

ageLOC®

TRME

POKYNY



ageLOC TRME je UŽ K DISPOZICI! AŽ budete sdílet své nadšení prostřednictvím sociálních médií nebo jinak, dbejte na to, aby veškerý obsah odpovídal tvrzením schváleným společností a dodržoval zásady uvedené v těchto pokynech.

 NU SKIN®

Seznam všech registrovaných ochranných známek na evropských trzích společnosti Nu Skin a v Jižní Africe naleznete ve slovníku ochranných známek na adrese www.nuskin.com.

TRME CO DĚLAT a CO NEDĚLAT

Obecné normy, které je třeba mít na paměti při propagaci TRME

Co dělat: sdílejte jen vhodná tvrzení a osobní motivační příběhy, jež jsou v souladu se schválenými přínosy uvedenými na informačních stránkách produktu (PIP) pro váš trh

Co dělat: poskytněte realistické informace o přínosech, které mohou zákazníci získat

Co dělat: mějte na paměti, že nesete odpovědnost za tvrzení, která činíte

Co dělat: hovořte o tom, nakolik produkty milujete, pokud jste je sami vyzkoušeli

Co dělat: ověřte, zda používáte vhodná právní omezení uvedená na PIP, pokud je lze využít

Co nedělat: neuvádějte žádná konkrétní čísla kg nebo procentuální ztráty tělesné hmotnosti ani údaj o menší velikosti oblečení

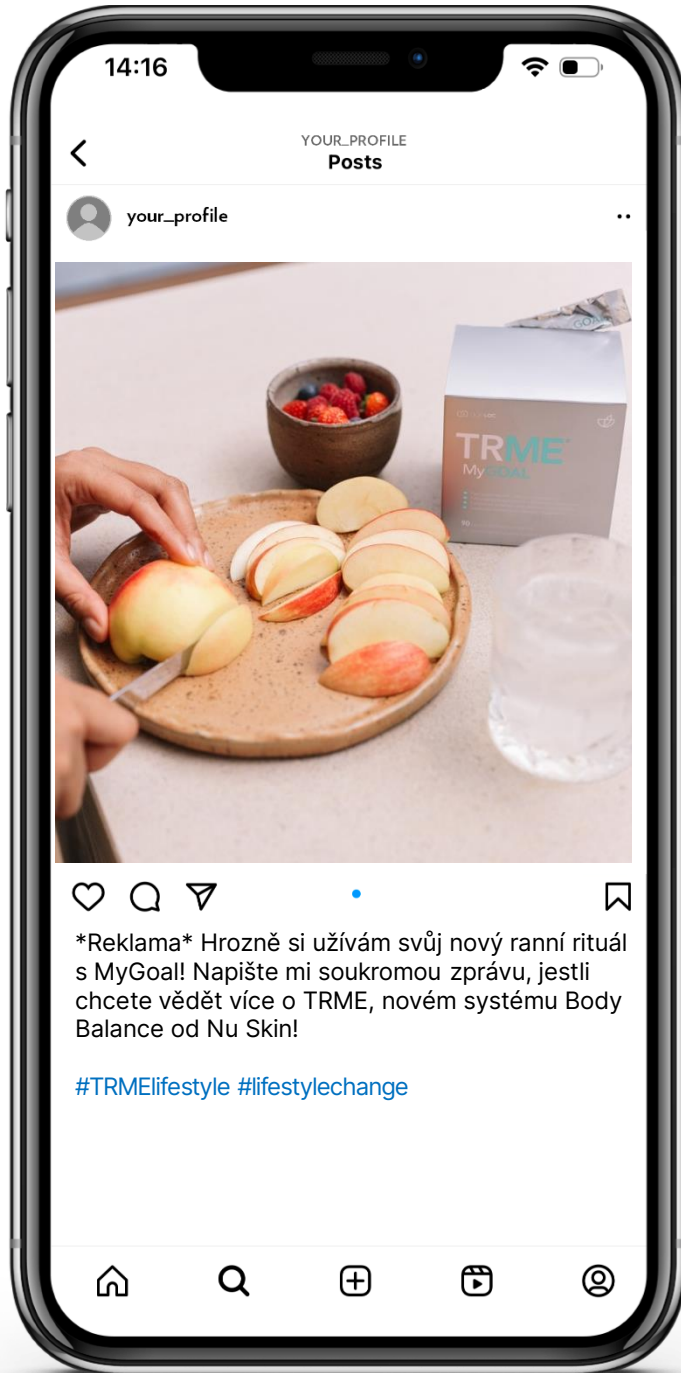
Co nedělat: neuvádějte tvrzení, která jsou pobuřující, extrémní (např. nezdravá vyhublost) nebo „příliš dobrá na to, aby byla pravdivá“, protože tak ve své podstatě nebudou odrážet skutečnou zkušenost běžného spotřebitele

Co nedělat: neuvádějte tvrzení, že produkty ageLOC TRME vyléčí, uzdraví nebo budou prevencí jakékoli nemoci nebo zdravotního stavu nebo že produkt vyléčil Vaše vlastní onemocnění

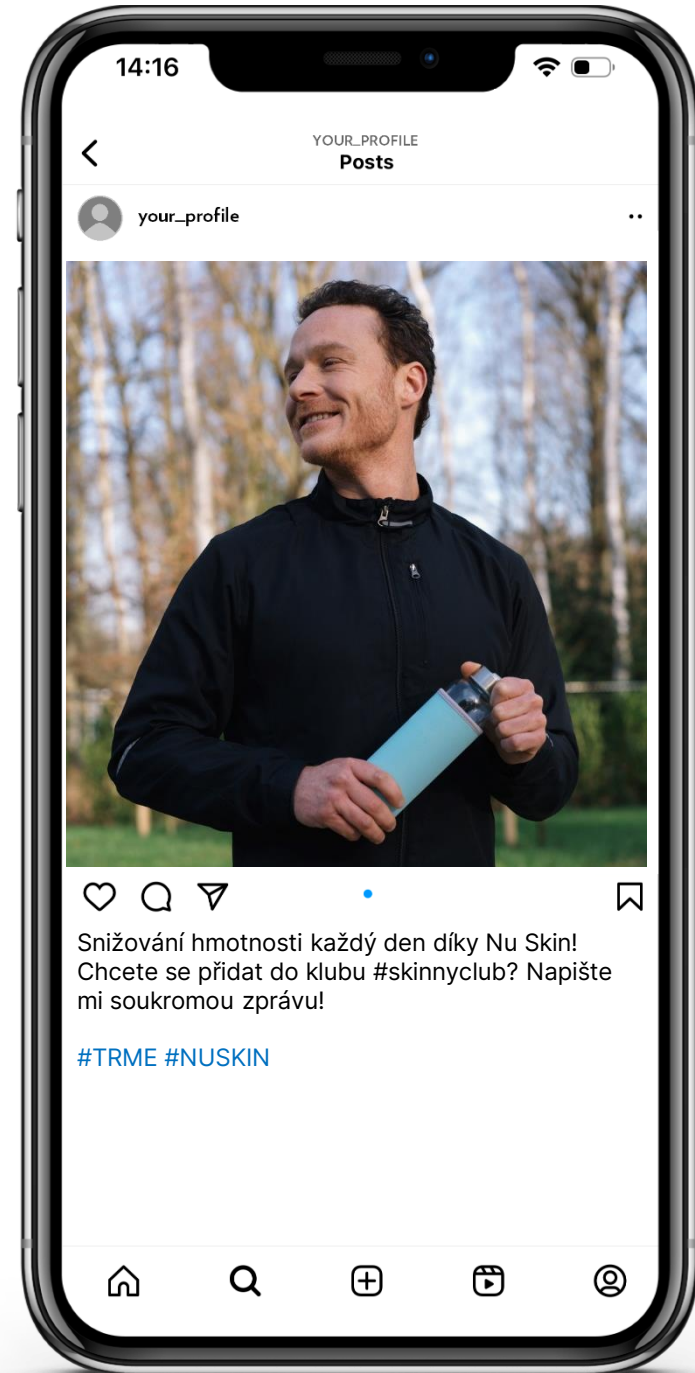
Co nedělat: neuvádějte žádná výslovná ani údajná tvrzení, že produkty ageLOC TRME mají vliv na imunitu nebo přinášejí další zdravotní výhody

Co nedělat: nepředpokládejte, že to, co říkáte, je přípustné, protože ostatní to tvrdí také

Příspěvky na sociální sítě



Příspěvky na sociální sítě



TRME Fotografie před a po

Kromě výše uvedených obecných pokynů, které platí vždy, mějte na paměti, že existují velmi specifické požadavky na tvorbu fotografií, které zobrazují vaše celkové výsledky. Začněme tím, že fotografie před a po mohou být spojeny pouze se zdravějším životním stylem, a pokud chcete uvést odkaz na TRME, musíte používat MyGoal a/nebo M-bars.

Co dělat: připojte své výsledky k rozhodnutí pro zdravější životní styl (změna stravy, cvičení), u kterého produkty TRME přinesly určitou podporu

Co dělat: mezi snímky musí být odstup minimálně 4 týdny

Co dělat: použijte následující hashtagy: #TRMEprogram, #TRMElifestyle, #bodybalance, #lifestylechange

Co dělat: vždy jednoznačně uvádějte, že „výsledky se mohou u jednotlivých osob lišit“

Co dělat: vždy zveřejňujte samostatné snímky výsledků (např. přetažením)

Co dělat: dodržujte [Pokyny pro fotografie před a po](#)

Co nedělat: neuvádějte žádná konkrétní čísla kg nebo procentuální ztráty tělesné hmotnosti ani údaj o menší velikosti oblečení

Co nedělat: nepoužívejte hashtagy obsahující:

- názvy jednotlivých produktů
- jakékoli odkazy na úbytek hmotnosti
- jakákoli neschválená tvrzení o výrobcích

Co nedělat: nečiňte tvrzení o detoxifikaci spojená s fotografiemi před a po

Co nedělat: neupravujte snímky před a po do jednoho snímku (koláž)

Co nedělat: nepropagujte používání u dětí nebo jakékoli osoby mladší 18 let

NEVHODNÉ Fotografie před a po



VHODNÉ Fotografie před a po



VHODNÉ Fotografie před a po

