

## 产品宣称须规范 不适反应巧处理

缘于 NU SKIN 优异的产品,胡先生加入了如新事业,在多年经营 NU SKIN 的过程中,出现过产品在个别顾客身上获得超出预期效果的个例。在平时产品宣传时,胡先生经常会将这些个案拿出作为产品实例,却没有说明这属于个人特殊案例,同时仍以这些案例来宣传产品效果。

有一天,经别人介绍,一位疑似患有皮肤病的顾客找到了胡先生,自信满满的他没有引起警觉,忘记了公司平日里“远离疾病人群,必须谨遵医嘱”的教导,又是推荐产品又是保证功效,甚至给出了若无无效愿承担赔偿责任的协议。然而天不遂人愿,顾客使用公司产品后皮肤不但没有得到改善,反而出现了恶化的情况。当顾客找到胡先生咨询时,他想当然地认为这是所谓的“排毒反应”,错误引导顾客,请顾客放心,保证可以根治。出于对胡先生的信任,顾客便继续使用产品,没想到情况继续恶化加重,一发不可收拾。付出的信任换来如此惨痛的结果,顾客的情绪异常激动,对胡先生及公司产品产生了严重的不信任,不仅在网络论坛发帖诋毁公司的产品,还通过其他各种渠道投诉公司产品的质量。

直到此时,公司才被动了解此事。公司一经得知,立即积极着手协调解决。一方面配合产品检测,最终优异的产品无懈可击地通过了检验。另一方面怀有最大程度的诚意与顾客及胡先生进行沟通,最后双方达成和解。尽管如此,此事对顾客的身心都造成了巨大的伤害,对公司产品甚至品牌形象也造成了负面影响。胡先生不仅要承担协议

承诺的医疗费用及赔偿，公司也会对他在产品宣称过程中产生的种种不当行为进行严厉处罚。

一个错误的产品宣称和指导，导致三方遭受如此重大的损失，可见其危害之巨大。在产品宣称中进行规范科学的描述和指导，不仅是对顾客负责以及体现职业道德的表现，也是所有伙伴事业长长的基础。试想，一个成天疲于应付产品投诉的伙伴，如何有能力去壮大他的事业版图呢？

那么，如何才能避免出现不当的宣称和指导呢？

首先，需要再次重申：公司的产品是护肤品以及保健品，而非药品或医疗器具，因此没有治疗疾病的作用。任何患有疾病或是疑似患病的人，都应该首先接受正规医疗机构的诊断治疗。

其次，NU SKIN 通过严格的生产工艺保证每一件产品的质量和品质，但再优异的产品在每个个体上产生的效果是有差异的。在产品宣传中，不应该承诺产品的效果。合理管理顾客的预期，积极跟进售后服务，才是您维持长期顾客的法宝。

最后，当产品使用后出现不适反应时，正确的应对方式是成功解决的关键。建议所有伙伴按照以下的步骤处理产品不适：一、应当在第一时间请顾客停用特定产品；二、以科学的态度了解出现问题的原因，从饮食和生活习惯上帮助顾客分析原因；三、向公司或者资深伙伴求助；四、如果情况严重，必须请顾客立刻就医。

公司在《如新约法》中明确指出：销售员工应清楚掌握产品知识和产品功效，严格按照如新中国提供的产品资料介绍推广产品，进行

产品示范，正确恰当地描述产品成效。产品指导中也明确给出建议：强调预防保健，不宣扬产品治疗疾病。一旦顾客使用产品过程出现不适反应，应立即停用产品同时咨询公司产品专员，安抚顾客的同时给出正确的指导和建议。

掌握专业的产品知识，胸怀严谨的科学精神，用专业和严谨的明灯，点亮如新事业速稳为皇的康庄大道。