

ageLOC®

# TRME

## RICHTLIJNEN

ageLOC TRME is NU VERKRIJGBAAR! Als je je enthousiasme deelt via sociale media of op andere wijze, zorg er dan voor dat alle content in lijn is met door het bedrijf goedgekeurde eigenschappen en volg de beginselen zoals uiteengezet in deze richtlijnen.

 NU SKIN®

Raadpleeg de verklarende woordenlijst voor handelsmerken op [www.nuskin.com](http://www.nuskin.com) voor een overzicht van alle geregistreerde handelsmerken in de Europese en Zuid-Afrikaanse markten van Nu Skin.



# TRME Wat WEL en NIET te doen

## Algemene regels die je bij het promoten van TRME niet mag vergeten

**DOEN:** alleen toepasselijke claims en persoonlijke getuigenissen delen die overeenkomen met de erkende voordelen die op de productinformatiepagina's (PIP) worden vermeld voor jouw markt

**DOEN:** een realistisch beeld schetsen van de voordelen die gebruikers mogelijk ervaren

**DOEN:** altijd bedenken dat jij verantwoordelijk bent voor de claims die je uit

**DOEN:** vertellen hoe enthousiast je bent over een product, als je het zelf hebt gebruikt

**DOEN:** ervoor zorgen dat je de juiste disclaimers uit de PIP gebruikt, indien van toepassing

**NIET DOEN:** verwijzen naar een specifieke hoeveelheid, aantal kg of percentage gewichtsverlies, of een kleinere kledingmaat

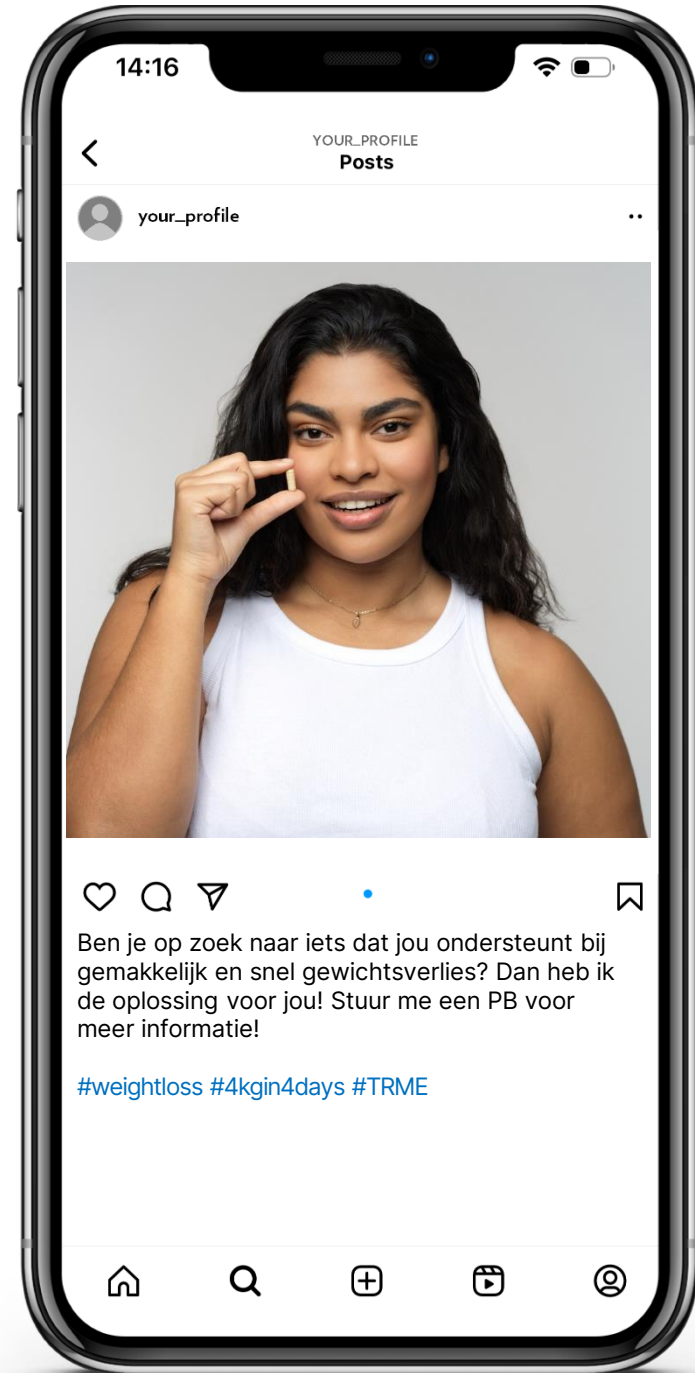
**NIET DOEN:** resultaten vermelden die buitensporig, extreem (bijv. ongezond mager) of 'te mooi om waar te zijn' zijn, omdat die niet te onderbouwen zijn of een typische gebruikerservaring weergeven

**NIET DOEN:** beweren dat ageLOC TRME-producten geschikt zijn om een ziekte of aandoening te behandelen of genezen of dat de producten jouw klachten hebben verholpen

**NIET DOEN:** expliciet of impliciet beweren dat ageLOC TRME-producten goed zijn voor het immuunsysteem of andere gezondheidsvoordelen bieden

**NIET DOEN:** ervan uitgaan dat dat wat jij zegt aanvaardbaar is, omdat anderen hetzelfde beweren

# Posts op social media



# Posts op social media



# TRME Voor- en na-foto's

Neem in aanmerking dat naast bovenstaande algemene aanwijzingen, die altijd van toepassing zijn, zeer specifieke vereisten gelden ten aanzien van foto's die je maakt om het eindresultaat te laten zien. Allereerst mogen voor- en na-foto's alleen in verband worden gebracht met de overstap naar een gezondere levensstijl en als je ook wilt verwijzen naar TRME, dan moet je MyGoal en/of M-bars zelf hebben gebruikt

**DOEN:** je resultaten in verband brengen met de overstap naar een gezondere levensstijl (ander eetpatroon, meer lichaamsbeweging), waarbij de TRME-producten je hebben ondersteund

**DOEN:** ervoor zorgen dat er minimaal 4 weken verstreken zijn tussen verschillende foto's

**DOEN:** de volgende hashtags gebruiken: #TRMEprogram, #TRMElifestyle, #bodybalance, #lifestylechange

**DOEN:** altijd duidelijk maken dat 'de resultaten per persoon kunnen verschillen'

**DOEN:** altijd afzonderlijke foto's van de resultaten plaatsen (bijv. swipen)

**DOEN:** de [richtlijnen voor voor- en na-foto's](#) opvolgen

**NIET DOEN:** verwijzen naar een specifieke hoeveelheid, aantal kg of percentage gewichtsverlies, of een kleinere kledingmaat

**NIET DOEN:** hashtags gebruiken met:

- afzonderlijke productnamen
- enige verwijzing naar gewichtsverlies
- niet-goedgekeurde producteigenschappen van welke aard dan ook

**NIET DOEN:** op basis van voor- en na-foto's ontgiftende eigenschappen toedichten

**NIET DOEN:** voor- en na-foto's samenvoegen in een enkele afbeelding (collage)

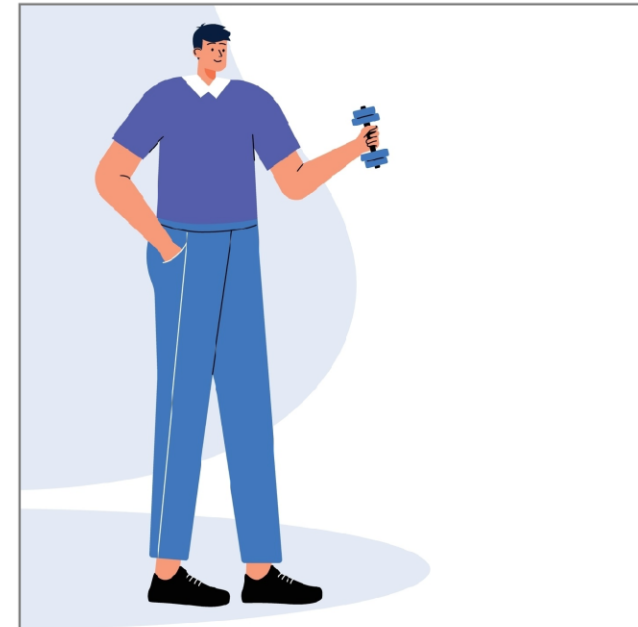
**NIET DOEN:** het gebruik door kinderen of elke persoon jonger dan 18 jaar promoten

# ONGEPASTE voor- en na-foto's

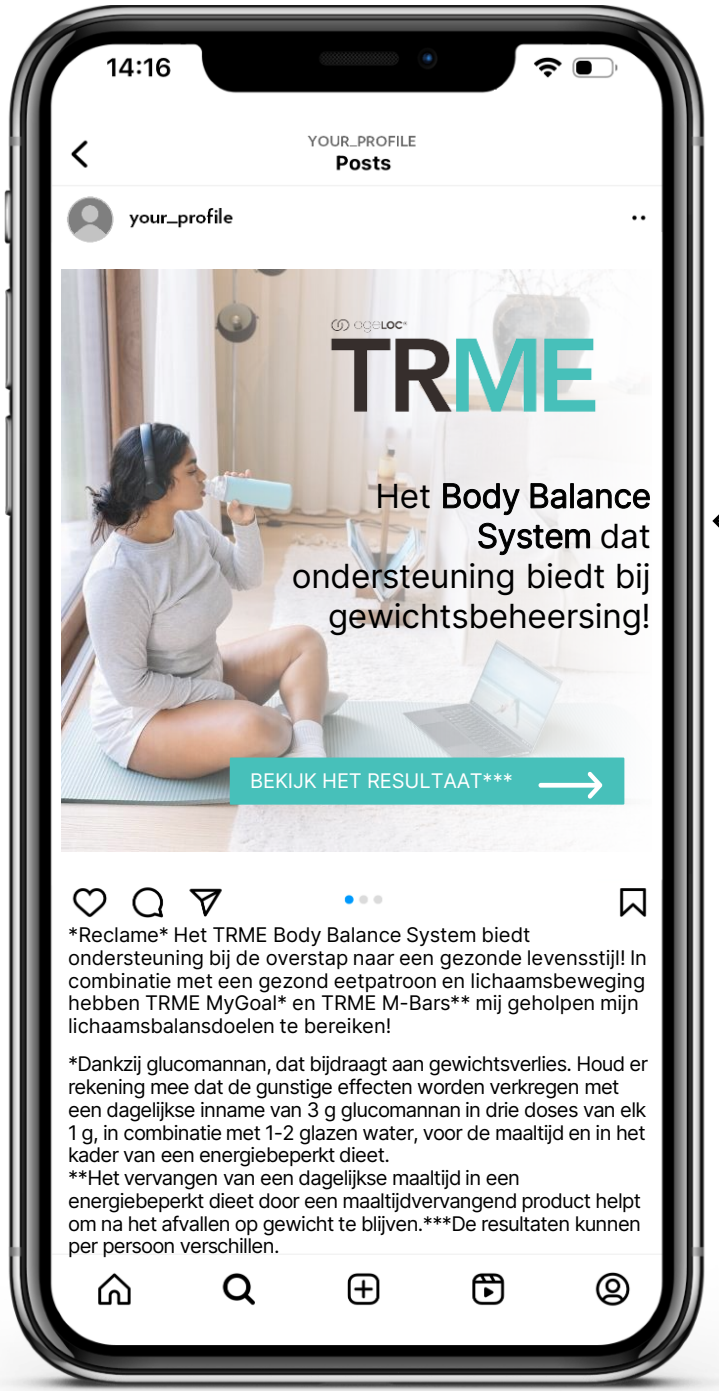




# GEPASTE voor- en na-foto's



# GEPASTE voor- en na-foto's



Hier is het **begin** van mijn reis met TRME Body Balance System :



UITGANGSSITUATIE

De **resultaten** na het gebruik van het TRME Body Balance System:



WEEK 4

\*\*\*De resultaten kunnen per persoon verschillen

