

ageLOC®

TRME

DIRETRIZES



ageLOC TRME JÁ está DISPONÍVEL! Ao partilhar o seu entusiasmo através das redes sociais ou de outro modo, certifique-se de que todo o conteúdo é consistente com as alegações aprovadas pela empresa e que segue os princípios descritos nestas diretrizes.

 NU SKIN®

Consulte o glossário de marcas registadas em www.nuskin.com para ver a lista de todas as marcas registadas nos mercados da Nu Skin da Europa e da África do Sul.

TRME O que FAZER e NÃO FAZER

Normas gerais a ter em conta na promoção da TRME

FAZER: partilhar apenas alegações apropriadas e testemunhos pessoais que sejam consistentes com os benefícios aprovados que se encontram nas Páginas de Informações do Produto (PIP) para o seu mercado

FAZER: dar uma imagem realista dos benefícios que os consumidores podem experimentar

FAZER: lembrar-se de que é responsável pelas alegações que faz

FAZER: falar sobre o quanto gosta dos produtos, se já os utilizou

FAZER: certificar-se de que está a utilizar as isenções de responsabilidade apropriadas encontradas no PIP, quando aplicável

NÃO FAZER: referência a qualquer número específico de kg ou percentagem de peso corporal perdido, ou a uma diminuição do tamanho do vestuário

NÃO FAZER: reivindicar resultados ultrajantes, extremos (por exemplo: magreza não saudável) ou "é demasiado bom para ser verdade", uma vez que não podem ser comprovados ou refletir a experiência de um consumidor típico

NÃO FAZER: alegar que os produtos ageLOC TRME tratam, curam ou previnem qualquer doença ou condição de saúde ou que os produtos curam a sua própria doença

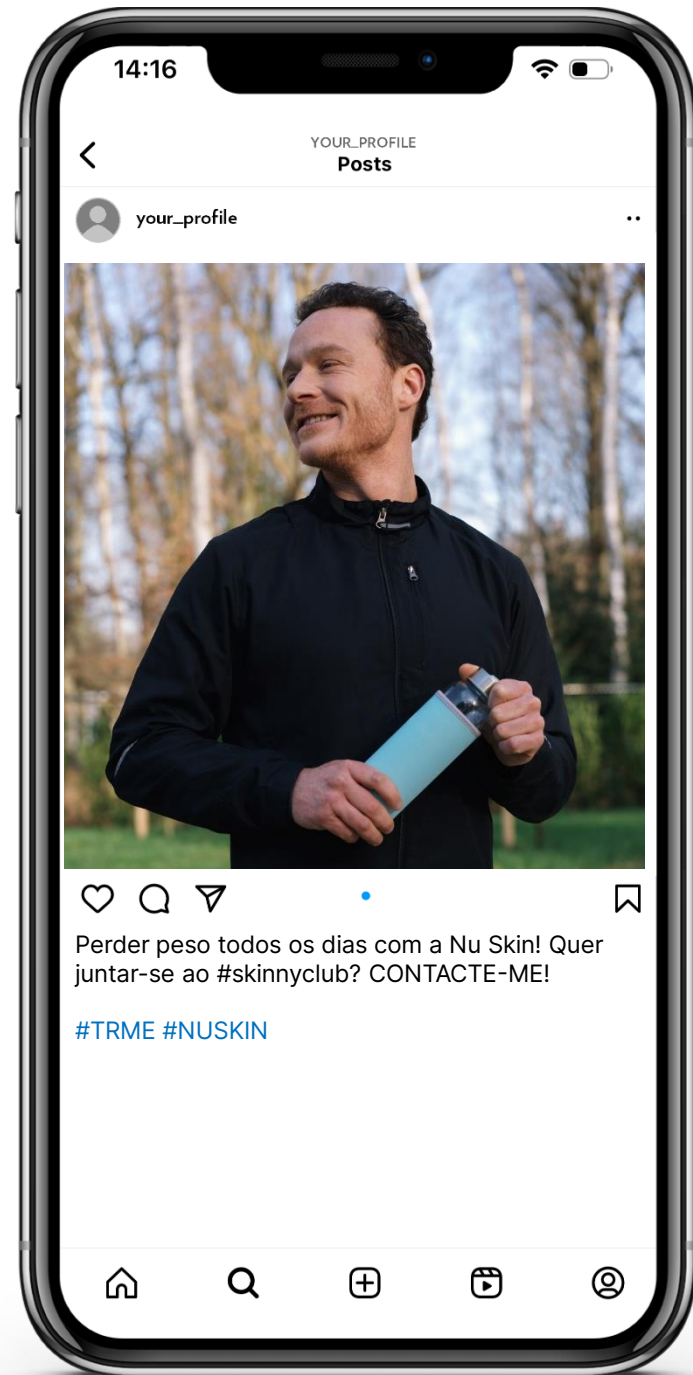
NÃO FAZER: fazer quaisquer alegações explícitas ou implícitas de que os produtos ageLOC TRME têm impacto na saúde imunitária ou proporcionam benefícios adicionais para a saúde

NÃO FAZER: assumir que o que está a dizer é aceitável porque outros fazem a mesma afirmação

Publicações nas redes sociais



Publicações nas redes sociais



TRME Fotografias do antes e depois

Além das instruções gerais acima que se aplicam sempre, observe que há requisitos muito específicos para criar fotografias para mostrar seus resultados gerais. Para começar, as fotografias do antes e depois só podem ser associadas à adoção de um estilo de vida mais saudável e se quiser incluir uma referência ao TRME precisará ter utilizado MyGoal e/ou M-bars

FAZER: associar os seus resultados à adoção de um estilo de vida mais saudável (mudança de dieta, hábitos de exercício) onde os produtos TRME forneceram algum apoio

FAZER: certificar-se de que há um intervalo mínimo de quatro semanas entre as fotografias

FAZER: utilizar as seguintes hashtags:
#TRMEprogram, #TRMElifestyle, #bodybalance, #lifestylechange

FAZER: deixar sempre claro que “os resultados individuais podem variar”

FAZER: publicar sempre imagens separadas dos resultados (por exemplo, deslizar)

FAZER: seguir as [diretrizes para as fotografias do antes e depois](#)

NÃO FAZER: referência a qualquer número específico de kg ou porcentagem de peso corporal perdido, ou a uma diminuição do tamanho do vestuário

NÃO FAZER: utilizar hashtags com:

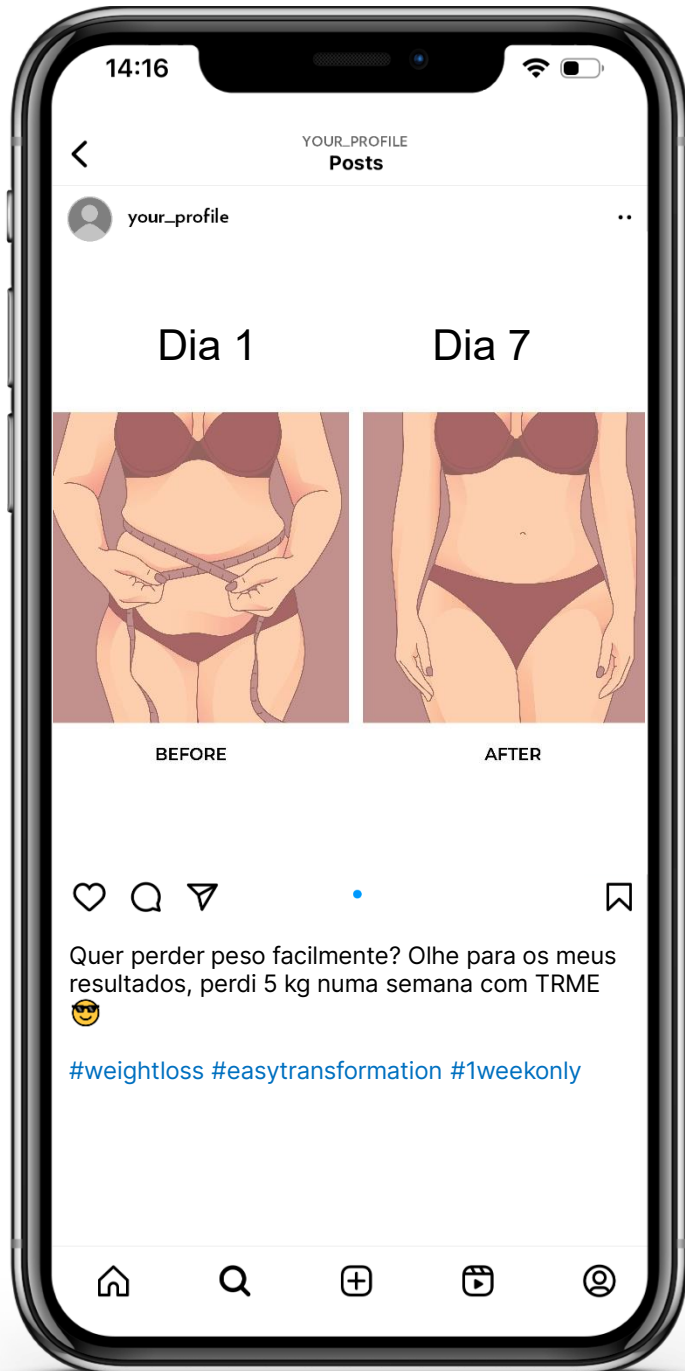
- nomes de produtos individuais
- qualquer referência à perda de peso
- quaisquer alegações não aprovadas sobre o produto

NÃO FAZER: fazer alegações de desintoxicação associadas a fotografias de antes e depois

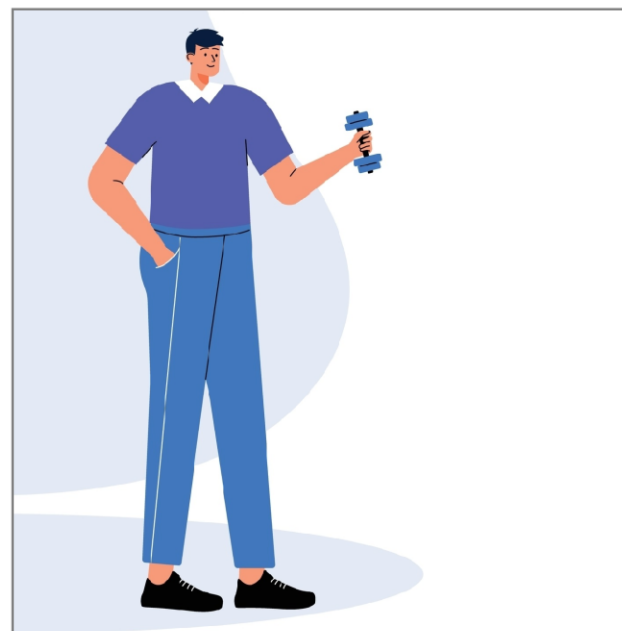
NÃO FAZER: editar o antes e o depois numa única fotografia (colagem)

NÃO FAZER: promover a utilização em crianças ou pessoas com menos de 18 anos

Fotografias INAPROPRIADAS do antes e depois



Fotografias APROPRIADAS do antes e depois



Fotografias APROPRIADAS do antes e depois

