

ageLOC®

TRME

WYTYCZNE

Linia ageLOC TRME jest JUŻ DOSTĘPNA! Kiedy dzielisz się swoją radością w mediach społecznościowych i nie tylko, dopilnuj, aby wszystkie treści były zgodne z oświadczeniami zatwierdzonymi przez firmę oraz zasadami określonymi w niniejszych wytycznych.

NU SKIN®

Lista wszystkich zarejestrowanych znaków towarowych na rynkach Nu Skin w Europie i RPA jest podana w glosariuszu znaków towarowych na stronie www.nuskin.com.



TRME Co jest wskazane, a czego unikać

Ogólne zasady dotyczące promowania linii TRME

NALEŻY: udostępniać tylko odpowiednie oświadczenia i osobiste relacje, które są zgodne z zatwierdzonymi korzyściami znajdującymi się na stronie informacji o produkcie (PIP) dla Twojego rynku.

NALEŻY: realistycznie przedstawiać korzyści, jakie mogą uzyskać klienci.

NALEŻY: pamiętać, że ponosisz odpowiedzialność za zamieszczane oświadczenia.

NALEŻY: zachwalać produkty, tylko jeśli udało Ci się wypróbować je osobiście.

NALEŻY: zamieszczać odpowiednie oświadczenia, które znajdują się na stronach PIP, w stosownych przypadkach.

NIE NALEŻY: określać konkretnej liczby kilogramów lub wartości procentowej masy ciała, którą udało Ci się zredukować. Nie podawaj, ile rozmiarów mniejsze ubrania nosisz.

NIE NALEŻY: składać oświadczeń dotyczących rezultatów, które są szokujące, ekstremalne (zbyt szczupła, niezdrowo wyglądająca sylwetka) lub „zbyt dobre, by być prawdą”, ponieważ mogą być niemożliwe do udowodnienia lub mogą nie odzwierciedlać doświadczeń typowego klienta.

NIE NALEŻY: twierdzić, że produkty ageLOC TRME wyleczą, uzdrowią lub zapobiegą jakiegokolwiek chorobie lub dolegliwości ani że produkty doprowadziły do wyleczenia własnej dolegliwości.

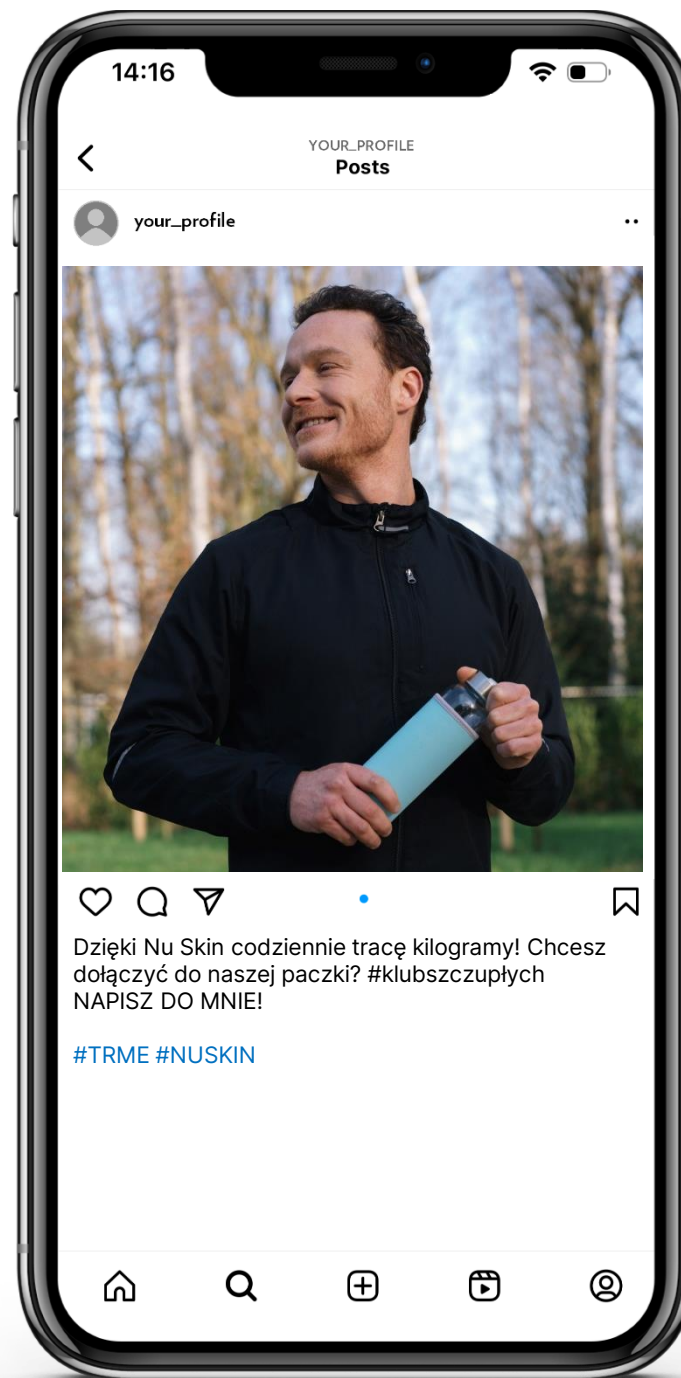
NIE NALEŻY: otwarcie twierdzić lub sugerować, że produkty ageLOC TRME wspomagają działanie układu odpornościowego lub są źródłem innych korzyści zdrowotnych.

NIE NALEŻY: zakładać, że pewne stwierdzenia są akceptowalne, ponieważ inni również ich używają.

Wpisy w mediach społecznościowych



Wpisy w mediach społecznościowych



TRME Zdjęcia „przed” i „po”

Oprócz powyższych wytycznych ogólnych, do których zawsze należy się stosować, obowiązują konkretne wymagania dotyczące tworzenia zdjęć przedstawiających uzyskane rezultaty. Przed wszystkim zdjęcia „przed” i „po” mogą nawiązywać tylko do prowadzenia zdrowszego stylu życia. Jeśli chcesz wspomnieć o linii TRME, musisz nawiązać do produktów MyGoal i/lub M-Bar.

NALEŻY: powiązać swoje rezultaty z prowadzeniem zdrowszego stylu życia (zmiana diety, ćwiczenia), w trakcie którego produkty TRME były jedynie wsparciem.

NALEŻY: upewnić się, że odstęp między poszczególnymi zdjęciami wynosi co najmniej cztery tygodnie.

NALEŻY: używać następujących hashtagów: #programTRME, #stylżyciaTRME, #bodybalance, #zmianastyluzycia.

NALEŻY: zawsze podkreślać „że indywidualne rezultaty mogą się różnić”.

NALEŻY: wstawić osobne zdjęcie przedstawiające rezultaty (np. takie, które można wyświetlić, przesuwając w bok).

NALEŻY: przestrzegać [wytycznych dotyczących zdjęć „przed” i „po”](#).

NIE NALEŻY: określać konkretnej liczby kilogramów lub wartości procentowej masy ciała, którą udało Ci się zredukować. Nie podawaj, ile rozmiarów mniejsze ubrania nosisz.

NIE NALEŻY: używać hashtagów zawierających:

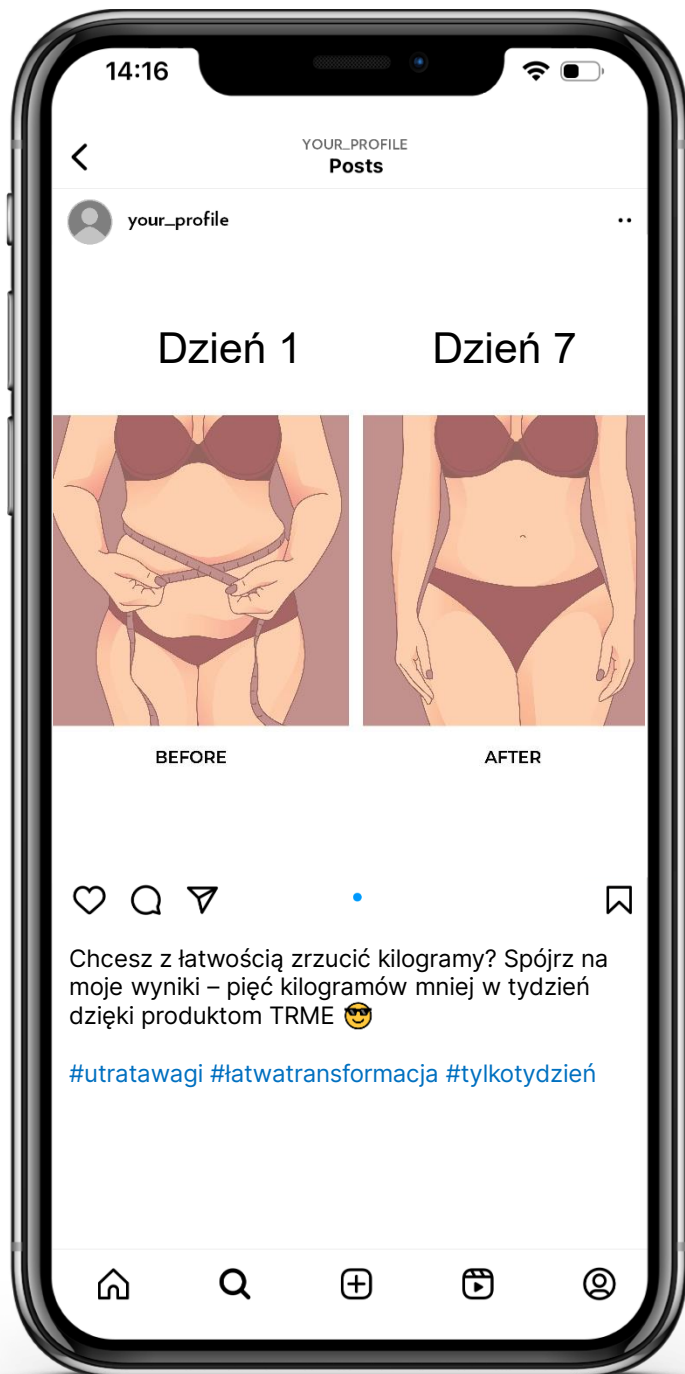
- nazwy poszczególnych produktów,
- nawiązania do utraty masy ciała,
- niezatwierdzone oświadczenia dotyczące produktów.

NIE NALEŻY: zamieszczać oświadczeń o detoksykacji powiązanych ze zdjęciami „przed” i „po”.

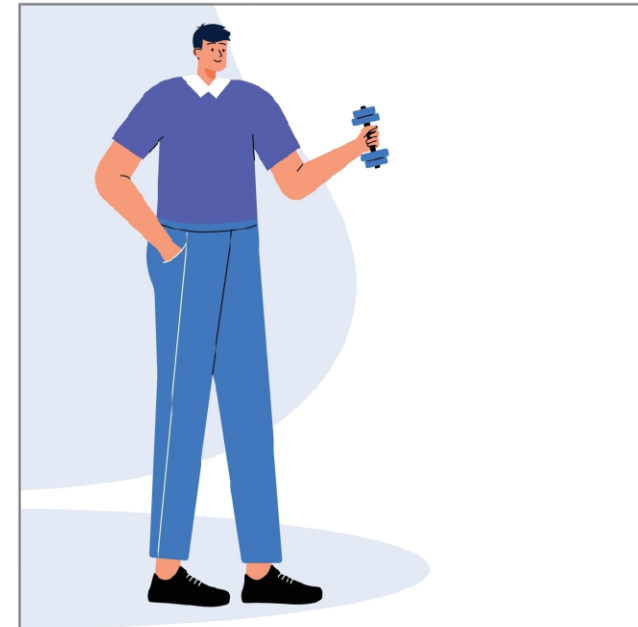
NIE NALEŻY: zamieszczać wyników „przed” i „po” na jednym zdjęciu (kolaż).

NIE NALEŻY: promować stosowania u dzieci i młodzieży poniżej 18. roku życia.

NIEODPOWIEDNIE zdjęcia „przed” i „po”



ODPOWIEDNIE zdjęcia „przed” i „po”



ODPOWIEDNIE zdjęcia „przed” i „po”

