

Lineamientos para los Testimonios de Producto



INFORMACIÓN GENERAL

Los testimonios de alta calidad pueden tener un impacto positivo en clientes potenciales o en los líderes de venta.

Como distribuidor, tú representas a Nu Skin. Es imperativo que los testimonios sean reales y no engañosos, además de ser consistentes con los estándares de la marca y de la imagen de Nu Skin. Los testimonios deben expresar factores importantes que sean relevantes para que los consumidores tomen una decisión de compra.

PARA ASEGURARTE QUE TUS TESTIMONIOS CUMPLAN CON NUESTROS ESTÁNDARES DE MERCADEO GLOBAL, ANTES DE USARLOS POR FAVOR SIGUE LOS LINEAMIENTOS BÁSICOS INDICADOS EN EL PRESENTE DOCUMENTO, AL IGUAL QUE NUESTRAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS DETALLADOS. POR FAVOR USA ÚNICAMENTE LOS TESTIMONIOS QUE CUMPLAN CON ESTOS LINEAMIENTOS.

CONTENIDO

1

PRINCIPIOS CLAVE
DEL MENSAJE

2

ESTÁNDAR LEGAL
PARA MERCADEO

3

TESTIMONIOS DE
PRODUCTO POR ESCRITO

4

FOTOS DEL ANTES
& DESPUÉS

5

TESTIMONIOS
EN VIDEO

6

RESUMEN DE LOS
LINEAMIENTOS

Principios Clave del Mensaje de Nu Skin

LA AUDIENCIA DE HOY PUEDE SER ESCÉPTICA RESPECTO A LAS DECLARACIONES DE PRODUCTO, DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO, DE LA INDUSTRIA DE LA VENTA DIRECTA EN GENERAL Y DE SU CAPACIDAD DE PROGRESAR EN ESTE MODELO DE NEGOCIOS.

MANTÉN EN MENTE SU PERSPECTIVA AL COMUNICARTE CON ELLOS.

YA QUE A MENUDO SE CREE QUE LOS MENSAJES SON...

SIEMPRE CUIDA

“Demasiado buenos para ser verdad”

MANTENER LO AUTÉNTICO

sé directo y no exageres



“Muy poca información”

RESPALDAR LA INFORMACIÓN

brinda aspectos específicos que satisfagan las preocupaciones



“Demasiado en tan poco tiempo”

FACILITAR

Satisface a tu audiencia tal y como lo está ahora.



Estándar Legal Global de Nu Skin

ESTAMOS COMPROMETIDOS CON LOS MÁS ALTOS ESTÁNDARES DE ÉTICA Y DE COMPORTAMIENTOS HONESTOS, INCLUYENDO LAS DECLARACIONES QUE HACEMOS RESPECTO A NUESTROS PRODUCTOS Y A LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO.

ES CRUCIAL USAR ÚNICAMENTE LAS DECLARACIONES APROBADAS PARA MANTENER NUESTRA REPUTACIÓN Y PROMOVER UN NEGOCIO SALUDABLE Y CRECIENTE.

1 SÉ HONESTO

Las declaraciones deben ser confiables y no confusas.

2 SIGUE LAS DECLARACIONES DE PRODUCTOS DE LA COMPAÑÍA

Todas las declaraciones deben ser consistentes con la Página de Información de Producto vigente de Nu Skin, con los lineamientos de mercadeo y de capacitación que regulen el producto.

3 LA VERDAD NO SIEMPRE ES SUFICIENTE ¿QUÉ PASA SI ES REAL PERO NO SON NORMALES O APROBADAS POR LA COMPAÑÍA?

No se permite un testimonio personal, experiencia de producto o declaración, incluso si es real, si es incompatible con los materiales de mercadeo vigente de Nu Skin.*

4 *¿POR QUÉ?

Todos nuestros productos tienen beneficios corroborados clínicamente y requisitos legales que rigen todas las declaraciones admisibles. Estas regulaciones limitan las declaraciones a sólo aquellas que son consistentes con nuestra comprobación y que la mayoría de los consumidores podrán experimentar.



Testimonios de Producto por Escrito

LOS TESTIMONIOS DE PRODUCTO NO DEBEN AFIRMAR QUE EL PRODUCTO TRATARÁ, CURARÁ O EVITARÁ ALGUNA ENFERMEDAD O CONDICIÓN MÉDICA*, LOS TESTIMONIOS DE PRODUCTO DEBEN ENFOCARSE EN LOS BENEFICIOS DEL PRODUCTO, LAS DECLARACIONES APROBADAS Y LOS RESULTADOS NORMALES, SIEMPRE QUE SIGAN ESTOS LINEAMIENTOS:

*¿POR QUÉ?

NU SKIN LLEVA A CABO INVESTIGACIONES CLÍNICAS CIENTÍFICAS PARA CORROBORAR NUESTROS PRODUCTOS. EN UN INDUSTRIA REGULADA, ES IMPORTANTE SÓLO HACER DECLARACIONES QUE SEAN LEGALES Y QUE PODAMOS PROBAR.

1 Debe contener el nombre del producto

2 Sólo puede contener declaraciones aprobadas del producto

3 Debe incluir tu nombre y mercado

4 Debe indicar que eres un distribuidor

TESTIMONIOS DE PRODUCTO APROBADOS QUE SON CIERTOS Y CONSISTENTES CON LAS DECLARACIONES CORPORATIVAS



ageLOC Youth da soporte a las articulaciones sanas y promueve la fluidez de las articulaciones sanas. Sólo una de las muchas formas en que ageLOC Youth ayuda a vivir joven.

TESTIMONIOS DE PRODUCTO QUE PUEDEN SER CIERTOS, PERO NO SON CONSISTENTES CON LAS DECLARACIONES CORPORATIVAS

DISTRIBUIDOR. Es lo más maravilloso de la vida. Durante 20 años tuve dolor de espalda. Después de usar R2 durante 4-5 meses, desapareció ¡Para mí, fue un milagro... duermo mejor, me levanto rejuvenecido, listo para salir! Incluso empecé a entrenar para mis primeros 5K, algo que el médico dijo que podría olvidar ¡Nunca digas nunca! ¡Gracias a Pharmanex por este producto increíble! ¡Desearía que Facebook tuviera el botón LO AMO!

Fotos del Antes & Después

LAS FOTOS DEL ANTES Y DESPUÉS SON HERRAMIENTAS PODEROSAS QUE MUESTRAN EL IMPACTO POSITIVO QUE LOS PRODUCTOS NU SKIN PUEDEN TENER EN UN CONSUMIDOR PROMEDIO. SIN EMBARGO, SE CONSIDERAN “DECLARACIONES DEL DESEMPEÑO DEL PRODUCTO” Y, POR LO TANTO, NECESITAN SEGUIR ESTOS LINEAMIENTOS:

1 En las fotos del antes y después, se debe ser consistente en los siguientes aspectos:

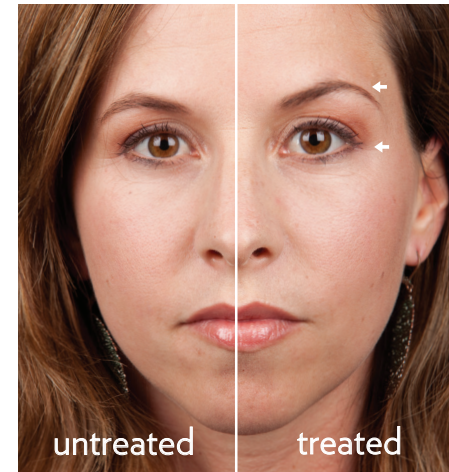
- Luz
- Ropa
- Fondo
- Maquillaje (debe ser ligero, si lo hay)
- Claridad y resolución

Posición corporal, pose, ángulo del rostro y expresión facial

2 Las fotos deben representar de manera exacta los beneficios que puede lograr un consumidor promedio que usa el producto.

3 Las fotos deben respaldar únicamente las declaraciones de producto legalmente aprobadas. (Estas declaraciones pueden encontrarse en la Página de Información de Producto.)

TESTIMONIO CON DECLARACIÓN APROBADA



sin tratamiento con tratamiento

TESTIMONIO NO ADECUADO DE DECLARACIÓN MÉDICA



Fotos del Antes & Después

4 Las fotos deben acompañarse por un título que indique qué productos usaste, por cuánto tiempo y qué tan a menudo aplicas los productos, tu nombre (está bien sólo tu primer nombre e inicial de tu apellido) y tu mercado. Debes indicar que eres un distribuidor Nu Skin si deseas promocionar los productos Nu Skin.

5 En las fotos que muestren resultados de productos para la pérdida de peso o cualquier resultado de Spa, debes ser un buen ejemplo de la marca, de la imagen y de los altos estándares de Nu Skin. Debes vestirse razonable y adecuadamente para el tipo de producto que estás mostrando.

Las mujeres deben usar trajes de baño o ropa deportiva de buen gusto.

Los hombres deben usar ropa deportiva o short de baño.

Las fotos excesivamente sugerentes o que muestren demasiada piel no cumplen con los estándares de Mercadeo Global.

6 Para todas las fotos del antes y después, incluyendo demostraciones de medio rostro y tomas corporales donde sólo se trató un lado, es útil incluir flechas que indiquen las áreas mejoradas.

7 Tus fotos deben ser originales y no deberán ser retocadas o modificadas.

8 Obtén permisos de derechos de autor antes de usar cualquier foto que no sea de tu propiedad y no uses fotos de celebridades o marcas registradas de otras compañías sin permiso.

DECLARACIÓN DE PRODUCTO EXAGERADA O “DEMASIADO BUENO PARA SER CIERTO”



DECLARACIÓN DE PRODUCTO NO ADECUADA DEBIDO A UNA LUZ, ÁNGULO DE CÁMARA O RESOLUCIÓN INCORRECTOS



Testimonios en Video

LOS TESTIMONIOS EN VIDEO DEBEN SEGUIR LOS MISMOS REQUISITOS QUE EL RESTO DE LOS TESTIMONIOS, CON ALGUNOS LINEAMIENTOS ADICIONALES:

1 Usar ropa profesional adecuada (vestimenta casual o de negocios) que represente los estándares de la marca Nu Skin.

2 Recoger o peinar tu cabello de modo que no se cubra tu rostro.

3 Que tu maquillaje sea acorde a la marca Nu Skin (aspecto fresco, limpio y saludable, no sobrecargado).

4 Usar iluminación suficiente.

5 Obtener permisos de derechos de autor antes de usar cualquier video que no sea de tu propiedad y no uses videos de celebridades o marcas registradas de otras compañías sin permiso.

6 Seguir los lineamientos de testimonios de producto aprobados en todos los videos.

EJEMPLOS DE TESTIMONIOS EN VIDEO APROBADOS



Resumen de los Lineamientos*

- 1 Siempre sé honesto y nunca engañoso
- 2 Las fotos y los videos deben ser consistentes con los estándares y la imagen de prestigio de Nu Skin –limpios, de buen gusto, juveniles y que refleje tener aspiraciones.
- 3 Indica que eres un distribuidor Nu Skin.
- 4 Los testimonios de producto únicamente deben expresar los beneficios consistentes a los comprobados y aprobados por Nu Skin.
- 5 Consulta los materiales de mercadeo de Nu Skin y las Páginas de Información de Producto como lineamientos para las declaraciones de producto.
- 6 Proporciona una representación realista y exacta de la eficacia y los beneficios del producto que podrán experimentar la mayoría de los consumidores.

- 7 Los testimonios de producto no deben expresar que un producto tratará, curará o prevendrá alguna enfermedad o condición médica o que el producto curó tu padecimiento, incluso si es verdad.
- 8 Las fotos del antes y después deben ser originales, no retocadas, ni modificadas, y debes usar luz, ángulos de cámara y resolución consistentes.
- 9 Las fotos y videos no deben presentar resultados exorbitantes, extremos o “demasiado buenos para ser verdad” ya que podrían no comprobar o reflejar la experiencia de un consumidor típico.
- 10 Obtén permisos de derechos de autor antes de usar cualquier foto o video que no sean de tu propiedad y no uses a celebridades, ni las marcas registradas de otras compañías sin autorización.

*Estos lineamientos son únicamente un resumen. Para mayores detalles, por favor consulta las Políticas y Procedimientos de Nu Skin o contacta a Nu Skin.

BUENOS EJEMPLOS DE DECLARACIONES DE PRODUCTO NO CONCLUYENTES QUE MUESTRAN EL PRODUCTO Y HACEN UNA DECLARACIÓN ADECUADA DE BENEFICIOS

“Como asistente de vuelo, solía usar mucho maquillaje para verme bien. Nunca estaba contenta con mi piel ya que padecía todos los signos de la edad. Después de usar los productos ageLOC, siento mi piel fresca y sólo uso maquillaje ligero. Luzco 10 años más joven”

“Desde que empecé a tomar ageLOC R2, cada día se vuelve un buen día. El producto da mucha energía y siento que estoy más joven. No tengo problemas para levantarme en la mañana y me siento recargada, lista para empezar un nuevo día con un buen sentimiento”

Monica B., Australia

