

ФОТОГРАФИИ ДО И ПОСЛЕ

Для Консультантов бренда Nu Skin (регион EMEA)

Качественные отзывы могут положительно повлиять на потенциальных клиентов или Консультантов бренда. Как Консультант бренда вы представляете компанию Nu Skin. Отзывы должны обязательно отражать имидж и стандарты бренда Nu Skin и соответствовать им, а также отвечать нормам законодательства, быть верными и не вводить в заблуждение. Отзывы раскрывают важные факты, позволяющие потребителям осознанно делать выбор и покупать продукты, которые наибольшим образом удовлетворяют их потребности и отвечают их ожиданиям.



NU SKIN
DISCOVER THE BEST YOU®

Чтобы отзывы соответствовали глобальным стандартам, соблюдайте базовые рекомендации, приведенные в этом документе, а также в Правилах и нормах. Используйте только те отзывы, которые соответствуют этим стандартам.

ОСНОВНЫЕ ПРИНЦИПЫ

Сейчас люди очень скептически относятся к утверждениям о пользе продукта и его возможностях, к прямым продажам в целом и к своей способности добиться процветания в рамках этой бизнес-модели.

Помните об этой точке зрения при любом взаимодействии.

ЧАЩЕ ВСЕГО ОНИ ОТВЕЧАЮТ СЛЕДУЮЩИМИ ФРАЗАМИ:	СТАРАЙТЕСЬ СЛЕДОВАТЬ СЛЕДУЮЩИМ ПРИНЦИПАМ:
«Слишком хорошо, чтобы быть правдой»	БУДЬТЕ РЕАЛИСТИЧНЫ Будьте честны и старайтесь не приукрашивать действительность 
«Слишком мало информации»	ПРИВОДИТЕ ДОКАЗАТЕЛЬСТВА Приводите конкретные примеры, которые смогут рассеять сомнения 
«Слишком много информации сразу»	ВВОДИТЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЛИЕНТОВ В КУРС ДЕЛА ЛЕГКО Ищите свою аудиторию там, она сейчас находится 

ФОТОГРАФИИ ДО И ПОСЛЕ

Фотографии До и После — эффективный инструмент, который наглядно показывает положительное воздействие и эффективность продуктов Nu Skin для среднестатистического потребителя. Но они считаются «Утверждениями об эффективности продукта» и поэтому должны соответствовать нашим общим рекомендациям в области рекламы и маркетинга: фотографии должны быть настоящими, не должны использоваться для манипулирования и вводить в заблуждение.

1

Делая фотографии «До» и «После», важно сохранять последовательность. Список

параметров не является исчерпывающим, но поможет обеспечить единый подход.

- а) Свет
- б) Одежда
- в) Фон
- г) Макияж (минимум или полное отсутствие)
- д) Четкость и разрешение
- е) Положение тела
- ж) Поза
- з) Угол съемки лица
- и) Выражение лица

2

Фотографии должны точно отражать преимущества, которые может получить среднестатистический потребитель при использовании продукта.

3

Фотографии должны поддерживать законно одобренные утверждения о пользе продукта, применимые в вашем регионе и на вашем рынке. (Эти утверждения приводятся на страницах с информацией о продукте на веб-сайте www.nuskin.com)

4

Одежда должна быть скромной и уместной для типа продукта, к которому надо привлечь внимание. Чрезмерно двусмысленные фотографии или фотографии с большим количеством неприкрытых участков тела не соответствуют нашим общим стандартам маркетинга.

5

Фотографии должны быть оригиналами без ретуши и изменений. У вас обязательно должны быть датированные доказательства того, что фотографии являются настоящими и не подделаны.

6

До использования чужих фотографий получите разрешение на авторское право и не используйте без разрешения изображения знаменитостей или товарные знаки других компаний..

7

Мелкий шрифт и оговорки. Отказ от ответственности не должен являться своего рода «carte blanche» и служить оправданием не разрешенных в ином случае действий или образов. Если реклама является заведомо ложной, она такой и остается независимо от наложенного отказа от ответственности или оговорки.

ФОТОГРАФИИ ДО И ПОСЛЕ

Приложение



Следующие рекомендации приводятся только в качестве примеров и не представляют собой исчерпывающий перечень всех вариантов разрешенного и неразрешенного использования фотографий до и после.

ХОРОШИЕ ПРИМЕРЫ

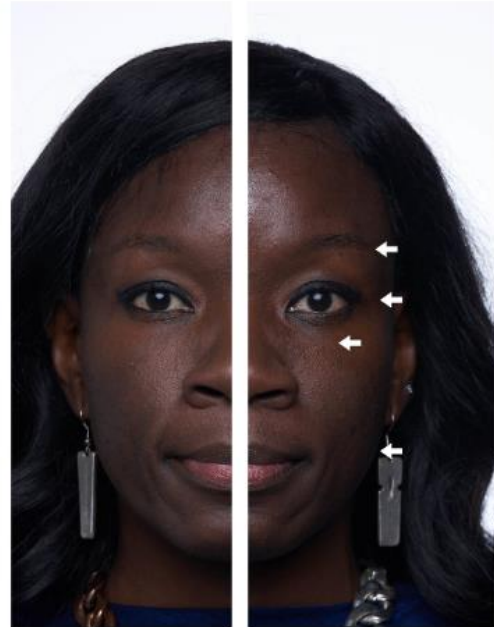


BEFORE



AFTER

AP-24® Whitening Fluoride Toothpaste



BEFORE

AFTER

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



BEFORE



AFTER

ageLOC® Galvanic Body Trio



BEFORE

AFTER

ageLOC® LumiSpa™



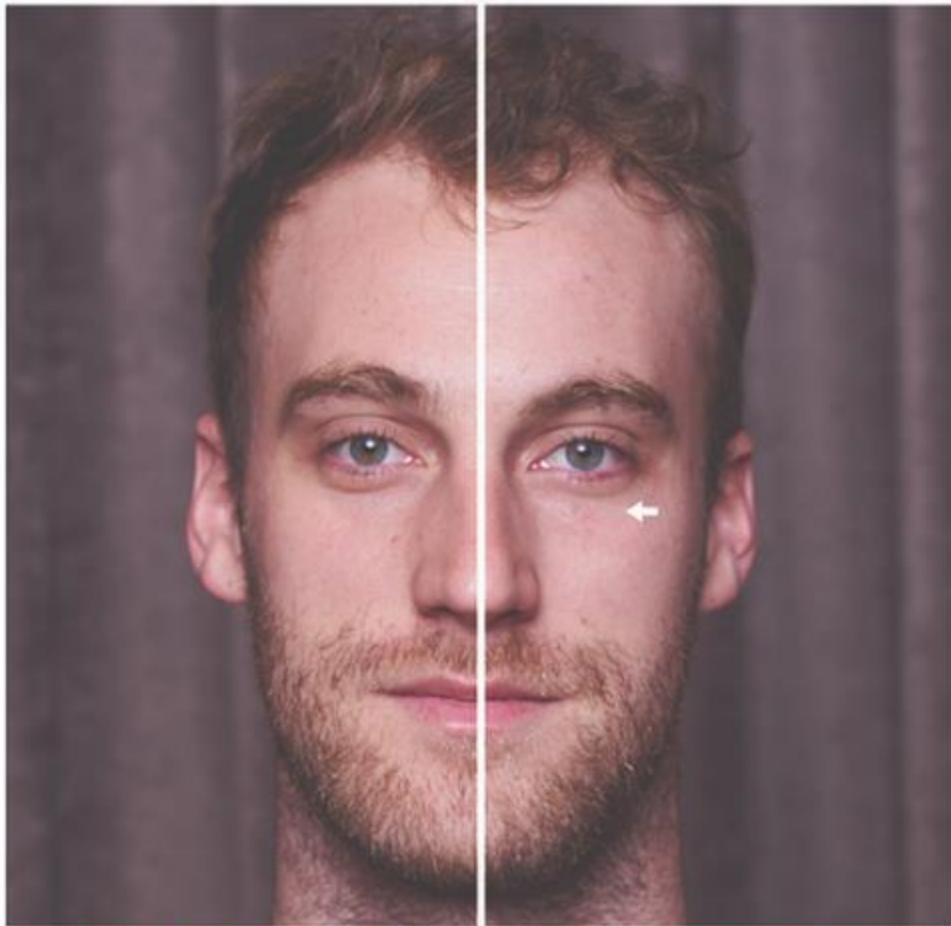
BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE AFTER

ageLOC® LumiSpa™



BEFORE

ageLOC® Galvanic Body Trio

AFTER



BEFORE



AFTER

Nu Colour® Lip Plumping Balm



BEFORE



AFTER

Nu Colour® Curling Mascara Black

BEFORE



AFTER

ageLOC® Galvanic Body Trio



BEFORE **AFTER**

Dr. Dana Nail Renewal System



BEFORE **AFTER**

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



BEFORE **AFTER**

ageLOC® LumiSpa™ Accent & IdealEyes



BEFORE **AFTER**

Dr. Dana Nail Renewal System

НЕУМЕСТНЫЙ ПРИМЕР



Приводятся несанкционированные утверждения медицинского характера и условия.



Не обеспечена последовательность. Разные свет, макияж и угол съемки.



Приводятся несанкционированные утверждения в пользу продукта.



Приводятся несанкционированные утверждения в пользу продукта.



NU SKIN®
DISCOVER THE BEST YOU®