

ageLOC®

TRME

RIKTLINJER



ageLOC TRME finns NU TILLGÄNGLIGT! När du delar spännande nyheter via sociala medier och liknande kanaler måste du säkerställa att allt innehåll följer anspråk som har godkänts av företaget samt principerna som beskrivs i dessa riktlinjer.

 NU SKIN®

Se varumärkesordlistan på www.nuskin.com för en lista över alla registrerade varumärken inom Nu Skins europeiska och sydafrikanska marknader.

TRME OKEJ och INTE OKEJ

Allmänna standarder att ha i åtanke när TRME marknadsförs

OKEJ: Dela endast lämpliga anspråk och personliga rekommendationer som följer de godkända fördelarna som finns i produktinformationsbladen (PIP) för din marknad.

OKEJ: Tillhandahålla en realistisk skildring av de fördelar som konsumenter kan komma att uppleva.

OKEJ: Kom ihåg att du är ansvarig för alla påståenden du gör.

OKEJ: Prata om hur mycket du älskar produkterna i det fall du har använt dem.

OKEJ: Se till du använder de lämpliga ansvarsfriskrivningarna som finns i PIP-dokumentet när det är nödvändigt.

INTE OKEJ: Att nämna ett specifikt antal kilon, en procentandel av kroppsmassan eller ett visst antal klädstorlekar som man kan gå ner.

INTE OKEJ: Att hävda resultat som är överdrivna, extrema (t.ex. ohälsosamt smal) eller "för bra för att vara sanna" eftersom de varken är bevisbara eller reflekterar en typisk konsuments upplevelse.

INTE OKEJ: Att hävda att ageLOC TRME-produkter kan behandla, bota eller förebygga sjukdomar eller medicinska tillstånd eller att produkterna botade dig från dina krämpor.

INTE OKEJ: Att göra explicita eller underförstådda påståenden om att ageLOC TRME-produkter har en positiv inverkan på immunförsvaret eller ger andra hälsofördelar.

INTE OKEJ: Att ta för givet att vad du säger är acceptabelt eftersom andra har gjort samma påståenden.

Material för sociala medier



Material för sociala medier



TRME Före- och efterbilder

Förutom de tidigare nämnda allmänna anvisningarna som alltid gäller bör du även känna till att det finns mycket specifika krav gällande foton som visar dina övergripande resultat. Till att börja med får före- och efterbilder endast användas i kontexten av att en hälsosammare livsstil har valts och om du vill inkludera en referens till TRME måste du ha använt MyGoal och/eller M-bars.

OKEJ: Koppla dina resultat från en hälsosammare livsstil (ändrad diet, träningsrutiner) där TRME-produkter har bidragit med visst stöd.

OKEJ: Se till att det åtminstone har gått fyra veckor mellan bilderna.

OKEJ: Använda följande hashtaggar:
#TRMEprogram, #TRMElivsstil,
#bodybalance, #livsstilsändring

OKEJ: Gör det alltid tydligt att "Individuella resultat kan variera".

OKEJ: Publicera alltid olika bilder av resultaten (t.ex. svepa).

OKEJ: Följ [riktlinjerna för före- och efterbilder](#).

INTE OKEJ: Att nämna ett specifikt antal kilon, en procentandel av kroppsmassan eller ett visst antal klädstorlekar som man kan gå ner.

INTE OKEJ: Att använda hashtaggar med:

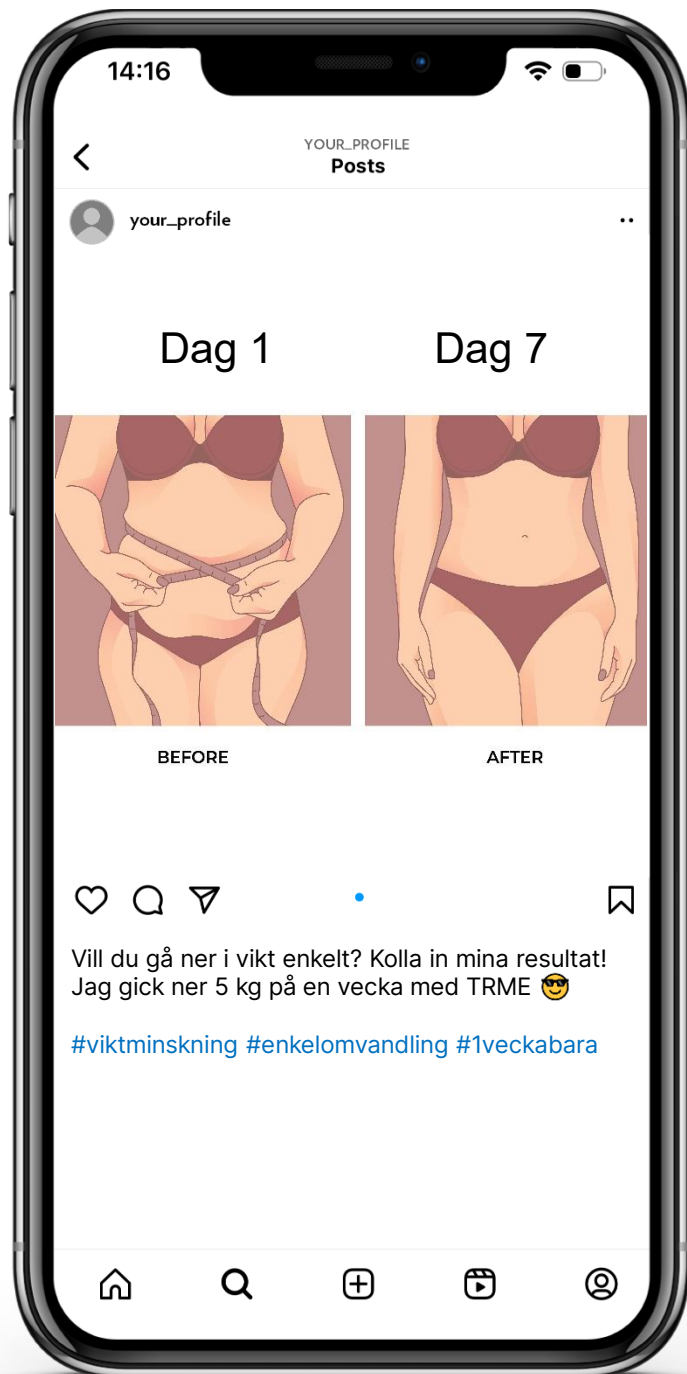
- individuella produktnamn
- referenser till viktminskning
- icke-godkända produktanspråk.

INTE OKEJ: Att göra detoxinganspråk i samband med före- och efterbilderna.

INTE OKEJ: Att redigera före- och efterbilderna till en och samma bild (collage).

INTE OKEJ: Att marknadsföra användning på barn eller personer under 18 år.

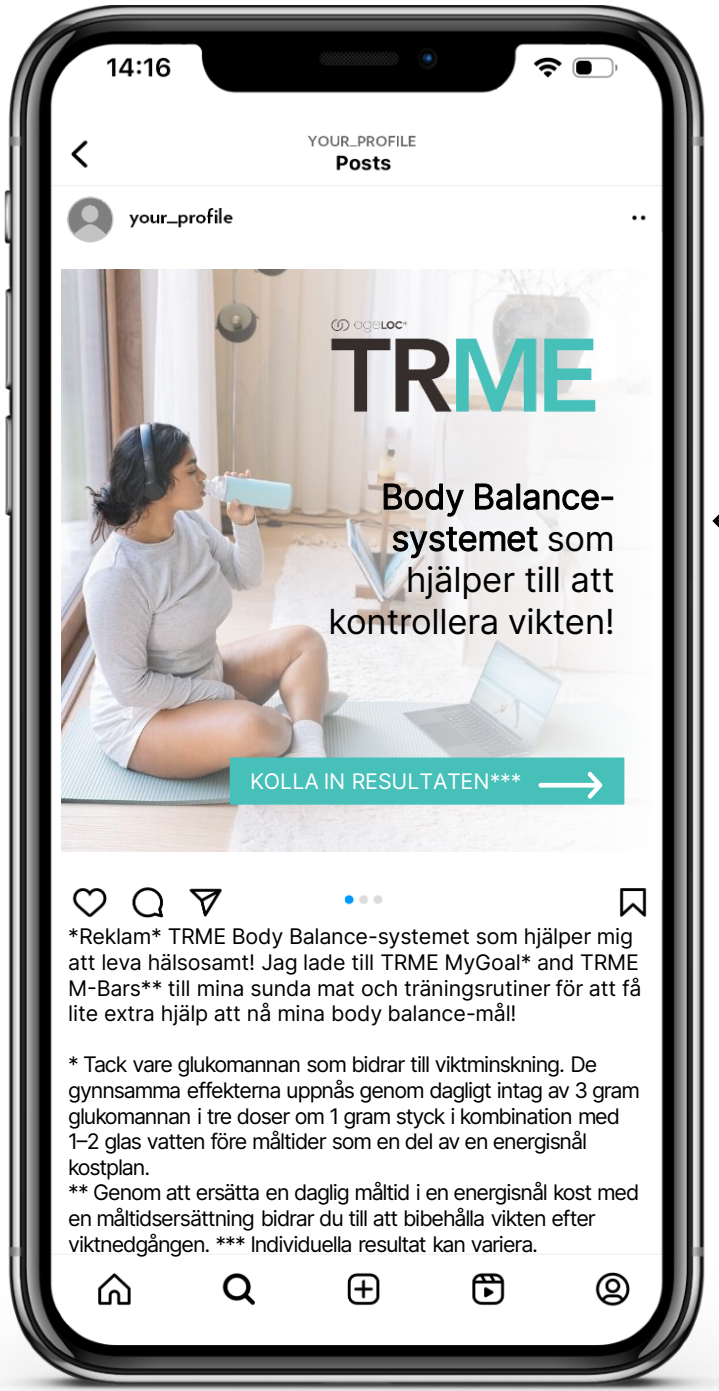
OLÄMPLIGA före- och efterbilder



LÄMPLIGA före- och efterbilder



LÄMPLIGA före- och efterbilder



Detta är **starten** på min resa med TRME Body Balance-systemet:



BASLINJE



Resultaten efter att ha använt TRME Body Balance-systemet:



VECKA 4

*** Individuella resultat kan variera.

