



Nu Skin hướng dẫn truyền thông xã hội

BÁN HÀNG TRỰC TIẾP CÓ THỂ ĐƯỢC XEM LÀ NGUYÊN BẢN CHÍNH CỦA "MẠNG XÃ HỘI"

- Mô hình kinh doanh của chúng tôi dựa trên buôn bán giữa người-và-người - tận dụng sức mạnh của lời nói.
- Trong khi công nghệ luôn thay đổi, mọi người chia sẻ sự nhiệt tình của họ đối với Nu Skin sẽ tiếp tục.
–Nu Skin có - và sẽ tiếp tục - hỗ trợ sự tham gia tích cực trong phương tiện truyền thông xã hội.



TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI ĐEM ĐẾN RẤT NHIỀU CƠ HỘI

- Xây dựng những mối quan hệ và mở rộng "thị trường tiềm năng"
- Giao tiếp
- Chia sẻ thông tin mới
- Tham gia với những người khác và công ty
- Làm liên lạc
- Cung cấp kinh nghiệm cá nhân và lời chứng thực



CÁC NGUYÊN TẮC VÀ CHÍNH SÁCH CHIA SẺ ĐỀU NHƯ NHAU - KHÔNG PHÂN BIỆT DIỄN ĐÀN NÀO

Các chính sách và thủ tục cơ bản áp dụng cho giao tiếp trực tuyến và không trực tuyến



CHÚNG TA CÓ THỂ LÀM GÌ VỚI MẠNG XÃ HỘI

- Chia sẻ kinh nghiệm của bạn với các sản phẩm Nu Skin và các kinh doanh Nu Skin
- Kết thêm bạn mới và địa chỉ liên lạc
- Cung cấp hỗ trợ và tương tác với những người khác
- Liên kết đến trang web của Nu Skin
- Tiết lộ rằng bạn là một nhà phân phối Nu Skin độc lập

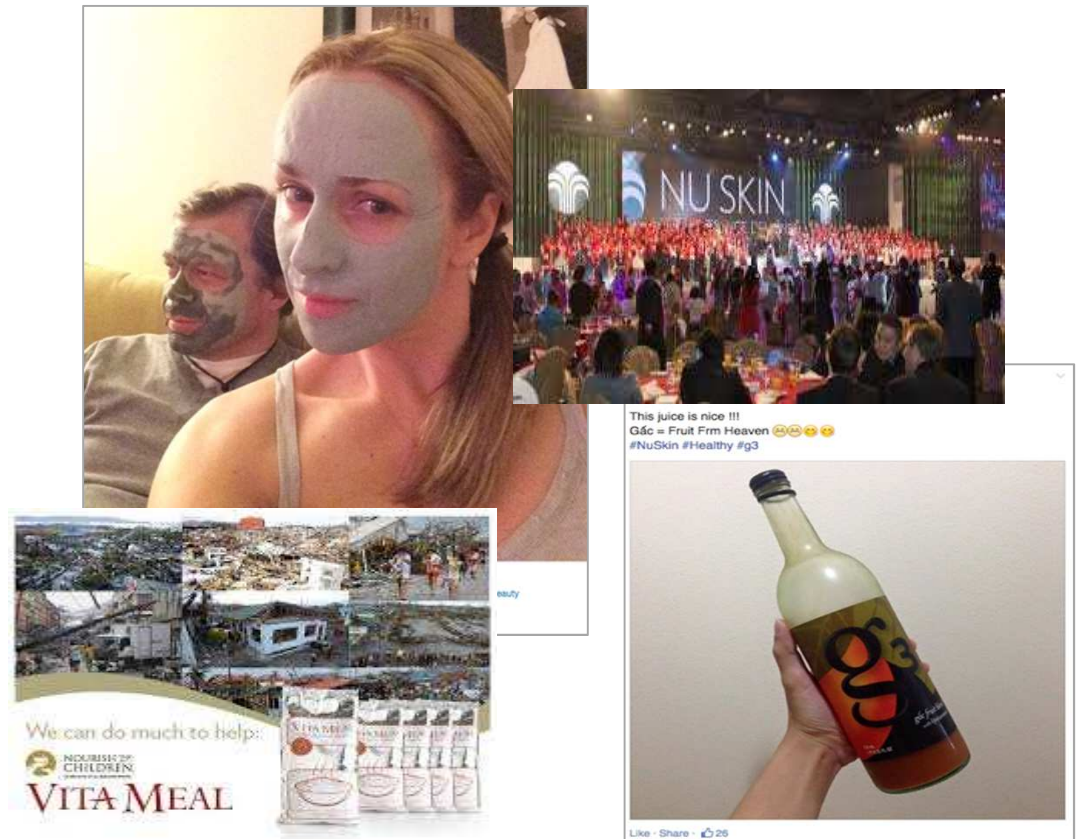


An exciting new delivery of products to try and test. Feeling smoother already #NuSkin #Skincare #thisismyhappyplace



CHÚNG TA CÓ THỂ LÀM GÌ VỚI MẠNG XÃ HỘI

- Tham gia trang hâm mộ chính thức của Nu Skin
- Chia sẻ những hình ảnh, videos quảng cáo và các tài liệu kinh doanh đã được công ty phê duyệt.
- Chia sẻ hình ảnh và video riêng lẻ liên quan đến kinh nghiệm cá nhân của bạn với Nu Skin (ví dụ: các chuyến đi tưởng thưởng, hội nghị toàn cầu và khu vực, và sử dụng các sản phẩm cá nhân)



ĐIỀU NÊN LÀM: Chia sẻ cuộc sống của bạn với Nu Skin



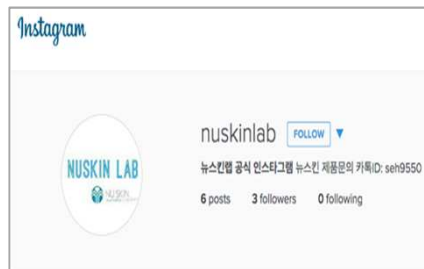
NHỮNG ĐIỀU KHÔNG NÊN LÀM TRÊN TRUYỀN THÔNG XÃ HỘI

- **KHÔNG NÊN:** thu hút vào các diễn đàn công cộng, nhóm, tin nhắn - blogs, bình luận, các phần hoặc các trang web về việc làm; Mời chỉ được cho phép trong môi trường khép kín (bạn bè/người theo trong trang của bạn)
- **KHÔNG NÊN:** sử dụng tên thương mại của công ty hay thương hiệu khi đặt tên trang hoặc nhóm của bạn
- **KHÔNG NÊN:** tạo ra các trang, trang web, tài khoản hoặc đường trực tuyến để mua sản phẩm (ví dụ thương mại điện tử) nào khác với trang mua hàng của nhà phân phối Nu Skin
- **KHÔNG NÊN:** sử dụng biểu tượng đăng ký thương hiệu logo của công ty cho hình ảnh hồ sơ cá nhân của bạn
- **KHÔNG NÊN:** sử dụng hình ảnh không được phê duyệt của bên thứ 3, các nhân vật nổi tiếng, hay văn học để quảng bá sản phẩm hay doanh nghiệp

TÀI NHỮNG THÔNG BÁO LÊN TRANG XÃ HỘI KHÔNG THÍCH HỢP, KHÔNG ĐÚNG ĐẮN

LỜI TUYÊN BỐ SAI, KHÔNG ĐƯỢC CHẤP THUẬN

SỬ DỤNG LOGO KHÔNG ĐÚNG ĐẮN



KHÔNG ĐƯỢC PHÊ DUYỆT TRƯỚC & SAU



SỬ DỤNG THƯƠNG HIỆU TÊN KHÔNG ĐÚNG ĐẮN

CẤM THƯƠNG MẠI ĐIỆN TỬ



Danny Yong



After going through chemotherapy for his cancer, everybody including himself would expect hairloss! With R2 and G3 daily, his hair did not fall but turned black! At 65, he has more vitality and look even younger. He can even drive around town doing errands and eat whatever he wants! He doesn't even look like a cancer patient.

NÊN LÀM KHI TUYÊN BỐ VỀ SẢN PHẨM

- **NÊN:** Sử dụng tuyên bố đã được phê duyệt trong tài liệu tiếp thị của Nu Skin
- **NÊN:** Thảo luận về khoa học sáng tạo ageLOC của chúng tôi
- **NÊN:** Đề nghị rằng khách hàng nói chuyện với bác sĩ chăm sóc sức khỏe của họ về tất cả các thách mắc hoặc câu hỏi về sức khỏe
- **NÊN:** Chia sẻ lời chứng thực cá nhân tích cực cho phù hợp với những tuyên bố đã được phê duyệt



KHÔNG NÊN LÀM KHI TUYÊN BỐ VỀ SẢN PHẨM

- **KHÔNG NÊN:** Tuyên bố rằng các sản phẩm của chúng tôi điều trị, chữa bệnh hoặc ngăn chặn bất cứ căn bệnh nào (hoặc sản phẩm chữa bệnh của riêng bạn)
- **KHÔNG NÊN:** Khẳng định hoặc hàm ý rằng các sản phẩm của chúng tôi đã giúp chỉ ra, điều trị, chữa bệnh, hoặc ngăn chặn bất cứ căn bệnh hoặc các điều kiện y tế khác, hoặc ngụ ý một kết quả nào đó mà khác với (hoặc đi ra ngoài) tuyên bố tiếp thị đã được phê duyệt của chúng tôi
- **KHÔNG NÊN:** Tuyên bố cho một sản phẩm mà không được tìm thấy trên trang web của Nu Skin hoặc trong tài liệu tiếp thị của Nu Skin được áp dụng cho khu vực hoặc thị trường của bạn
- **KHÔNG NÊN:** Sử dụng hình ảnh không được chấp thuận, các nhân vật nổi tiếng, văn học, videos hay tài liệu quảng bá các sản phẩm - chứng thực phải tuân theo hướng dẫn của lời chứng thực



VÍ DỤ TUYÊN BỐ ĐÚNG

- **NÊN:** Chia sẻ lý do "TẠI SAO" của bạn và rất chân thật và cá nhân
- **NÊN:** Nói về sự thành công mà có thể đạt được thông qua làm việc chăm chỉ và kiên nhẫn
- **NÊN:** Nói về sự vui vẻ với kinh doanh
- **NÊN:** Nhấn mạnh tầm quan trọng của việc bán lại các sản phẩm
- **NÊN:** Nói về tính cạnh tranh và sáng tạo của Chính Sách Trả Thưởng

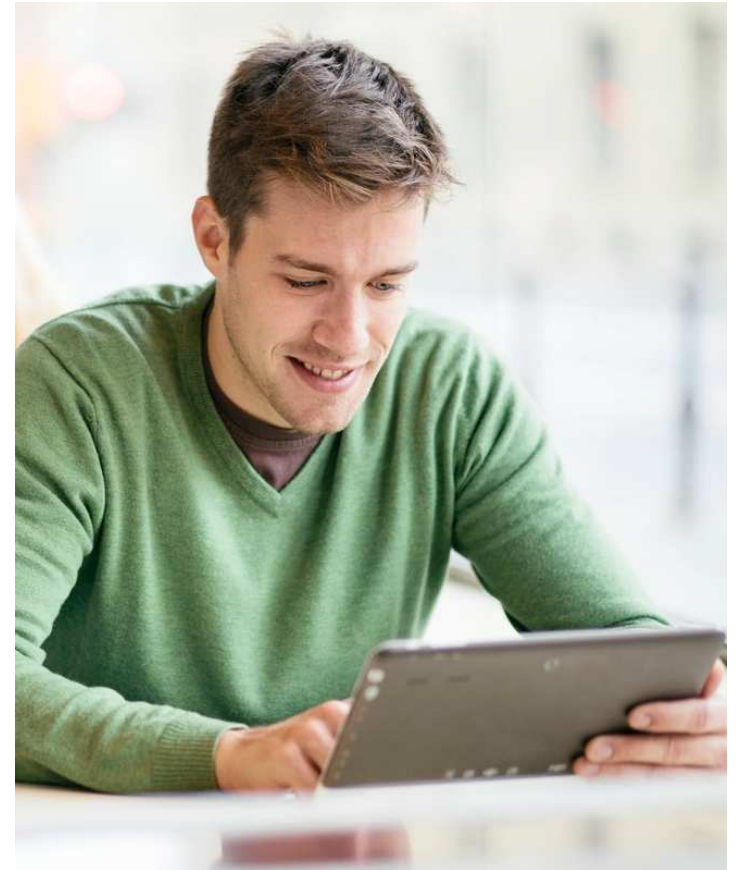


VÍ DỤ TUYÊN BỐ KHÔNG ĐÚNG

- **KHÔNG NÊN:** Chia sẻ chi tiết của hoa hồng cá nhân kiếm được hoặc các kế hoạch của Chính Sách Trả Thưởng
- **KHÔNG NÊN:** Tuyên bố về lối sống xa hoa hay không thực tế
- **KHÔNG NÊN:** Cung cấp hoặc hàm ý bất kỳ đảm bảo thành công bằng cách đơn giản làm theo một hệ thống
- **KHÔNG NÊN:** Sử dụng các thuật ngữ thu nhập "thụ động" hoặc "dư". Thay vào đó, sử dụng "đòn bẩy thu nhập"
- **KHÔNG NÊN:** Xuyên tạc thu nhập quá khứ, hiện tại hay tương lai
- **KHÔNG NÊN:** Sử dụng thu nhập giả thuyết rằng vượt quá mức thu nhập trung bình của các nhà phân phối cùng kỳ

BẮT ĐẦU

- Chọn nền tảng mạng lưới xã hội thích hợp với bạn
 - Hãy chắc chắn để tham gia các nền tảng phù hợp với cá tính và sở thích của bạn (ví dụ: vị trí, tuổi, giới tính, hoặc các vị trí địa lý khác và các loại phổ biến của các phương tiện truyền thông)
- Biết các hướng dẫn cụ thể cho từng nền tảng bạn tham gia vào
- Thực hiện theo hướng dẫn phân phối thị trường của Nu Skin
- Xác định rõ ràng về những gì bạn muốn đạt được thông qua các hoạt động truyền thông xã hội của bạn (ví dụ: mở rộng thị trường tiềm năng của bạn, kết nối với tuyến dưới của bạn, chia sẻ kinh nghiệm, vv)





LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG FACEBOOK ĐÚNG ĐẮN

- Thiết lập một trang cá nhân hoặc trang fan hâm mộ
- Chia sẻ tin tức và liên kết về các sản phẩm của Nu Skin
- Mời mọi người đến các cuộc họp và các sự kiện của Nu Skin
- Đăng videos/tài liệu và hình ảnh đã được công ty phê duyệt
- Liên kết đến trang web của công ty, một trang BD được phê duyệt hoặc trang web sao chép Nu Skin của riêng bạn
- Sử dụng các trang web chính thức của công ty hay các trang thị trường Facebook chính thức của Nu Skin như một tài liệu tham khảo cho nội dung và hình ảnh đã được phê duyệt
- Thiết lập các nhóm riêng tư đối với hoạt động xây dựng kinh doanh
- Sử dụng tin nhắn riêng tư cho việc xây dựng hoạt động kinh doanh



LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG TWITTER ĐÚNG ĐẮN

- Chia sẻ cập nhật
- Thu hút khách hàng đến trang web sao chép Nu Skin của bạn
- Chia sẻ sự nhiệt tình của bạn về Nu Skin, các sản phẩm và công việc kinh doanh
- Chia sẻ tin tức/liên kết về các cuộc họp và các sự kiện sắp tới
- Xây dựng mối quan hệ bằng cách trả lời và tham gia thảo luận
- Đặt câu hỏi để thúc đẩy đối thoại
- Trả lời các câu hỏi và thiết lập các cuộc họp một - một (mặt đối mặt) để theo dõi, tìm hiểu
- Thông báo Retweet và tweet từ tài khoản của công ty và thị trường twitter chính thức của Nu Skin
- Sử dụng hashtags cá nhân tham gia trong chủ đề đối thoại và cộng đồng của Nu Skin
- Sử dụng tin nhắn cá nhân trực tiếp cho các cuộc trò chuyện có liên quan đến hoạt động xây dựng khảo sát, kinh doanh



LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG INSTAGRAM ĐÚNG ĐẪN

- Chia sẻ hình ảnh trong thời gian thực
- Đăng tải hình ảnh sản phẩm
- Trả lời các câu hỏi và ý kiến
- Chia sẻ hình ảnh của bạn sử dụng và thích các sản phẩm của Nu Skin và Pharmanex
- Sử dụng/chia sẻ hình ảnh được đăng bởi công ty
- Sử dụng hashtags cá nhân tham gia trong chủ đề đối thoại và cộng đồng của Nu Skin
- Sử dụng tin nhắn cá nhân cho các cuộc trò chuyện có liên quan đến hoạt động xây dựng khảo sát, kinh doanh





LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG PINTEREST ĐÚNG ĐẮN

- Thiết lập bảng cụ thể và gửi hình ảnh/ infographics/videos liên quan đến bạn và doanh nghiệp của bạn
- Kẹp các hình ảnh được công ty phê duyệt
- Chia sẻ liên kết đến trang web sao chép Nu Skin của bạn
- Chia sẻ liên kết quan tâm đến khách hàng của bạn
- Kẹp lại các hình ảnh đã đăng của công ty
- Chia sẻ hình ảnh cá nhân của việc sử dụng sản phẩm
- Sử dụng tin nhắn cá nhân cho các cuộc trò chuyện có liên quan đến hoạt động xây dựng khảo sát, kinh doanh





LÀM THẾ NÀO ĐỂ SỬ DỤNG YOUTUBE ĐÚNG ĐẮN

- Xem, chia sẻ và nhận xét về các videos đã được công ty phê duyệt
- Không tạo ra và đăng/tải các videos quảng cáo mà chưa được sự chấp thuận của Nu Skin
- Theo dõi và tham gia với kênh YouTube của công ty và thị trường chính thức của Nu Skin
- Chia sẻ video cá nhân liên quan đến chuyến du lịch thưởng, các hội nghị toàn cầu và khu vực và sử dụng sản phẩm cá nhân
- Trả lời tin nhắn riêng tư cho các cá nhân

