



TRME

DIRECTIVES

ageLOC TRME est À PRÉSENT DISPONIBLE ! Lorsque vous partagez votre enthousiasme sur les réseaux sociaux par exemple, assurez-vous que tout le contenu est conforme aux allégations approuvées par l'entreprise et suivez les principes décrits dans ces directives.



Veillez vous référer au glossaire des marques déposées sur le site www.nuskin.com pour obtenir une liste de toutes les marques déposées dans les marchés Nu Skin en Europe et en Afrique du Sud.



TRME À FAIRE et À NE PAS FAIRE

Normes générales à garder à l'esprit lorsque vous faites la promotion du TRME

À FAIRE : partagez uniquement des allégations appropriées et des témoignages personnels cohérents avec les bienfaits approuvés figurant dans les fiches explicatives produit (FEP) pour votre marché

À FAIRE : fournissez une description réaliste des bienfaits dont les consommateurs peuvent faire l'expérience

À FAIRE : souvenez-vous que vous êtes responsables des allégations que vous faites

À FAIRE : dites combien vous adorez les produits, si vous les avez utilisés vous-même

À FAIRE : assurez-vous d'utiliser les limitations de responsabilité appropriées figurant dans les FEP, le cas échéant

À NE PAS FAIRE : faire référence à un nombre spécifique de kilos ou à un pourcentage de masse corporelle perdu, ou à une diminution dans la taille de vêtements

À NE PAS FAIRE : décrire des résultats exagérés, extrêmes ou « trop beaux pour être vrais » car ils n'ont peut-être pas été démontrés ou ne reflètent pas une expérience consommateur typique

À NE PAS FAIRE : affirmer que les produits ageLOC TRME peuvent traiter, soigner ou prévenir des maladies ou des problèmes de santé de toute sorte ou que les produits ont soigné vos propres maux, même si c'est le cas

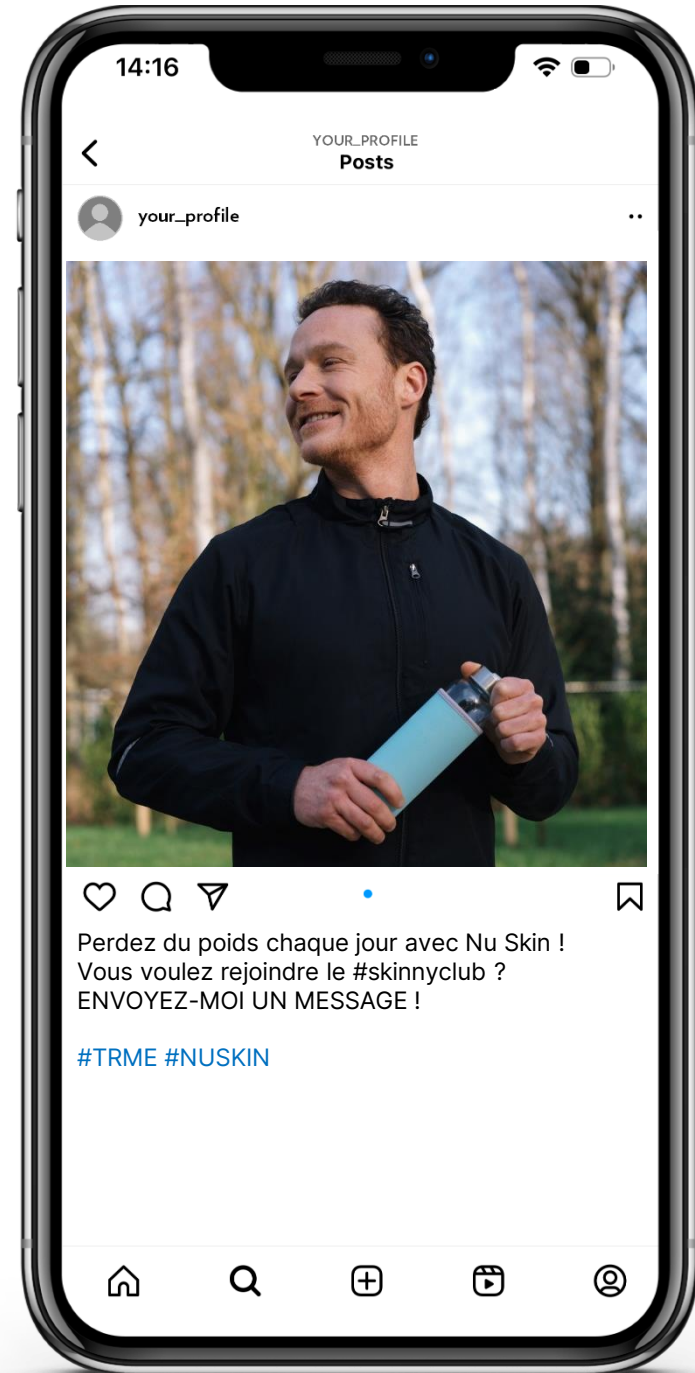
À NE PAS FAIRE : faire des allégations explicites ou insinuer des allégations que les produits ageLOC TRME ont un effet sur la santé immunitaire, ou fournissent des bienfaits supplémentaires sur la santé

À NE PAS FAIRE : estimer que ce que vous dites est acceptable parce que d'autres font la même allégation

Publications sur les réseaux sociaux



Publications sur les réseaux sociaux



TRME Photos avant et après

Outre les conseils généraux ci-dessus qui s'appliquent systématiquement, notez que vous devez respecter des exigences très spécifiques pour créer des photos afin de montrer les résultats que vous avez obtenus. Pour commencer, les photos avant et après peuvent uniquement être associées à l'adoption d'un mode de vie plus sain, et si vous voulez inclure une référence à TRME, vous devrez avoir utilisé MyGoal et/ou les M-bars

À FAIRE : associez vos résultats à l'adoption d'un mode de vie plus sain (changement de régime alimentaire, pratique régulière d'un exercice physique) dans lequel les produits TRME vous ont aidé

À FAIRE : assurez-vous qu'au moins quatre semaines se sont écoulées entre les deux photos

À FAIRE : utilisez les hashtags suivants : #programmeTRME, #modedevieTRME, #bodybalance, #changementdemodedevie

À FAIRE : indiquez toujours clairement que « les résultats peuvent varier d'une personne à l'autre »

À FAIRE : publiez toujours des photos des résultats séparées (par ex. en faisant glisser)

À FAIRE : suivez les directives relatives aux [photos avant et après](#)

À NE PAS FAIRE : faire référence à un nombre spécifique de kilos ou à un pourcentage de masse corporelle perdu, ou à une diminution dans la taille de vêtements

À NE PAS FAIRE : utiliser des hashtags contenant :

- les noms des produits individuels
- toute référence à la perte de poids
- toute allégation portant sur les produits non approuvée

À NE PAS FAIRE : faire des allégations de détoxification associées aux photos avant et après

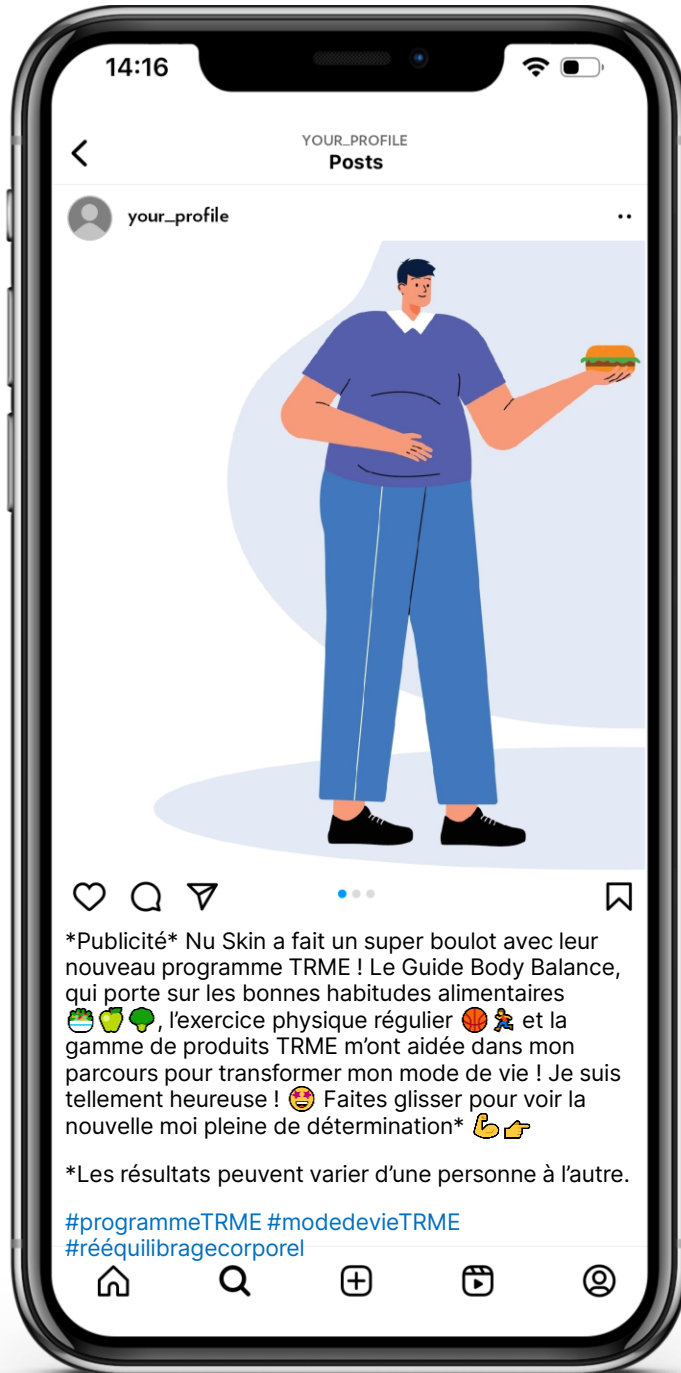
À NE PAS FAIRE : modifier les photos avant et après pour en faire une seule image (collage)

À NE PAS FAIRE : promouvoir l'utilisation des produits chez les enfants ou toute personne âgée de moins de 18 ans

Photos avant et après **INAPPROPRIÉES**



Photos avant et après APPROPRIÉES



Photos avant et après APPROPRIÉES

