



Справочник по работе в интернете

Для Партнеров Бренда
2021

ORIFLAME
— SWEDEN —



Содержание

«Справочник по работе в интернете» для Партнёров бренда создан, чтобы помочь тебе в развитии онлайн-бизнеса с Oriflame. Это инструмент для обучения партнёров в структуре. Обязательно поделись справочником со своими новичками!

В справочнике ты найдёшь правила и политику онлайн-продаж, интернет-рекламы, соцсетей и блогов Oriflame, чтобы с уверенностью строить свой бизнес в интернете.

Основные моменты:

- Онлайн правила (стр.4)
- «Следует\Не следует» (стр. 26);
- «Ведение блога» (стр. 46);
- «10 золотых правил общения в сети» (стр. 55).

Рекомендуем изучить разделы Плана Успеха:

- «Этический кодекс Oriflame»;
- «Правила поведения Партнёра бренда в интернете»;
- «Правила поведения Партнёра бренда Oriflame».



Содержание

Онлайн-правила	4
Блокировка в Facebook	17
Следует/Не следует	26
Социальные сети	33
Инструменты для создания контента	43
Ведение блога	46
Вовлечение	50
10 золотых правил общения в сети	55
Правовая информация и последствия нарушений	60

Онлайн-правила

Нам важен твой успех. Чтобы достичь его в онлайн-сфере, **следуй** правилам из этого раздела. Пожалуйста, **внимательно ознакомься с ними** и, если нужны пояснения, обратись к специалисту отдела этики или своему региональному менеджеру.



Всё о тебе!

Не должно быть сомнений, что твои онлайн-профили, учётные записи в соцсетях и сайты принадлежат непосредственно **тебе**. В конце концов, **личные** рекомендации – основа твоего бизнеса!

Сделай их максимально персонализированными:

- укажи настоящее имя и фамилию;
- сообщай о принадлежности к Oriflame, не забыв при этом подчеркнуть статус независимого партнера, например:
 - *Мария Иванова, Золотой Директор Oriflame;*
 - *Софья Петрова, Партнёр бренда Oriflame;*
- в профиле размести своё настоящее фото.



Будь собой

При создании личного сайта или учётной записи в соцсетях всегда указывай имя и фамилию, а также актуальные контакты.

Указывая свою принадлежность к Oriflame, сообщи свой статус:

- Партнёр бренда Oriflame;
- Независимый Партнёр бренда Oriflame;
- Директор/Золотой Директор Oriflame.

На сайтах эта информация должна быть указана на главной странице.

Если на твоём ресурсе не упоминается компания Oriflame, твоя принадлежность к ней и продукты Oriflame, ты можешь не применять указанные правила.

НЕ СЛЕДУЕТ

1. Называть аккаунт или страницу, создавая впечатление, что ты — официальный представитель Oriflame, например:
 - Oriflame Moldova;
 - Oriflame_store;
 - Oriflame_natural_cosmetics.
 - Место работы - Oriflame
2. Использовать «Oriflame» в доменном имени, например: www.oriflame-xxx.md
3. Использовать логотип Oriflame или обложку каталога в качестве аватара профиля.
4. Использовать логотип Oriflame где-либо на своей странице или сайте.



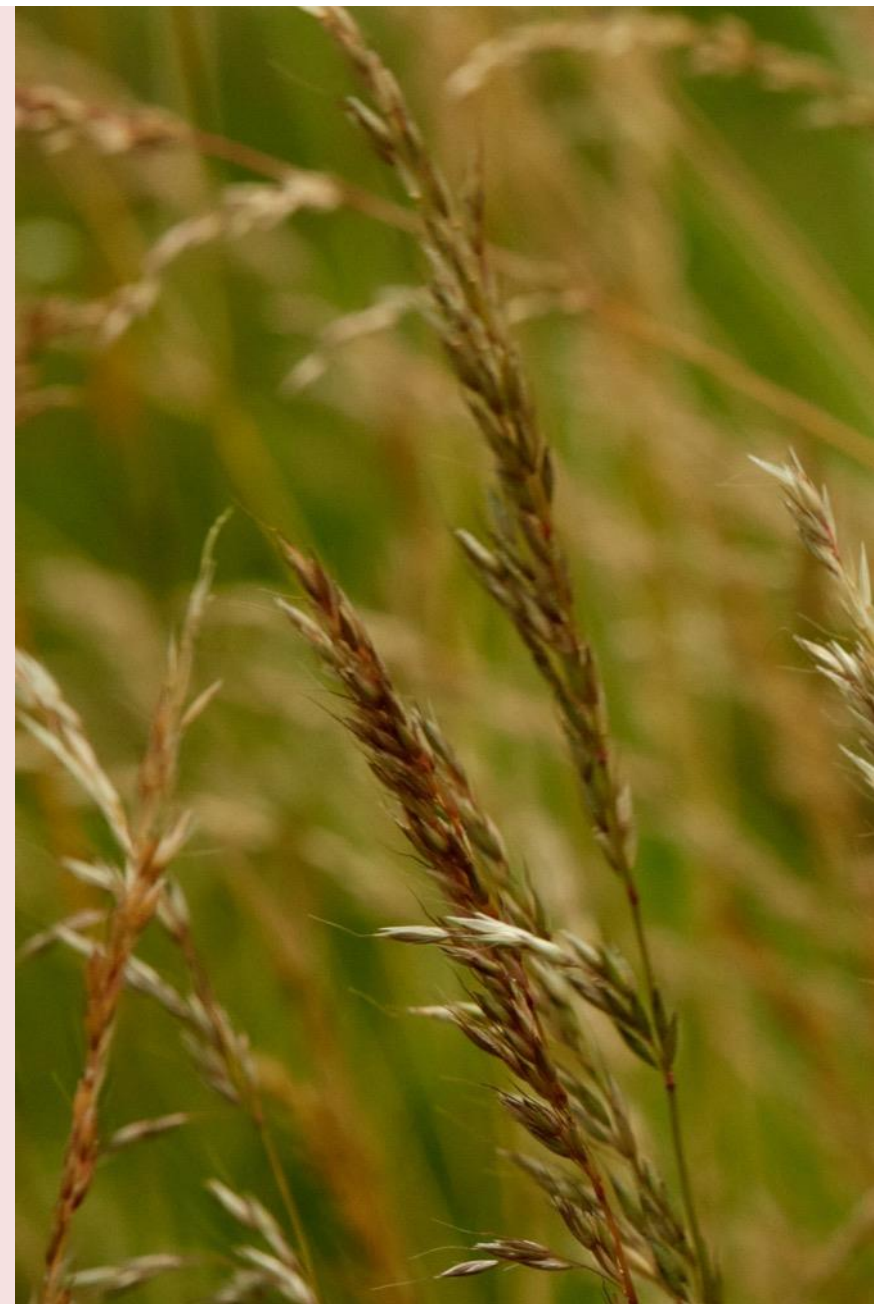
Запрет на розничную торговлю Продажи онлайн

Oriflame – компания социальных продаж. Поэтому мы не разрешаем осуществлять розничную торговлю. Это означает, что ты не можешь продавать продукты напрямую потребителям, а также через точки розничной торговли, купленные тобой заранее на свое усмотрение.

При продаже или рекрутировании соблюдай корректную последовательность. Начни с приема заказа у клиента или заполнения регистрационной формы Партнёра бренда. Оплату за заказ с клиента необходимо брать, когда продукты доставлены покупателю или потенциальный рекрут регистрируется. Брать предоплату с клиентов/потенциальных рекрутов **не рекомендуется!**

Социальные сети – отличный инструмент для развития бизнеса и сбора заказов клиентов. Однако, принимать платежи через свои аккаунты в соцсетях **запрещено**. Оплата возможна только при доставке заказа!

Реализация продуктов Oriflame через сайты розничной торговли или онлайн-магазины, такие как: 999.md, avito.ru, Ebay.com, Яндекс.Маркет, Wildberries, Ozon и др. **не допускается**.



Информация о цене

Если при продвижении товара ты указываешь его цену, **необходимо** обозначить период её действия, в соответствии с каталогом, например:

- «Действует до конца мая»;
- «Действует с 1 мая по 30 мая».

Использование фото и видео Oriflame

Все фото- и видеоматериалы Oriflame защищены авторскими правами, и их публикация на своём веб-сайте или в профиле **не допускается**.

Во избежание негативных последствий

- ✓ Делись изображениями и видео прямо с сайта Oriflame, используя кнопки «Поделиться», когда они доступны. Так ты автоматически ссылаешься на источник.
- ✓ Делись изображениями продуктов Oriflame, сохраняя их и всегда указывая источник, например: www.oriflame.com, 2020; или в соцсетях: photo by @oriflame.
- ✓ Пользуйтесь Библиотекой контента Oriflame.





Ведение блога

Блог – прекрасный способ показать свои знания и делиться впечатлениями о бренде. Рассказывай о компании, продуктах и бизнес-возможностях.

Обязательно укажи, что твой блог не является официальной страницей Oriflame.

Расскажи, кто ты, делись полезным и интересным контентом, укажи свои контакты.

Хочешь узнать больше? Читай главу о ведении блога!

Онлайн-маркетинг

Проводи свои маркетинговые кампании для развития онлайн-бизнеса. Убедись, что твои действия не противоречат ценностям Oriflame.

НЕ СЛЕДУЕТ

- Размещать публикации на нетематических форумах.
- Добавлять большое количество контактов в соцсетях.
- Рассылать сообщения по электронной почте людям, не дававшим согласие на получение предложений.
- Осуществлять автоматизированную рассылку сообщений (спам) в разделы комментариев в блогах и в группах в соцсетях.



Платные тренинги

Онлайн-тренинги и вебинары должны быть **бесплатными**. Взимание платы разрешено исключительно для покрытия расходов на организацию мероприятия.

Автоматизация и спам

Компания Oriflame **против спама**.

Не разрешается использовать зарегистрированных Партнёров бренда как целевую аудиторию для кампаний по приглашению и рассылать рекламные сообщения людям, которые не соглашались на подобную рассылку.

Не разрешается:

- покупать подписчиков для своих учётных записей в соцсетях;
- покупать просмотры для видео;
- использовать боты для добавления подписчиков на твои интернет-каналы.



Продвижение контекстной рекламы

Партнёры бренда могут продвигать свои интернет ресурсы в поисковых системах, например, в Google Adwords, соблюдая правила Oriflame:

- должно быть очевидно, что рекламное объявление создано Партнёром бренда;
- ничто не должно указывать на то, что это официальная или одобренная Oriflame реклама;
- запрещено использовать слова «Oriflame», «Орифлэйм» и их фонетические имитации в качестве ключевых слов.

Не разрешается продвигать свою реферальную ссылку в платной рекламе – это нарушает политику поисковых систем, и они могут принять меры!

Не разрешается продвигать продукты Oriflame с другими брендами, например, с Avon, L'Oreal и др.

Социальные сети

Социальные сети – неотъемлемая часть маркетинговой стратегии любого бренда.

Они помогают Партнёру бренда связываться с клиентами, повышать узнаваемость и увеличивать количество потенциальных клиентов и продаж.

Ежемесячно более трёх миллиардов человек во всём мире используют соцсети, и это - прекрасная возможность представить наш бренд широкому кругу людей.

Важно, что социальные продажи основаны на тех же принципах построения доверительных, что и прямые продажи.

Для достижения успеха важно следовать политике каждой отдельной социальной сети и использовать допустимые бизнес-инструменты, во избежание блокировки аккаунта.



Платная реклама в соцсетях

Всё больше соцсетей переходит на платный формат и дают возможность пользователям поддерживать активность с помощью платной рекламы.

При использовании такой рекламы важно, чтобы никто не принял её за рекламу официальных каналов Oriflame. Партнёры бренда должны использовать свой собственный контент и говорить своими словами, чтобы отделить свой контент от контента Oriflame.

Не вводите людей в заблуждение некорректными заявлениями о бизнес-возможностях или продуктах, чтобы побудить присоединиться или купить. Это в итоге окажет негативное влияние на твою репутацию и бизнес Партнёра бренда и имидж бренда Oriflame.



Группы в Facebook

Группы в Facebook – отличный способ продвижения бизнеса и продуктов Oriflame среди единомышленников.

Тематика групп варьируется от широких до нишевых. Например, в Facebook можно найти группу «Уход за кожей» или «Избавлении от акне». Мы рекомендуем взаимодействовать с нишевыми группами, перекликающимися с твоим личным брендом, – это поможет подчеркнуть ценность твоего предложения и представить продукты в твоём личном интернет-магазине, которые станут решением и удовлетворят конкретные потребности определенной группы.

При взаимодействии в группах важно убедиться, что, прежде всего, ты вовлекаешь людей и приносишь ценность в группу, прежде чем начнешь продвигать себя или бизнес-возможности Oriflame. Не публикуй продуктовые предложения и не пытайся убедить людей стать Партнёрами бренда Oriflame сразу после присоединения к группе – это может привести к блокировке или, даже, к безвозвратному удалению твоего профиля в Facebook.



Блокировка в Facebook

Чтобы избежать ограничений и не потерять учётную запись Facebook, мы **настоятельно рекомендуем** изучить этот раздел и соблюдать его правила. Пожалуйста, **прочти его внимательно**. Если остались вопросы, свяжись со специалистом отдела этики или своим региональным менеджером по продажам.

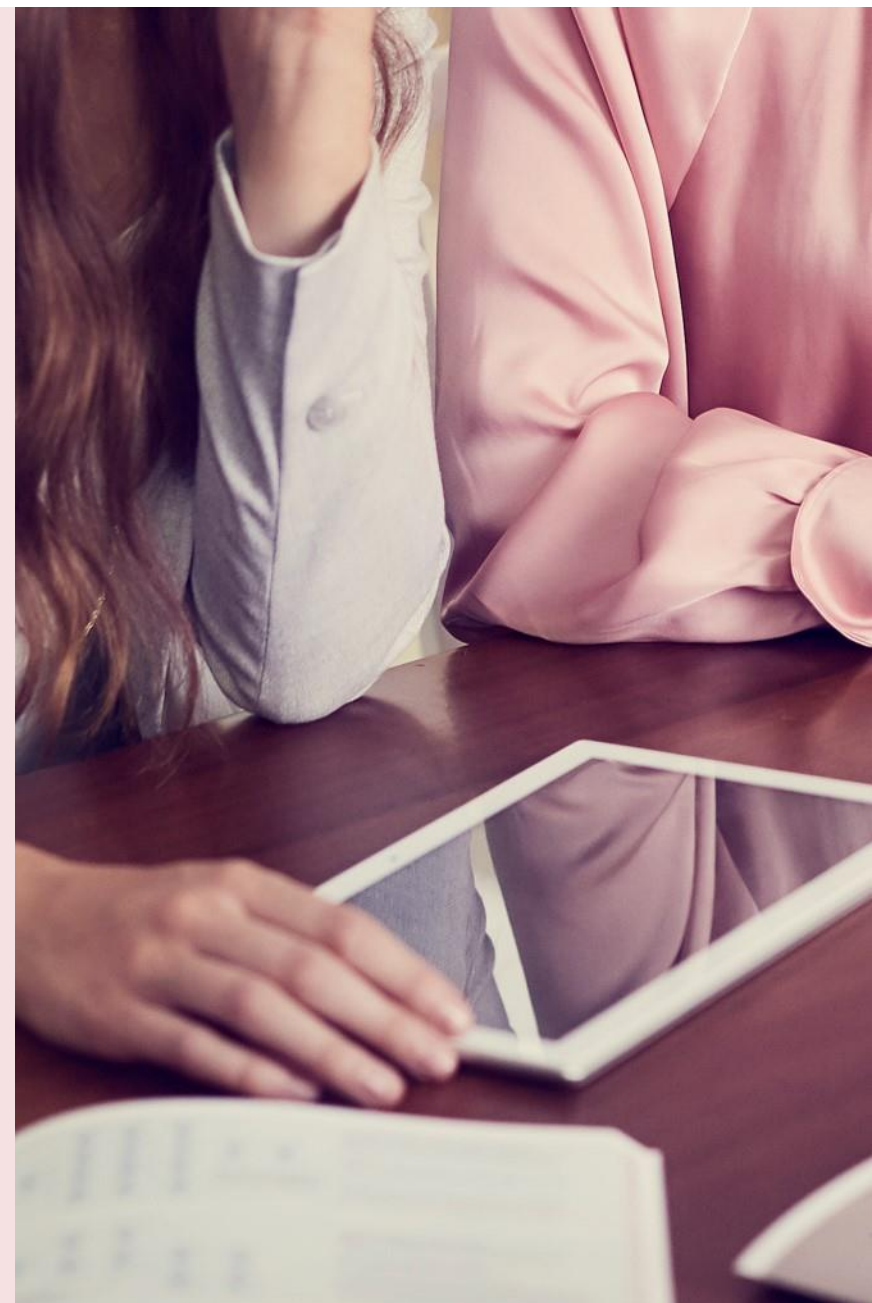
Введение

Прежде чем начать продвижение своего бизнеса или продукции на Facebook, необходимо знать правила сообщества.

НЕ ИСПОЛЬЗУЙ ЛИЧНЫЙ ПРОФИЛЬ ДЛЯ РАЗВИТИЯ БИЗНЕСА!

Существует ряд мер, которые предпримет Facebook, если ты не будешь соблюдать стандарты сообщества. Самая строгая мера – невозможность создать новую учётную запись Facebook.

Чтобы избежать этого, важно соблюдать правила продаж на платформе. Первый шаг – это понимание разницы между личным и бизнес-профилем Facebook.



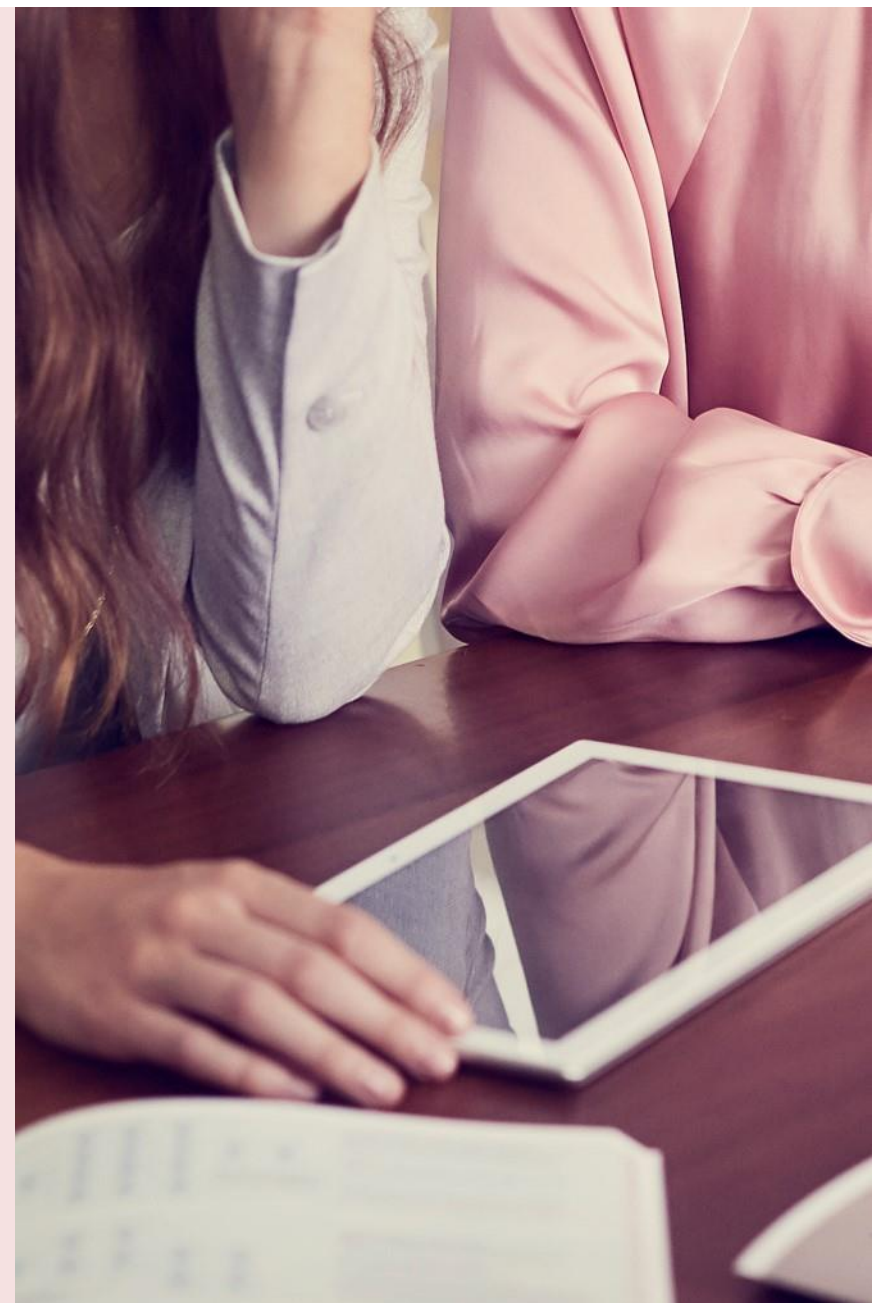
При нарушении правил

Чтобы пользователи Facebook получали только положительный опыт, соцсеть отслеживает активность каждого пользователя и контролирует соблюдение стандартов сообщества.

Как только система выявляет нарушителя, происходит ручная проверка действий. После её завершения принимается ряд мер.

Пользователи, неоднократно нарушающие правила Facebook, временно блокируются.

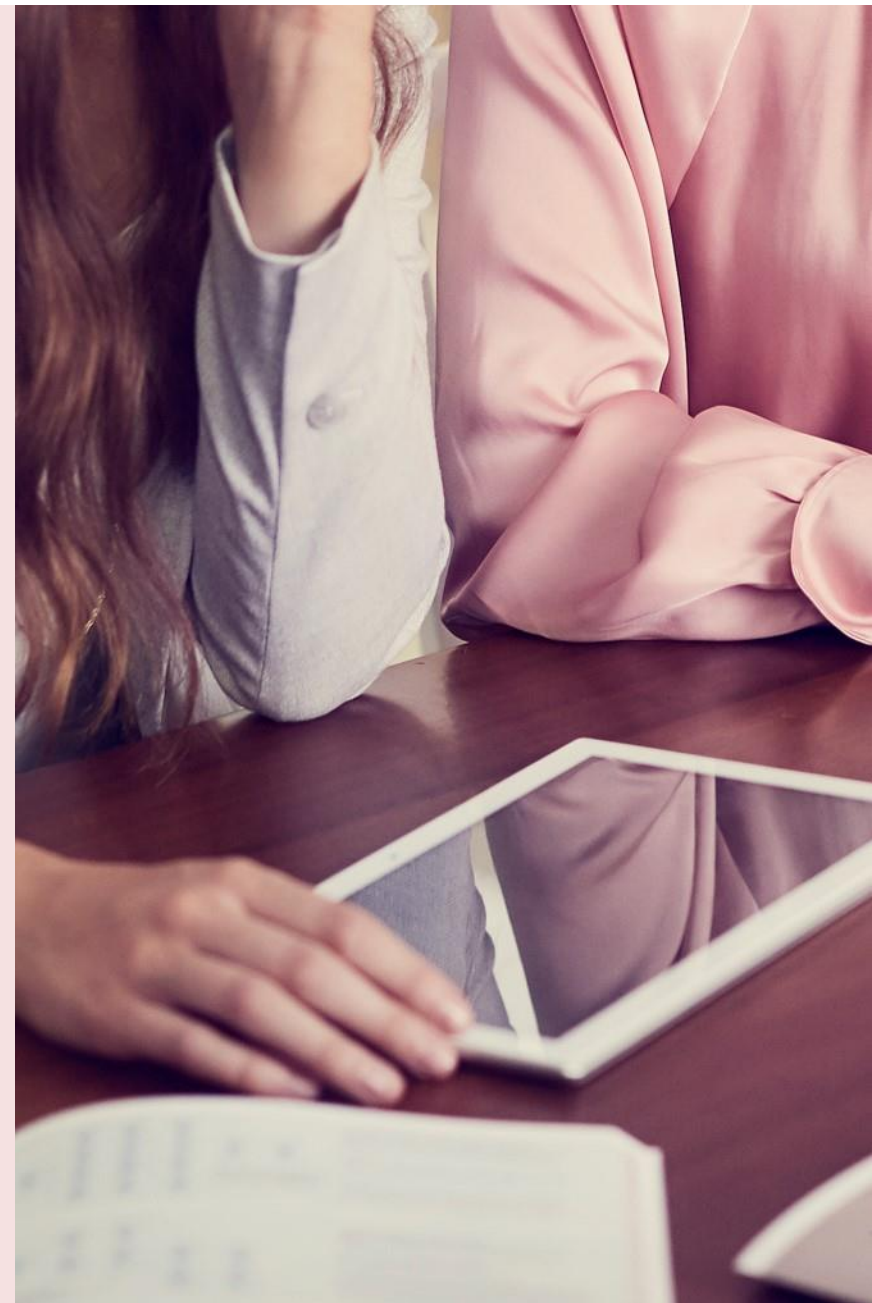
Серьёзные нарушения, например, рассылка спама, приводят к безвозвратному удалению учётной записи на Facebook и блокировке доступа к платформе.



Какие меры предпринимает Facebook?

Есть две основные меры для нарушителей правил.

- Тебе временно запрещают совершать определённые действия или блокируют профиль также на время.
- Самая строгая мера – удаление профиля на Facebook навсегда, и невозможность снова создать учётную запись.





Личный аккаунт (профиль)

- Личный профиль предназначен для общения с друзьями и семьёй
- Ты можешь создать **только один профиль** с личной информацией;
- Твой профиль в Facebook **предназначен только для личного контента и не может использоваться в коммерческих целях;**
- Тебе следует добавлять в друзья только людей, которых ты **знаешь**. Постоянное добавление в друзья незнакомцев нарушает политику Facebook;
- С личным профилем ты можешь подписываться на страницы компаний и публичных личностей и следить за их обновлениями в своей ленте;
- Ты не можешь **делиться логином и паролем своей учётной записи с кем-либо** – это противоречит политике Facebook;
- Ты можешь напрямую писать людям, являющимся твоими друзьями в Facebook.



Бизнес-аккаунт

Бизнес-аккаунт в Facebook посвящён личному бренду и услугам, которые ты предлагаешь как профессионал в своей области.

- Для создания такой страницы нужен личный профиль. К личному профилю можно привязать **несколько бизнес-страниц**.
- **Бизнес-страницей могут управлять несколько людей**, ограничений по количеству нет.
- На бизнес-странице есть функции, которых нет в личном аккаунте, например, **показатели эффективности**.
- Можно подключить свою бизнес-страницу к бизнес-менеджеру Facebook, чтобы пользоваться инструментами FB для бизнеса.
- Людям не обязательно быть подписчиками личного профиля, чтобы видеть обновления твоей бизнес-страницы.
- Нельзя отправлять сообщения людям, которым нравится ваша страница в Facebook, пока они сами не отправят на неё сообщение.

Блокировка аккаунта на Facebook

Временная

Facebook блокирует **конкретный сервис** в учётной записи, при использовании которого **замечено нарушение/рассылка спама**.

Блокировка Facebook в этой категории **временная**.

Как только истечёт период ограничения, работа всех сервисов учётной записи на Facebook восстановится.

Пример: если отправлено много запросов на дружбу, которые не были приняты, система автоматического обнаружения может расценить это как рассылку спама. Система решит, что ты шлешь запросы незнакомцам и наложит временные ограничения на отправку запросов на дружбу.

Постоянная

Если твои действия попали в эту категорию, ты больше никогда не получишь доступ к какому-либо сервису ИЛИ к своей учётной записи Facebook. Это **необратимый процесс**, где второго шанса не будет.

Поскольку связаться с командой по обнаружению спама Facebook невозможно, **ты не сможешь подать апелляцию против** постоянной блокировки.

Пример: если система выявила распространение неприемлемого контента в новостной ленте ИЛИ в нескольких группах Facebook, его распространитель становится претендентом на постоянную блокировку в Facebook.

Причины блокировки на Facebook

Временная

- Отправка запросов на добавление в друзья людям, которых ты не знаешь.
- Присоединение к слишком большому количеству групп одновременно.
- Одновременная отправка одного и того же сообщения в несколько групп.
- Одновременная отметка слишком большого количества людей в контенте.
- Постоянное использование личного профиля для продвижения бизнеса.
- Публикация или повторная публикация контента, отмеченного Facebook как спам.

Постоянная

- Размещение изображений обнажённой натуры и другого контента сексуального характера.
- Разжигание ненависти, реальные угрозы или прямые нападки на отдельного человека или группу.
- Контент, содержащий вредительство или насилие.
- Фальшивые профили или профили самозванцев.
- Продвижение продуктов, на которые распространяется ограничения Facebook.
- Использование изображений, отмеченных Google как спам.

Из временной в постоянную блокировку



Что следует делать и чего делать не следует

Подними свой онлайн-бизнес на **новый уровень!**

С помощью этих простых рекомендаций ты узнаешь, что для этого можно делать и чего делать не стоит.

Сайт/блог

Следует

Не следует

URL

Присвой блогу или сайту свое имя или укажи сферу, с которой связан блог\сайт.

[svoyo_imya.xx](#)

<https://beauty-manager.ru>

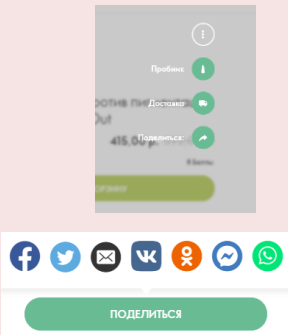
Собственность

Укажи, что ты - владелец блога/сайта и Партнёр бренда Oriflame.

**БЛОГ НЕЗАВИСИМОГО ПАРТНЕРА БРЕНДА ОРИФЛЭЙМ
ИВАНА ПЕТРЕНКО**

Изображения Oriflame

Используй изображения из «Библиотеки контента Орифлэйм», а также кнопки соцсетей для распространения изображений с www.oriflame.ru. Это автоматически создаст ссылку на сайт-источник и позволит использовать изображения высокого качества.



Логотип Oriflame

Используй свои изображения и создавай собственный контент.



Не используй слово «Oriflame» в названии или URL-адресе твоего блога или сайта.

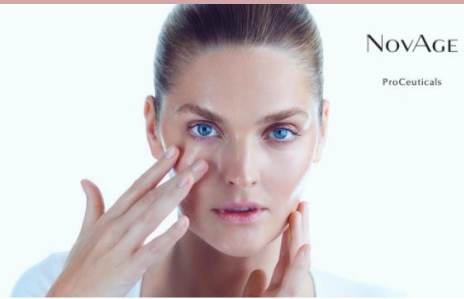
oriflame-company.ru

Не создавай впечатление, что твоим блогом/ сайтом управляет Oriflame.

<https://xxxxx.ru>

Акции Орифлэйм Россия, распродажи, скидки
Новые акции Орифлэйм для консультантов и клиентов. Распродажи

Не сохраняй изображения Oriflame и не публикуй их в своём блоге/сайте. Они защищены авторским правом, и у тебя могут возникнуть проблемы с законом.



Не используйте логотип Oriflame в своём блоге или на сайте.



Соцсети

Изображение профиля

Для профиля используй свою фотографию.



Имя аккаунта

Используй своё ФИО и чётко укажи, что ты — Партнёр бренда Oriflame.

Public Figure
Ирина Харитонова
Предприниматель. Эксперт по красоте и ЗОЖ. 🌟🔥📱 Партнер бренда Oriflame

Контент

Делись личными фото, рассказывая подписчикам о своей жизни. Люди хотят познакомиться с тобой! Используй только качественные изображения.



Следует

Не следует

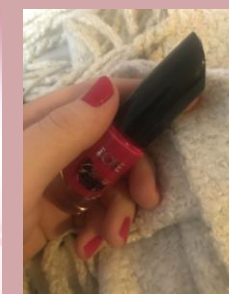
Не используй логотип Oriflame или обложку каталога в качестве главного фото профиля.



Следи за тем, чтобы твой аккаунт не казался официальным аккаунтом Oriflame и не используй имя, которое люди могут принять за официальный аккаунт.

oriflame_bikin Follow
190 posts 3,602 followers 590 following
Орифлейм. Бизнес онлайн
Натуральная шведская косметика
Продукция для всей семьи 🧑👩👦

Не делись фото из каталога или фото плохого качества.



Соцсети

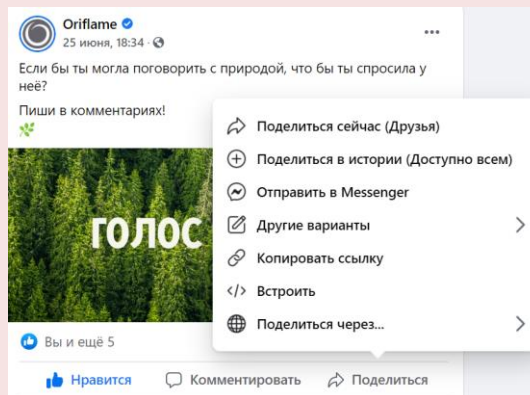
Следует

Не следует

Делиться контентом

Персонализируй контент, добавляя собственные рекомендации.

Спроси у автора разрешения, если нет кнопки «Поделиться». Указывай источник!



Не распространяй фото без разрешения автора. Не используй фотографии, автором которых ты не являешься.

Комментарии

Различай личное мнение и официальную информацию и всегда уточняй, что твоё личное мнение принадлежит только тебе. (Подробнее на стр. 39-40).

Следи, чтобы твоё личное мнение не отождествлялось с мнением Oriflame.

Приватность

Установи настройки конфиденциальности в своих учётных записях соцсетей и регулярно меняй пароли.

Не размещай слишком много личной информации. Не разглашай данные твоего аккаунта Oriflame или банковские реквизиты.

Маркетинг

Следует

Не следует

Авторство

Убедись, что в твоих рекламных объявлениях чётко указано, что ты – **Партнёр** бренда Oriflame.

<https://www.instagram.com> > bo

Я партнёр бренда Орифлэйм.

Ключевые слова

В контекстной рекламе делай ставку на нишевые ключевые слова с высокой релевантностью – они дешевле!

Преимущества продукта

Используй утвержденные Oriflame заявления о свойствах продукта, фото «до и после» или твои личные фото. Продвигай продажи своими реальными отзывами и опытом применения.



Не создавай впечатление, что Oriflame – автор твоих рекламных объявлений.

<https://>

Орифлэйм: каталоги, акции, офисы, продукция

Не используй в контекстной рекламе ключевые слова, связанные с брендом: Oriflame, Орифлэйм и любые их фонетические имитации, NovAge, Ecollagen.

Не используй поддельные изображения и не распространяй ложные заявления о продуктах и бренде.



Основное

Следует

Не следует

Авторские права

Если ты хочешь использовать фото или видео, сделанные кем-то другим, запроси разрешение на публикацию. В случае положительного ответа укажи имя автора либо добавь ссылку на источник.

Не публикуй материалы, защищенные авторским правом, без разрешения их владельца.

Особые темы (политика, религия и т.д.)

Когда ты создаёшь или публикуешь контент как Партнёр бренда, займи нейтральную позицию. Оставь личное мнение для своей частной жизни.

Не используй бренд Oriflame для поддержки или продвижения политических взглядов или религиозных идей.

Поведение

Будь доброжелательным в сети!

Не размещай дискредитирующую, клеветническую, оскорбительную, угрожающую информацию, а также информацию, разжигающую расовую или этническую ненависть, или другую агрессивную или незаконную информацию и материалы.

Конфиденциальность

Следуй нашим правилам.

Не сообщай данные клиентов. Не сообщай о ещё незапущенных продуктах. Не публикуй каталоги и другие материалы, еще не размещенные на сайте Oriflame, а также любую другую конфиденциальную информацию.

Бизнес-возможности

Публикуй только действующие предложения и программы, размещенные на региональном сайте Oriflame.

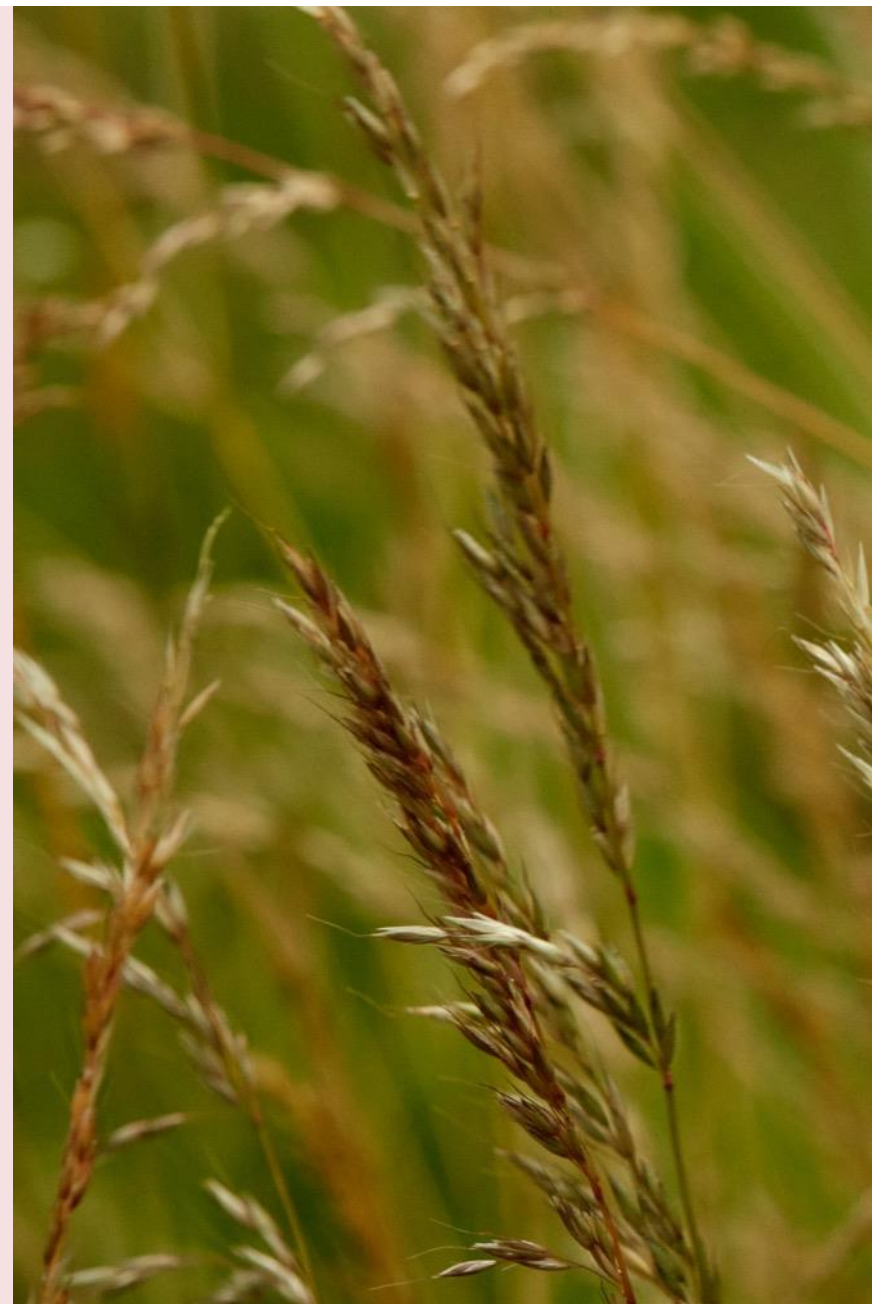
Не публикуй специальные предложения и программы, если они не действительны в текущем каталоге

Важное примечание

Будь в курсе основных принципов и правил Oriflame.

Внимательно изучи:

- «План Успеха»
- «Устав и Этический кодекс Oriflame»
- «Правила поведения Партнёра бренда в интернете»



Социальные сети

Узнай больше о **крупнейших** в мире социальных медиаплатформах и о том, какой контент **уместен** для каждой из них.



Социальные сети

За последние несколько лет соцсети оказали серьезное влияние на развитие бизнеса. Благодаря соцсетям Партнёры бренда Oriflame смогли существенно расширить охват аудитории, выстраивая отношения и быстро рассылая сообщения.

Однако у этой медали есть и другая сторона. Соцсети – мощный инструмент, неправильное использование которого может отпугнуть друзей и клиентов.

Тебя когда-нибудь добавляли в группу Партнёра бренда на Facebook без разрешения? Получаешь ли ты ежедневно бизнес-сообщения, засоряющие твою ленту новостей? Получаешь ли ты нежелательные сообщения о бизнесе? Именно такие действия могут нанести вред репутации социальных продаж.

Чтобы добиться успеха в соцсетях – руководствуйся ценностью отношений с людьми. Будь искренним и стань другом в первую очередь. Привлекай людей в свой бизнес, показывая, насколько это весело, насколько полезны продукты и как бизнес делает тебя счастливым и удовлетворяет потребности твоей семьи.

Есть два эффективных способа привлечь внимание пользователей в соцсетях – это **сила сообщества** и **сила историй**.



Мир возможностей

98%

пользователей интернета –
пользователи соцсетей

87% смартфонов

смартфоны сегодня стали
**основным социальным
гаджетом** – 87% доступа к
соцсетям осуществляется с
них

Приблизительно

1 из каждых 3

минут, проведённых в
интернете, посвящена
**соцсетям и отправке
сообщений**

8 аккаунтов

в среднем есть у обычного
пользователя интернета сегодня
**против трёх
в 2012 году**



И это важно, потому что...

4 из 10

интернет-пользователей следят за своими любимыми брендами в соцсетях, а четверть респондентов до 35 лет говорят, что активность и поддержка бренда в соцсетях влияют на их решения о покупке

71%

потребителей, у которых был положительный опыт взаимодействия с брендом в социальных сетях, порекомендуют бренд своим друзьям и семье

50%

покупателей косметики, увидевших интересный пост в Instagram, будут предпринимать дальнейшие действия (кликать, покупать или искать дополнительную информацию)

67%

покупателей косметики в возрасте от 35 до 64 лет на 50% вероятнее, чем миллениалы, используют Instagram для поиска и сравнения цен

Платформы

Обзор наиболее популярных и широко используемых глобальных социальных сетей с нашими рекомендациями по продажам, рекрутированию и общению.

Facebook

Instagram

YouTube

Telegram

WhatsApp

TikTok



Facebook

Facebook – ключевая соцсеть, где можно делиться фото, видео и текстовой информацией.

Рекомендуем интегрировать информацию об Oriflame естественно: делиться впечатлениями, отзывами и описанием продуктов, которые тебе нравятся.

Для публикации на Facebook идеально подойдут личные фото, статьи Beauty Edit, видео, советы и обзоры продуктов Oriflame.

Facebook – сеть, в которой важна активность. Поэтому регулярно проверяй свой профиль, задавай вопросы, отвечай на комментарии.

Посети официальный аккаунт Oriflame Moldova на Facebook



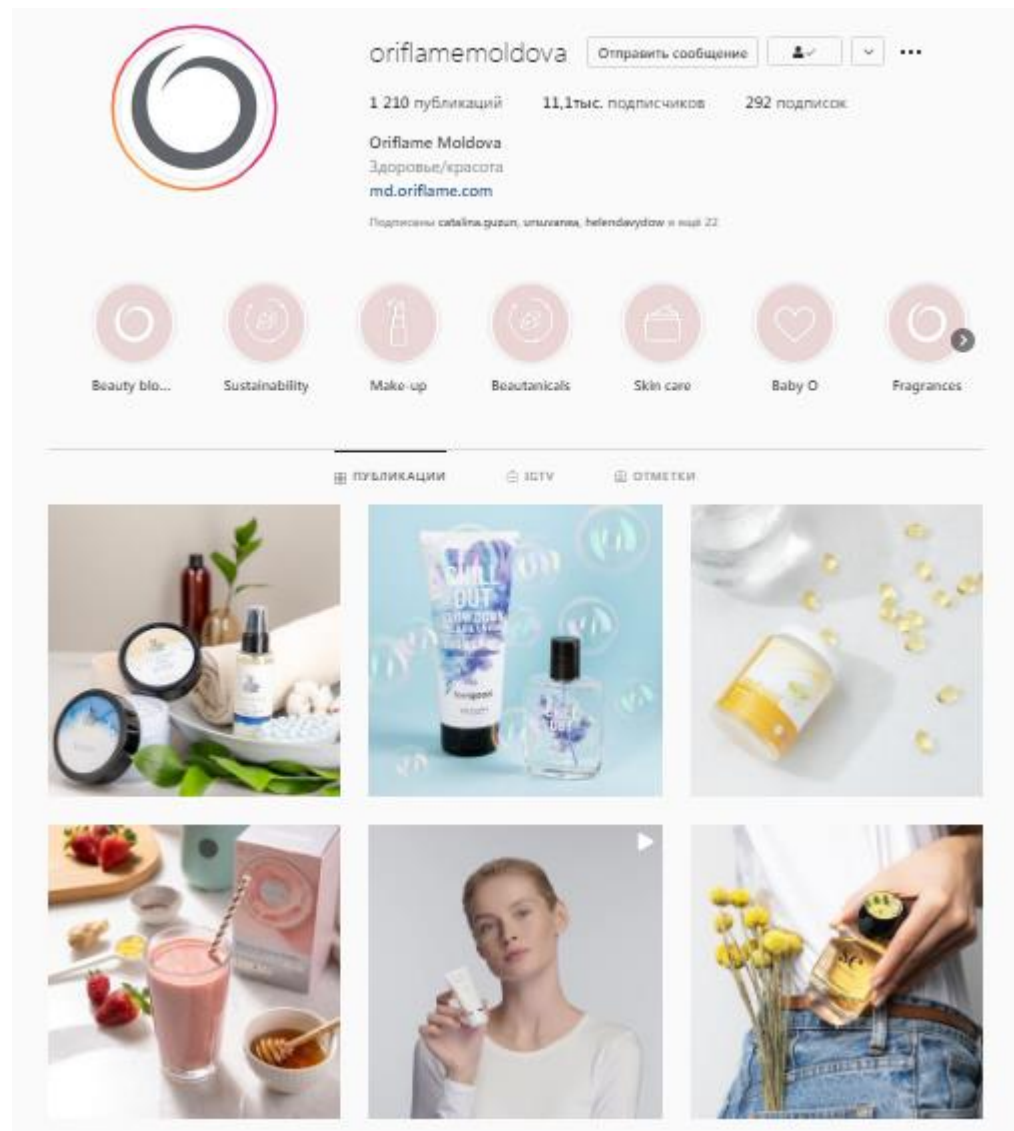
Instagram

Будучи самым популярным приложением для обмена фото, Instagram поможет тебе в рекрутировании и рекомендации продукции Oriflame.

Для публикации в Instagram подходят фото из твоей повседневной жизни, рассказы о мероприятиях Oriflame и конференциях, описание продуктов и советы по стилю и уходу за собой.

Главное в Instagram – естественность, поэтому нужно раскрыть свою индивидуальность и сосредоточиться на реальных моментах из жизни. Перемешай их с фото из Библиотеки контента Oriflame. Выбери максимально соответствующие твоим целям в продажах и рекрутинге.

Посети официальный аккаунт Oriflame Moldova в [Instagram](#)

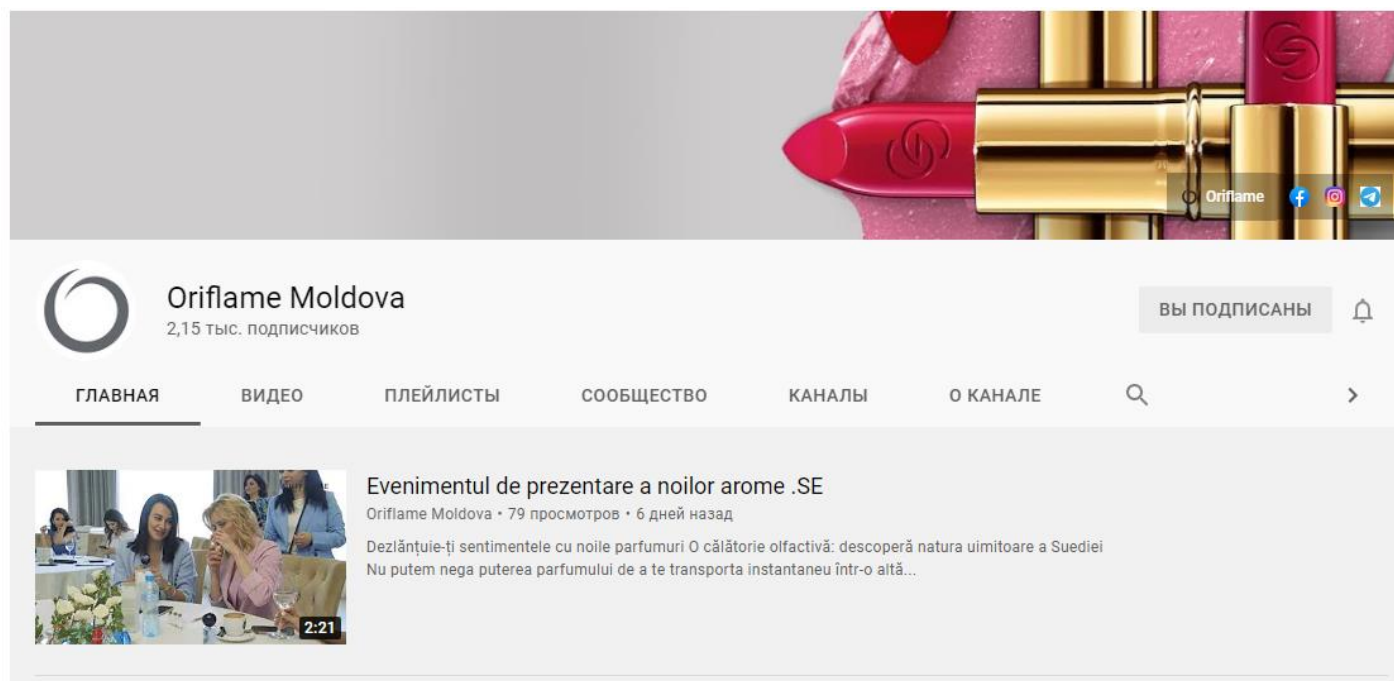


YouTube

YouTube в приоритете у молодежи. Это отличная площадка для привлечения новой аудитории. Здесь можно демонстрировать продукты Oriflame, делиться официальными мастер-классами Oriflame и создавать свои обучающие видеоролики.

Тенденция «влогинга» (видеоблогов) сделала YouTube идеальной платформой для освоения новых навыков, например, «как сделать макияж “кошачьи глаза”». Следи за трендами и делись со своими подписчиками вдохновляющими и полезными видеороликами!

Посети официальный аккаунт Oriflame Moldova на YouTube



WhatsApp

WhatsApp – мультифункциональная платформа, которая изначально использовалась как приложение для обмена сообщениями и звонками.

Один из самых полезных инструментов управления и развития структуры, поиска новых клиентов и построения сильного сообщества.

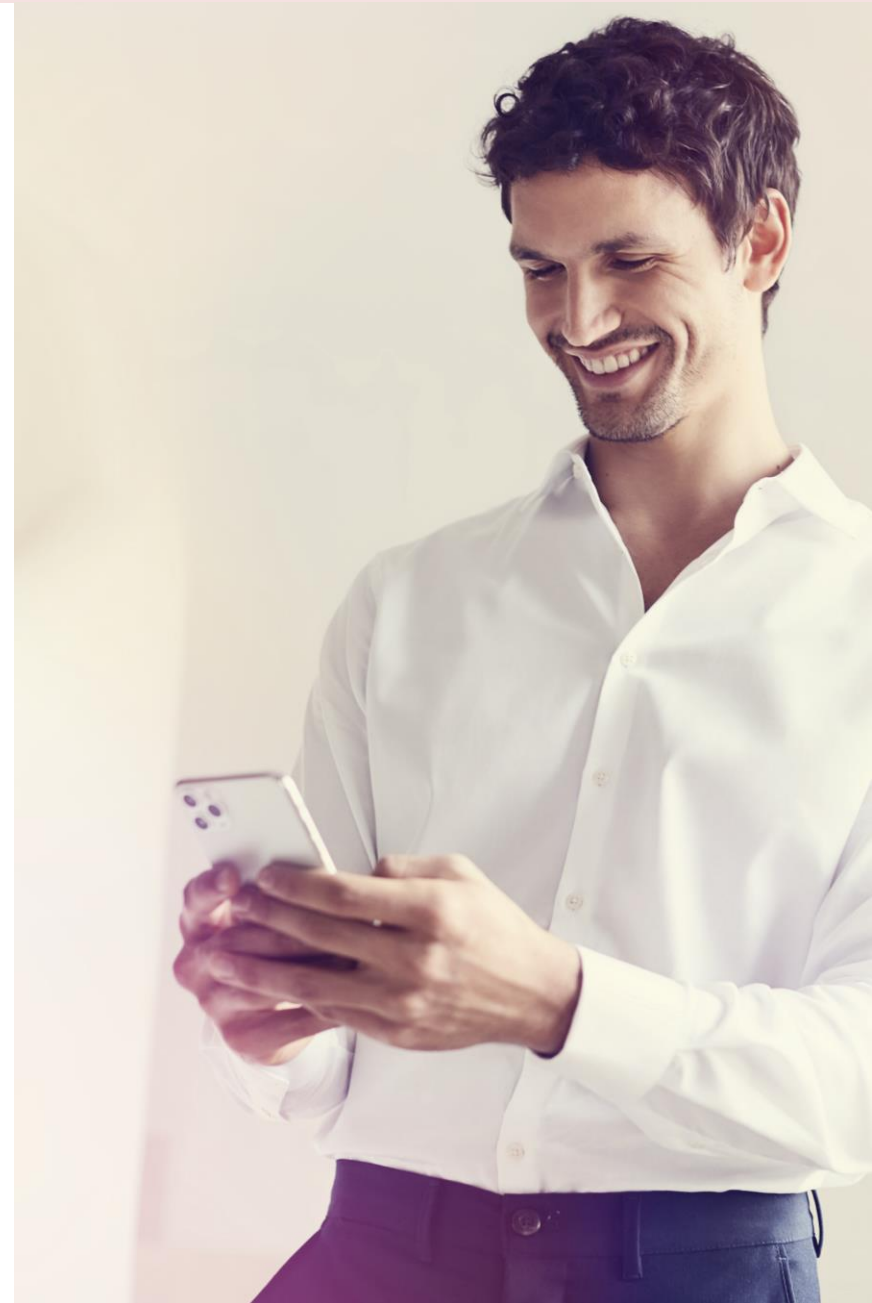
Делись оперативной информацией, Историями Успеха, мотивирующими сообщениями, продуктовыми новинками, обзорами и т.п.



TikTok

TikTok – это модная современная платформа, предоставляющая возможность спонтанно делиться фактами своей жизни, создавая короткие видео о себе.

В TikTok можно выкладывать видео о продуктах и их использовании, мастер-классы, отзывы и любые события из твоей жизни.



Инструменты для создания контента

У Oriflame есть Библиотека контента для Партнёров бренда



Инструменты для создания контента

Ключевой компонент успеха в соцсетях – создание интересного и привлекательного контента. Сообщения в **твоей** ленте должны рассказывать подписчикам, кто ты и чем для тебя полезно партнёрство с Oriflame.

Убедись, что твой контент - не **точная копия** публикаций из официальных соцсетей Oriflame. Так ты **создашь личный бренд и укрепишь доверие** среди существующих и потенциальных подписчиков.

Мы **рекомендуем создавать свой контент разных форматов**: фото «до и после», распаковку заказа или отзывы о продуктах. В то же самое время мы также предоставляем контент, которым ты можешь делиться в соцсетях.

У тебя есть доступ к **Библиотеке контента Oriflame на сайте**. Этот инструмент очень полезен особенно тем, кто начинает свой путь с Oriflame, и при нехватке времени или ресурсов для создания своего контента.



Библиотека контента

Библиотека контента – готовые к использованию материалы, созданные профессионалами.

Библиотека контента доступна в твоем личном кабинете на сайте Oriflame. Просмотри галерею и выбери изображение, которым хочешь поделиться. Нажми «Поделиться» и перед публикацией добавь к изображению своё сообщение

Ты также можешь загрузить изображение на свои устройства для последующего размещения. Используй панель поиска для подбора нужного тебе контента.

Например, если хочешь продвигать средства для ухода за кожей NovAge, зайти в Библиотеку контента и **введи «Novage» в строку поиска**. Ты получишь подборку изображений, связанных в брендом NovAge, сможешь **сохранить их на своём устройстве и позже опубликовать в соцсетях**.

Ведение блога

Сегодня каждый хочет быть блогером.

Но как им стать? Прочитай следующую главу, чтобы **узнать об этом!**



Что нужно знать

1. Будь экспертом

Выбирай тему, вызывающую у тебя искренний интерес и придерживайся её. Убедись, что тема блога соответствует твоим целям: если хочешь продавать бьюти-продукты, води бьюти-блог, если ты нацелен на приглашение людей в свою команду – сфокусируйся на темах, связанных со стилем жизни.

2. График

Блог нужно вести регулярно, обновляя контент минимум раз в неделю. Распланируй посты, попробуй публиковать их в одни и те же дни недели, чтобы подписчики знали, когда ждать новый контент.

3. Вовлечение

Вовлекай аудиторию в общение. Обращай внимание на комментарии, отвечай профессионально и дружелюбно. Не забывай сохранять спокойствие, если получаешь критику!

Общайся честно, не удаляй комментарии, с которыми не согласен, но не забывай о модерации комментариев, чтобы удалять спам.



Что нужно знать

4. Изображения и видео

Блог должен быть визуально привлекательным, поэтому публикуй фото вместе со постами. Сейчас в тренде акцент на фото и видеоконтент, он более востребован, чем текстовый, поэтому снимать короткие видео для блога или вести видеоблог на YouTube – отличная идея.

5. Продвижение

Соцсети – лучший инструмент для продвижения своего блога. Выбери для себя наиболее эффективный канал для продвижения и делись на нём ссылками на свои статьи/посты.

6. Ссылки

Если рекомендуешь продукты Oriflame, оформляй название продукта как гиперссылку на сайт Oriflame.

7. Будь собой

Как и с соцсетями, ключ к успеху блога – быть самим собой. Сохраняй позитивный тон общения и создавай уникальный контент!

Политика ведения блогов

Если ты собираешься вести блог как Партнёр бренда, следуй правилам.

Для доверительных отношений с подписчиками води блог от своего имени. Должно быть ясно, что блог личный, а не официальный сайт/блог Oriflame и что мнение, выраженное в блоге, принадлежит тебе.

Запрещён контент, связывающий Oriflame с политическими лицами и организациями, а также связанный с критикой людей и компаний.

Нельзя публиковать и размещать ссылки на материалы дискредитирующего, клеветнического, угрожающего, оскорбительного характера, нарушающие права на неприкосновенность частной жизни других лиц.

Не размещай материалы, защищённые авторским правом, за исключением случаев:

(а) ты – правообладатель, (б) у тебя есть письменное разрешение на публикацию от их владельца, (в) ты уверен, что использование материала, защищённого авторским правом, разрешено правами «добросовестного использования». Это твоя ответственность, и Oriflame не может оказать тебе юридическую поддержку при таких нарушениях.



Вовлечение

Соцсети - это гораздо больше, чем публикация интересных изображений.

Это в первую очередь общение!

В этой части ты узнаешь, **где и как общаться** онлайн.



Вовлечение

Вовлечение – это побуждение людей к действию в онлайн среде: поставить «лайк», подписаться на аккаунт в Instagram или YouTube канал, присоединиться к группе, посмотреть видео, ответить на вопрос или задать его.

С помощью онлайн-коммуникации можно укрепить доверие, создать сильное сообщество и наслаждаться общением.

В результате это укрепит твою репутацию Партнёра бренда Oriflame и обеспечит рост продаж в долгосрочной перспективе.

Просто не забывай всегда следовать правилам из этого справочника и ознакомься с **«10 золотыми правилами общения в сети»** (стр. 64) перед тем, как строить личный бренд в интернете.

На следующих страницах ты найдешь примеры, как правильно присоединиться к онлайн-обсуждению и на что обратить внимание.

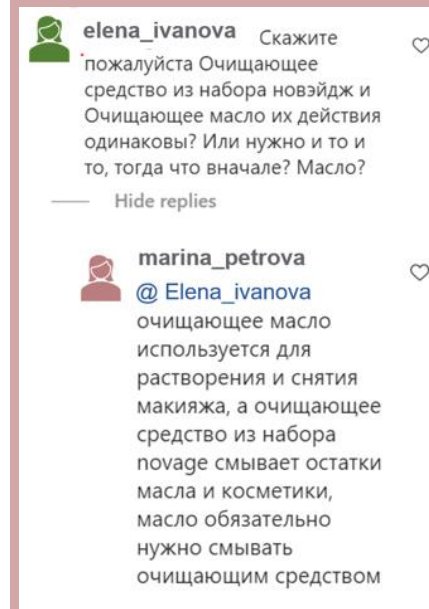
Соцсети

Соцсети строятся вокруг сообществ. Интересуешься ли ты красотой или здоровым образом жизни, об этом ежедневно говорят миллионы людей. Важно знать, когда именно присоединиться к таким обсуждениям.

Как Партнёр бренда Oriflame ты должен понимать, какие сообщества и люди важны в рамках твоей стратегии. Просматривай хештеги (#) и следи за аккаунтами/группами единомышленников. Это могут быть группы о красоте, материнстве, фитнес-группы и т.д.

Когда видишь, что можешь внести свой вклад в разговор (с фактами и/или предложением продукта), присоединись к обсуждению. Убедись, что отвечаешь по теме и добавляешь ценность беседе, а не рассылаешь спам с предложениями о покупке или бизнесе. Будь полезен!

В верхнем правом примере показан хороший способ повысить ценность комментариев в соцсетях. Нижний пример показывает, как работать с хештегами.



Марина добавляет ценность обсуждению, делась советами, как пользоваться продуктами.



#кислотывухеде
#сывороткакислотами
#омоложениелица
#кислотныйпилинг
#красотаиздоровье #musthave
#сыворотка #краснодар
#красота #вналичи #spf30
#koreancosmetics #отморщин
#top #длялюбоготипакожи
#длялюбогвозраста

Эксперт использует релевантные для тематики ее аккаунта и публикации #хэштэги. Это позволяет людям, интересующимся красотой, легко находить её аккаунт.

Блоги

Свой блог – отличная возможность для развития личного бренда и повышения доверия. Кроме публикации описания, отзывов и продуктовых обзоров, ты можешь продемонстрировать свою экспертность, отвечая на комментарии читателей.

В **своем блоге** ты можешь себе позволить настойчиво и активно предлагать продукт, поскольку люди сделали осознанный выбор и подписались на твой блог.

Полезно наблюдать за другими блогерами, пишущими о красоте и/или здоровье. Это могут быть не самые популярные блогеры, главное, чтобы их темы были созвучны Oriflame. У них в блогах можно быть полезным, комментируя их сообщения или отвечая на комментарии других людей.

Прежде, чем начнёшь, обязательно внимательно ознакомься с материалом публикации, поделись своим опытом и предложи продукты, которые имеют прямое отношение к теме публикации.

Пример справа – хороший способ повысить ценность поста в блоге.

Светлана

Добрый вечер!

Девушки подскажите, пожалуйста, как правильно использовать сыворотку с ретинолом?

И можно ли ее использовать вместе с сывороткой пилинг....

Вечером пилинг, а утром ретинол

← 3 19:51

Наталия

Светлана

Добрый вечер! Девушки подскажите, пожалуйста, как прави...

Вечером, очищаете кожу, ждете когда высохнет, потом наносите сыворотку, ждете когда высохнет. Потом по желанию ночной крем.

Вводите по схеме 1 р в неделю - первая неделя, 2 р в неделю - вторая неделя, 4 р третья неделя, и ежедневно с 4 недели.

Обязательно днем крем спф 50. Иначе могут пойти пигментные пятна.

21:39

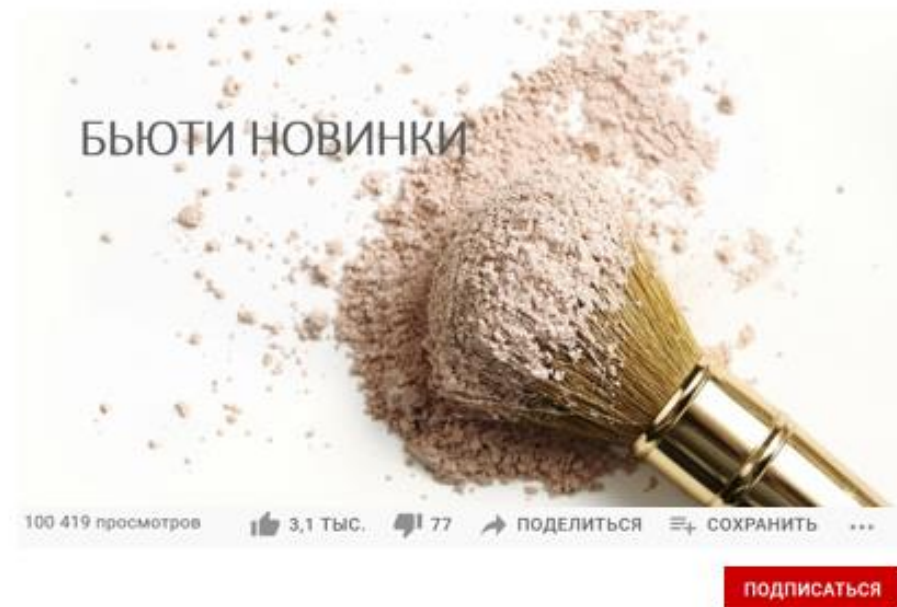
Наталия даёт советы и отвечает, как пользоваться продуктом. Она делится своим опытом и рекомендует, как именно использовать сыворотку.

Видеоблоги (влоги)

На популярных бьюти-каналах (на YouTube или других платформах для обмена видео) влогеры публикуют видеоролики, в которых обсуждают проблемы и тенденции в мире красоты, или учат подписчиков пользоваться продуктами.

Раздел комментариев – отличное место, чтобы делиться своим опытом, привлечь внимание влогера и его/её подписчиков, предложить продукт.

Пример справа показывает пример ценного комментария на YouTube.



Т Отличные продукты! Спасибо за обзор! Я визажист и оценила новинку Орифлэйм, тени: Жемчужный розовый, Бархатный сливовый, Магический черный. Подобные видела в палетке МАК. Отличное качество по очень приятной цене. В текущем каталоге идет с очень хорошей скидкой! С удовольствием помогу вам с выбором продуктов для безупречного макияжа, обращайтесь!

Татьяна рекомендует свои любимые продукты. Комментарий относится к тематике видео и добавляет ценности обсуждению.

10 золотых правил общения в сети

Хочешь работать с соцсетями как профессионал?
Тогда эта глава **для тебя!**



10 золотых правил общения в сети

Эти правила актуальны для всех соцсетей и онлайн-каналов коммуникации

1. Внимательно читай обсуждение

Вникай в суть беседы. Кто самый активный и авторитетный участник? Как меняется обсуждение со временем, если меняется? Участвуй в обсуждении только тех тем, которые тебе понятны и где есть, что добавить.

2. Привноси ценность в обсуждение

Убедись, что вносишь свой вклад в обсуждение. Например, делись идеями, полезной информацией о продукции, сервисе и т.д. Позаботься, чтобы твоё сообщение было адресовано нужной целевой аудитории, иначе оно может попасть в спам – этого следует избегать любой ценой.

3. Поддерживай беседу

Если следишь за обсуждением темы, выбери удачный момент, чтобы вступить в дискуссию, имеющую отношение к Oriflame, и внести свой вклад в беседу. Будь позитивен, присоединяясь к обсуждениям.



10 золотых правил общения в сети

Эти правила актуальны для всех соцсетей и онлайн-каналов коммуникации

4. Будь открыт и честен

Говори правду. Любая умышленная недосказанность в онлайн-сообществе быстро становится очевидной. Называй своё настоящее имя, свой статус в Орифлэйм и сообщай, чем ты можешь быть полезен.

5. Будь самим собой.

Раскрой свою индивидуальность.

6. Уважай других

Помни, что Oriflame – глобальная компания, представители которой (сотрудники, Партнёры и клиенты) придерживаются самых разнообразных традиций и точек зрения. Будь собой, но уважай других. Речь не только об исключении экстремальных проявлений (расизм, сексизм, насилие, ненормативная лексика и т.д.), но и об уважении к чужой частной жизни, деликатности и воздержания от обсуждения таких тем, как политика, религия т.д.



10 золотых правил общения в сети

Эти правила актуальны для всех соцсетей и онлайн-каналов коммуникации

7. Сохраняй конфиденциальность

Oriflame приветствует активное продвижение Орифлэйм в интернете Партнерами бренда. Однако помни об ограничении на публикацию материалов, защищенных авторским правом, преждевременную публикацию материалов, которые являются конфиденциальными и не могут быть общедоступными до их официального появления на сайте Oriflame, например, информацию о будущих новинках, акциях и т.д. При цитировании официальных материалов, опубликованных на сайте Oriflame, ссылка на источник обязательна (например, «опубликовано на сайте www.oriflame.md, 2020»)

8. Избегай споров

Если ты – свидетель дезинформации о компании в соцсетях, ты имеешь право не согласиться с этим и выразить своё мнение, проявляя при этом уважение к оппонентам и оперируя фактами.



10 золотых правил общения в сети

Эти правила актуальны для всех соцсетей и онлайн-каналов коммуникации

9. Признавай и исправляй ошибки

Если ты допустил ошибку, найди в себе смелость признать её и быстро исправить.

10. Не забывай о своих непосредственных обязанностях

Убедись, что твоё участие в блогах, микроблогах и соцсетях не отвлекает тебя от главного – прямых обязанностей по управлению своим бизнесом в Орифлэйм, по взаимодействию с партнерами и клиентами.

Правовая информация и последствия нарушений

Узнай, что не рекомендуется делать в интернете и что произойдёт,
если не следовать рекомендациям.

Юридическая информация

Партнёры бренда Oriflame – независимые сторонние подрядчики Oriflame, не связанные с компанией.

Oriflame не несет ответственность за заявления, действия или бездействие Партнёров через или в связи с их присутствием в интернете, включая соцсети.

Физические лица несут личную ответственность за комментарии, которые считаются клеветническими, непристойными (в соответствии с законом), посягающими на права частной собственности, позорящими честь (независимо, относятся они к Oriflame, другим лицам, любой другой компании).

Oriflame может подать судебный иск против Партнёра бренда, если компания несёт расходы и/или ущерб в результате некорректного использования соцсетей.

Последствия нарушений

При нарушении вышеуказанных правил Партнёр будет уведомлён по электронной почте Региональным менеджером по продажам.

Затем тебе необходимо согласовать онлайн-общение с политикой Oriflame в течение двух недель.

Если не внести необходимые изменения, твой номер Партнёра бренда Oriflame будет заблокирован.



Спасибо!

Если остались вопросы, пожалуйста, напиши на
Ethicscis@oriflame.com.

ORIFLAME
— S W E D E N —