

產品見證 指南



概述

關於任何產品的效能、益處、功效或安全性的高品質產品見證可對潛在顧客或會員產生正面影響。

身為一位會員，您就代表著Nu Skin。產品見證必須真實、不誤導，並且須與Nu Skin的形象和品牌準則一致。產品見證必須披露與顧客做購買決定息息相關的重要事實。為此，會員必須持續學習正確的宣稱。

為了確保您的產品見證符合我們全球行銷準則，請您遵循此處列出的基本指南以及我們詳細的政策與程序。請您僅使用符合這些指南規定的見證。

內容

1

關鍵訊息傳遞原則

2

行銷的合法準則

3

書面產品見證

4

前後對比照片

5

影片見證

6

指南總結

Nu Skin 關鍵訊息傳遞原則

現今的消費者可能會對產品宣稱、事業機會宣稱、整體直銷產業以及他們能否在這個商業模式取得成功產生懷疑。

當與他們溝通時，請從他們的角度出發。

因為他們常覺得訊息是...

應隨時注意...

<p>過於美好而不真實</p>	<p>保持訊息的真實度 誠實且不誇大描述</p> 
<p>資訊不足</p>	<p>提供證明 提供細節以減輕顧慮</p> 
<p>短時間內有太多訊息</p>	<p>使他們放鬆 在消費者的所在處與他們見面</p> 

Nu Skin全球準則

我們致力以最高的道德準則與誠實行為行事，包括我們會員對我們的產品和事業機會作出宣稱時

為維護我們的聲譽及促進健康成長的事業，務必使用核准的宣稱

由會員創作的資訊不得聲稱已獲得Nu Skin或其法務部門的批准，並且必須聲明它是由獨立會員所創作的

為什麼？

我們所有的產品具有科學實證的益處及法律要求所允許的宣稱。這些法規限制了只可使用符合實證證實及大部分消費者都可體驗到的宣稱。

1

誠實

宣稱必須完整、真實且不誤導。Nu Skin產品是化妝品，可能有助於讓您看起來更年輕，但不會讓人更年輕、更長壽、“排除”、“減少”或“消除”健康問題

遵循公司產品宣稱

所有產品宣稱必須與適用於該產品的Nu Skin產品資訊頁面、行銷及培訓指南一致。此外，Nu Skin產品不能替代或取代由專業人士進行的美容或醫療程序，也不能與肉毒桿菌、膠原蛋白填充劑、雷射換膚等產品或手術程序相提並論

2

如果不是典型或已由公司批准的宣稱，即使是真實的宣稱，也是不合規的。若與Nu Skin行銷資訊不相符，即使是真實的個人產品見證或產品體驗或宣稱都不可使用

3

保持積極的態度

請以積極和專業的方式推廣我們的產品。不要與特定的競爭對手、產品或事業機會進行比較



書面產品見證

產品見證，即使是真的，**也不應**該宣稱某產品可以診斷、治療、治癒或預防任何疾病或健康問題*
- 產品見證**應**專注於產品好處、經核准的宣稱，以及典型成效，同時要遵循以下指南：

* 為什麼：

Nu Skin進行科學研究以證實我們的產品功效。在受法規管制的行業裡，只作合法的以及我們能夠證實的宣稱至關重要

1
2
3
4

必須包含產品名稱

必須只做經過核准的產品宣稱

僅使用Nu Skin產品資訊頁面中的材料。營養素或膳食成分促進或維持人體正常結構或功能的宣稱是未經美國食品藥物管理局批准的。

此類宣稱必須附帶以下免責聲明：

“這些聲明未經美國食品藥物管理局評估，本產品不用於診斷、治療、治癒或預防任何疾病。”

必須包含您的名字和市場

必須表明您會員的身份

恰當

真實的且與公司的宣稱**一致**的產品見證：

我太興奮了！...使用Nu Skin豐盈乾洗潔髮噴霧為油性、死氣沉沉的頭髮注入活力。這輕薄的配方為頭髮增加豐盈感，並通過吸收頭髮多餘的油脂，使您立即重新煥發活力。它不含滑石粉，但含有高嶺土等天然成分，可在不傷害頭髮或皮膚的情況下支持您的髮型。非常適合在旅途中、努力工作或度假期的您，未能洗髮時，使用豐盈乾洗潔髮噴霧讓您的頭髮豐盈、像剛剛洗過一樣。#sponsored



不恰當

可能是真實的但與公司宣稱**不一致**的產品見證：
這是前所未見的奇事。我背痛了20年，在使用R2四到五個月之後，背痛居然消失了！對我來說那真是個奇蹟...我睡得更好，醒來覺得神清氣爽並準備開始訓練我的第一個5公里慢跑。我幾乎可以忘了我的醫生叮囑我的一些事了！絕不說不！感謝華茂這個驚人的產品！❤❤❤❤

前後對比照片

前後對比照片是個強而有力的工具，它可以展現Nu Skin產品對典型顧客的正面影響。然而，這些照片被視為是「產品功效宣稱」，因此必須遵守這些指南：

- 1 在前後對比照片中，以下各項必須一致：
 - 燈光
 - 服裝
 - 背景
 - 妝容（需是最低限度，如有）
 - 清晰及解像度
 - 您的身體位置、姿勢、臉的角度以及面部表情
- 2 照片必須精確地描述一般典型客戶使用產品之後的成效
- 3 照片必須只有合法的核准產品宣稱作支持（這些宣稱能夠在產品資訊頁面中找到）

符合公司**批准**的產品宣稱



不恰當的疾病宣稱：



前後對比照片

4 照片必須附有說明您所用的產品、使用產品的時間和頻率，您的姓名（本名和姓的字首大寫也可）和市場。如果您的目的是想推廣Nu Skin產品，您必須表明您是Nu Skin的會員

5 在展示產品效果的照片中，您應是Nu Skin品牌、形象和高標準的一個良好的實例。您必須穿著得體，與您所介紹的產品類型相稱

例如，為展示重啟人生計劃效果，女士應著有品味的泳裝或健身服，男士應著健身服或泳褲

過度暗示的照片或太過暴露的照片都不符合我們全球行銷準則

6 所有前後對比照片，包括只使用了產品的半邊臉演示及身體特寫

7 您的照片必須是原始的、未經修飾或修改過的

8 在使用他人的照片前，您必須獲得他人的版權許可；且不得在未經允許的情況下使用名人照片或其他公司商標

不恰當的產品宣稱



由於不適當的照明、相機角度而導致的不恰當的產品宣稱



影片見證

影片見證應遵守與其他見證相同的要求，以及一些額外的指南：

- 1 穿著適當且專業的服裝（商務休閒裝或商務裝）以表現Nu Skin的品牌標準
- 2 將頭髮梳到腦後或為您的頭髮定型以不遮蓋您臉部
- 3 化上適度的妝容以配合Nu Skin品牌（清新、乾淨及健康的外表，不過度裝扮）
- 4 使用足夠的燈光
- 5 在使用任何非您所有的影片前先取得版權許可，以及未經批准不得使用名人或其他公司商標
- 6 所有影片均遵守經核准的產品見證指南

恰當的影片見證示例



指南總結

- 1 始終保持真實及不誤導
- 2 照片和影片應與Nu Skin具聲望的品牌標準和形象一致 - 整潔、有品味、年輕及有夢想
- 3 表明您是Nu Skin會員
- 4 產品見證應只使用與Nu Skin證實且核准的產品功效一致的宣稱
- 5 以Nu Skin行銷材料和產品資訊頁面作為產品宣稱的參考
- 6 提供大部分消費者可體驗的真實且準確的產品功效和好處

- 7 產品見證不應聲稱該產品可以治療、治癒或預防任何疾病或健康狀況或該產品已治癒您的疾病，即使那是真的
前後對比照片一定要是原始的、未經修飾或修改，並且使用一致的燈光，角度及解析度
- 8 照片和影片都不應出現反感的、極端的或「過於美好而不真實」的效果，因為這些可能是未經證實的或都不是絕大部分的消費者所能體驗到的。在使用任何非您所有的影片或前後對比照片前先取得版權許可，且不得在未經允許下使用名人或其他公司商標
- 9 這份指南僅為概要，欲了解更多細節請參考Nu Skin的政策與程序，或聯絡Nu Skin
- 10

恰當的宣稱



Nu Colour®女神唇萃的成分可以幫助調理肌膚。你會喜歡這款產品在嘴唇上的持續時間！抗污配方，可保持色調並讓你感覺輕盈！



我最喜歡的面部精華：
Nu Skin ageLOC活顏倍彈源液
具有易色新® 的強大功能-實驗證實，它能提升緊緻皮膚的關鍵成分！它能夠維持及恢復眼周、頸部、下巴和下頷的皮膚彈性、緊緻皮膚，使皮膚看起來更年輕.....感覺非常好！



對皮膚的功效 —

- ✓ 去除老廢角質
- ✓ 含有大量有益肌膚的礦物質，包括鋅
- ✓ 軟化和淨化皮膚，不會搶走寶貴的水分
- ✓ 淨化皮膚
- ✓ 含銅，有助於強化皮膚的防禦力💖 今天快為自己買一瓶！PM我訂購！

#nsbrandaffiliate

