vestuário
- c) Fundo
- d) Maquiagem (pouca ou nenhuma)
- e) Nitidez e resolução
- f) Posição corporal
- g) Pose
- h) Ângulo do rosto
- i) Expressão facial

2

As fotografias devem descrever com precisão os benefícios que podem ser alcançados por um consumidor médio que usa o produto.

ALEGAÇÃO APROVADA



TESTEMUNHO IMPRÓPRIAS DE ALEGAÇÃO SOBRE DOENÇAS



Fotografias Antes E Depois

3 As fotografias só devem apoiar alegações sobre os produtos legalmente aprovados para a sua região ou mercado. (Estas alegações estão disponíveis nas Páginas de Informação de Produtos em www.nuskin.com)

4 Deve usar vestuário discreto e adequado ao tipo de produto que pretende destacar. As fotografias demasiado sugestivas ou reveladoras não cumprem as nossas normas de marketing globais.

5 As suas fotografias devem ser originais e não devem ser retocadas nem modificadas. Certifique-se de que guarda uma prova datada de que as fotografias são autênticas e de que não foram manipuladas.

6 Deve obter autorização de direitos de autor antes de usar quaisquer fotografias que não lhe pertençam e não use fotografias de pessoas famosas nem outras marcas registadas sem autorização.

7 Pequenas impressões e qualificações. As advertências não devem ser usadas como “carta branca” para justificar atividades ou impressões não permitidas de outra forma. Se o anúncio for inerentemente enganoso, continuará a sê-lo, não obstante qualquer isenção de responsabilidade ou qualificador sobreposto.

APRESENTAÇÃO DE ALEGAÇÕES SOBRE PRODUTOS NÃO AUTORIZADAS.



A COERÊNCIA NÃO É RELEVANTE. A ILUMINAÇÃO, A MAQUILHAGEM E O ÂNGULO SÃO DIFERENTES.



Testemunhos em vídeo

OS TESTEMUNHOS DE VÍDEO DEVEM SEGUIR OS MESMOS REQUISITOS QUE OS OUTROS TIPOS DE TESTEMUNHOS, COM ALGUMAS DIRETRIZES ADICIONAIS: •

1 Use vestuário profissional apropriado que represente os padrões da marca Nu Skin.

2 Use o cabelo apanhado ou penteado para trás para que não cubra o rosto.

3 Use maquiagem apropriada que represente os padrões da marca Nu Skin (fresca, suave e de aspeto saudável, não exagerada).

4 Use iluminação suficiente.

5 Deve obter autorização de direitos autorais antes de usar quaisquer vídeos que não sejam seus. Não use material de pessoas famosas ou outras marcas registadas sem autorização.

6 Respeite as diretrizes para testemunhos sobre produtos em todos os vídeos

EXEMPLOS DE VÍDEOS APROVADOS



Resumo sobre as diretrizes*

1

Seja verdadeiro e não faça afirmações enganosas.

2

Os testemunhos e vídeos devem ser consistentes com os padrões e a imagem de marca de prestígio da Nu Skin: pureza, bom gosto, juventude, empenhamento.

3

Comunique que é distribuidor da Nu Skin.

4

Os testemunhos sobre produtos devem mencionar alegações sobre os produtos que sejam consistentes com os benefícios fundamentados e aprovados pela Nu Skin.

5

Consulte os materiais de marketing da Nu Skin e as Páginas de Informação de Produto como diretriz para alegações sobre produtos.

6

Dê uma imagem realista e precisa da eficácia do produto e dos benefícios que a maior parte dos consumidores pode conseguir.

7

Os testemunhos sobre produtos não devem alegar que um produto trata, cura ou previne qualquer problema de saúde ou doença ou que o produto curou um problema seu - mesmo que isso seja verdade.

8

As fotografias de antes/depois devem ser originais, não retocadas ou modificadas e devem ser feitas com iluminação, ângulo da câmara e resolução consistentes.

9

As fotografias ou vídeos não devem mostrar resultados tendenciosos, extremos ou “demasiado bons para ser verdade”, uma vez que não podem ser comprovados nem refletem resultados que a maior parte dos consumidores pode conseguir.

10

Deve obter autorização de direitos autorais antes de usar quaisquer fotos que não sejam suas. Não use fotos de pessoas famosas ou outras marcas registadas sem autorização

* Estas diretrizes são apenas um resumo. Para mais informações, consulte as Normas e Procedimentos da Nu Skin ou contacte a Nu Skin.

BONS EXEMPLOS DE TESTEMUNHOS QUE MOSTRAM O PRODUTO E FAZEM UMA ALEGAÇÃO DE BENEFÍCIOS ADEQUADA

“As a flight attendant, I used to put on heavy makeup to look good. I was never content with my skin as I suffered from all the aging signs. After using ageLOC products, I feel so refreshed with my skin and wear only light makeup. I look 10 years younger than my actual age!”

“Desde que comecei a tomar ageLOC R², todos os dias são bons dias. Este produto dá-me imensa energia e sinto-me mais nova. Não tenho problemas em levantar-me de manhã e sinto-me recarregada e pronta para começar o novo dia com boa disposição!”

Monica B., Australia

