



Técnicas inclusivas

Kit de herramientas de marketing



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

Contenido

- Cómo usar el kit de herramientas
- Uso de las marcas registradas de PADI
- Directrices de la marca
- Descripción general de la campaña
- Materiales adaptables
 - Publicaciones para redes sociales
 - Historias para redes sociales
 - Recursos de video
 - Plantillas y encabezados para emails
- Descargar materiales
- Recursos
- Encuesta de herramientas



Cómo utilizar este kit de herramientas

Los recursos de marketing de este kit de herramientas son plantillas para que Centros de Buceo y Resorts PADI las editen con la información de su empresa y el idioma local dentro de Canva y la plataforma de correo electrónico que elijan. Para usar este kit de herramientas de manera efectiva, necesitarás una cuenta de Canva.

1. Crea o inicia sesión en tu cuenta de Canva
2. Haz clic en cualquier enlace de materiales dentro de este kit de herramientas
3. Los materiales se importarán automáticamente a tu cuenta de Canva
4. Personaliza los materiales para que se ajusten a las necesidades de tu Centro de buceo o Resort
5. Descarga tus materiales creativos finales e intégralos en tus iniciativas de marketing

Los enlaces a todos los materiales que se muestran en el kit de herramientas se pueden encontrar en la página Descargar materiales.



Canva es una plataforma de diseño gráfico gratuita que permite a los usuarios crear gráficos, carteles y otro contenido visual para redes sociales.

[Crea una cuenta de Canva ahora](#)

Uso de las marcas registradas de PADI

Como miembro de PADI, te encuentras entre los profesionales del buceo más buscados y respetados en todo el mundo. Tu membresía también ayuda a respaldar los esfuerzos de la organización PADI para acelerar la recuperación de la industria y para salvar nuestro océano.

De acuerdo con las Directrices de uso de marcas comerciales de los miembros de PADI, el uso de los materiales de marketing de la marca PADI solo está autorizado para ser utilizado por miembros de PADI renovados. Por lo tanto, solicitamos respetuosamente que los miembros de PADI no renovados se abstengan de utilizar las marcas registradas de PADI para promocionar su negocio.

Si actualmente eres un miembro de PADI no renovado y quieres aprovechar los materiales de marketing de la marca PADI, visita tu PADI Pro Portal y sigue el proceso de renovación de membresía o comunícate directamente con el Servicio al Cliente de PADI.



Servicio al Cliente

PADI Américas: membersvcs@padi.com

PADI Asia Pacífico: memdep@padi.com.au

PADI Europa, Medio Oriente y África:
pros.emea@padi.com

Directrices de la marca

Todo lo que hacemos da forma a la imagen que las personas tienen de nuestra empresa, cultura, productos y servicios. Cada punto de contacto transmite un mensaje que se deriva de nuestra identidad. Esto es lo que somos.

Logo

Asegúrate de usar el logotipo y el eslogan de PADI® actuales. Accede a las opciones del logotipo de PADI® [aquí](#)

Color

Usa únicamente colores de marca aprobados en los elementos de diseño. El blanco debe ser el color primario, con azul secundario:

Azul PADI	HEX #0070D3	RGB 0, 112, 211
Rojo PADI	HEX #F23D4E	RGB 242, 61, 78
Blanco	HEX #FFFFFF	RGB 255, 255, 255
Negro	HEX #000000	RGB 0, 0, 0

Tipografía

Usa fuentes de una marca PADI llamada Noto Sans. Trata de no usar el formato negrita. La copia debe ser en blanco o negro. [Descarga Noto Sans aquí.](#)

Imágenes

Menos es más: deja que la imagen hable. Si un elemento no agrega valor, no lo uses (rara vez se necesitan bordes, gráficos e imágenes prediseñadas). El espacio en blanco es un buen espacio. Si te sientes abrumado por el diseño, tu audiencia también lo hará.

Estilo

Todo el contenido debe respaldar la misión y la visión de la marca PADI e inspirar al público a Buscar Aventuras. Salvar el Océano. Nuestro estilo es auténtico, inspirado, esperanzador, inclusivo e impulsado por el medio ambiente.

Descripción general de la campaña

La historia de PADI está repleta de personas cuyas vidas han sido transformadas por el buceo, sus vidas mejoraron porque pudieron experimentar y explorar el mundo submarino a través de los programas y certificaciones PADI. El enfoque de PADI para la educación de buzos siempre ha sido inclusivo; todos los que cumplan con los requisitos son bienvenidos.

PADI creó dos cursos que se centran en aumentar la conciencia de las diferentes habilidades de los buceadores y explorar técnicas de enseñanza inclusiva para aplicar al entrenar y bucear con buceadores con discapacidades físicas y mentales. Estos cursos amplían aún más las habilidades de los Instructores y Divemasters para centrarse en el estudiante y tener un enfoque prescriptivo al adaptar técnicas para satisfacer las necesidades de los buceadores.

El kit de herramientas de marketing de técnicas inclusivas es para nuestros miembros PADI globales que ofrecen servicios inclusivos o son reconocidos como un centro de servicios inclusivos PADI para que lo utilicen para promocionar esta oferta clave.

Los miembros pueden usar este conjunto de herramientas para:

- promover cursos de técnicas inclusivas en sus centros de buceo o resorts
- promocionar sus instalaciones como instalaciones de servicios inclusivos PADI (centros seleccionados)



Pilares del cambio PADI

TERCER PILAR PERSONAS + HUMANIDAD

Nace el tercer Pilar del Cambio de PADI de la creencia central de que los ambientes acuáticos deben ser accesibles para todos.

[Más información](#)

PILARES DEL CAMBIO PADI



PILAR 3 | PERSONAS + HUMANIDAD

Como organización global, nos esforzamos continuamente por fomentar un entorno de apertura en toda la industria del buceo con un entendimiento compartido de que "bajo el agua todos hablamos el mismo idioma".

Creemos en celebrar y honrar la diversidad de la familia PADI, mientras buscamos constantemente cultivar nuevos caminos hacia el buceo y hacia el mundo submarino. PADI se compromete a trabajar con los miembros de PADI para facilitar y aumentar el acceso de audiencias nuevas y diversas en nuestras comunidades de buceo globales para descubrir y conectarse con el entorno marino.

Conéctate con más buceadores

Localizador de centros de buceo: Filtro de categoría de servicios inclusivos

El Localizador de Centros de Buceo ahora está optimizado para motores de búsqueda para atraer más tráfico de consumidores a tu listado de negocios e incluye un filtro para servicios de instalaciones con servicios inclusivos. La moderna interfaz de búsqueda y los filtros facilitan a los consumidores encontrar un centro de buceo o un resort que mejor se adapte a sus necesidades, lo que lo convierte en una ventanilla única para los buceadores. ¡Obtén más visibilidad publicando tu centro de buceo hoy!

Página de inicio del centro de servicios inclusivos PADI

Los centros PADI que han invertido en infraestructura y servicios operativos integrales que satisfacen las necesidades de los buceadores con desafíos físicos o psicológicos para promover la inclusión en sus programas y actividades de formación de buceadores pueden ser reconocidos en un [página de inicio dedicada](#). Ponte en contacto con fraser.bathgate@padi.com para obtener más información.



Publicaciones para redes sociales



Guía

Estas publicaciones en redes sociales se pueden usar para publicaciones orgánicas o anuncios de medios pagados en Facebook e Instagram. Selecciona la publicación que desees en la página de descarga de materiales y, luego, personalízala con imágenes relevantes para tu región y negocio.

Imágenes

Selecciona una imagen de la biblioteca de imágenes de la campaña PADI o usa imágenes y/o videos inspiradores de tu colección.

Copia

Agrega una copia personalizada a tu publicación para que sea relevante para tu centro de buceo o resort y para tu audiencia. Asegúrate de usar hashtags y etiquetas de ubicación.

Enlace

Vincula tus historias de redes sociales a tu sitio web. Asegúrate de incluir tus enlaces de afiliado de PADI eLearning si los vinculas a padi.com/courses

Historias para redes sociales



Guía

Estas historias de redes sociales se pueden usar para publicaciones orgánicas o anuncios de medios pagados en Facebook e Instagram. Selecciona la publicación que desees en la página de descarga de materiales y, luego, personalízala con imágenes relevantes para tu región y negocio.

Imágenes

Selecciona una imagen de la biblioteca de imágenes de la campaña PADI o usa imágenes y/o videos inspiradores de tu colección.

Copia

Agrega una copia personalizada a tu publicación para que sea relevante para tu centro de buceo o resort y para tu audiencia. Asegúrate de usar hashtags y etiquetas de ubicación.

Enlace

Vincula tus historias de redes sociales a tu sitio web. Asegúrate de incluir tus enlaces afiliados a PADI eLearning si los vinculas a padi.com/courses

Materiales de vídeo

Buceador de apoyo inclusivo



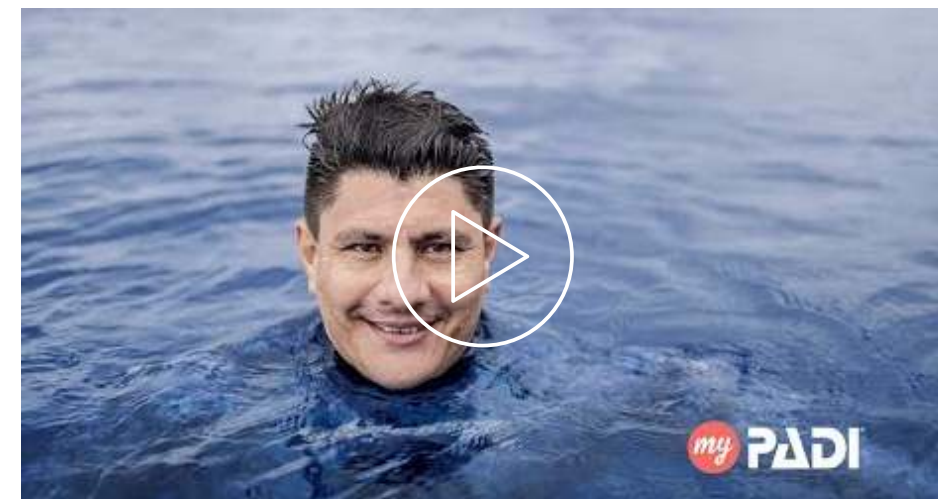
[Watch Now](#)

Bryan Anderson



[Watch Now](#)

Leo Morales



[Watch Now](#)

Mike Coots



[Watch Now](#)

Cody Unser



[Watch Now](#)

Claire Koch



[Watch Now](#)

Biblioteca de videos

¿Estás interesado en crear tus propios videos para usarlos en publicaciones para redes sociales, marketing por email o en el centro?
Ve la Biblioteca de clips de video ubicada en la página de descarga de materiales.

Plantillas y encabezados para emails



Plantillas y encabezados para emails

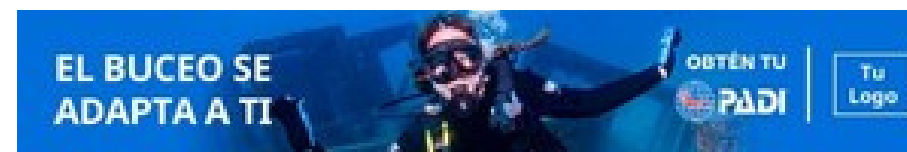
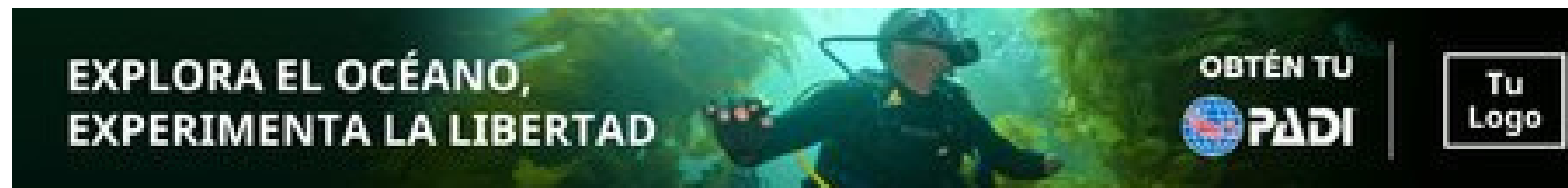
Aprovecha estos encabezados para emails junto con la copia de emails sugerida, que puedes encontrar en la página Descarga de Materiales, que te ayudarán a llenar tus cursos de nivel de entrada.

Sigue estos pasos para crear un correo electrónico atractivo para tus clientes:

- Usa el software de email de tu elección y selecciona la copia que quieras en función de uno de los mensajes de la campaña en este kit de herramientas.
- Edita la copia para personalizar el contenido a tu área local y negocio.
- Agrega un encabezado de correo electrónico que se corresponda con tu elección de mensaje.
- ¡Selecciona el público objetivo de tu base de datos y presiona enviar!

La copia de email y los encabezados de correo electrónico se pueden descargar desde la página de descarga de materiales.

Web Banners



Guía

Personaliza estos banners web y luego intégralos en el sitio web de tu centro de buceo o resort.

Todos estos diseños de banners web están disponibles en cinco tamaños clave de anuncios de Google: 160 x 600, 300 x 50, 728 x 90, 300 x 250, 336 x 280, y puedes recrearlos en cualquier tamaño con la práctica herramienta de cambio de tamaño de Canva. (disponible con una cuenta de Canva Pro).

Copia alternativa

- EL MUNDO SUBMARINO ES PARA TODOS
- ENCUESTRA LA LIBERTAD EN EL BUCEO

Enlace afiliado

Asegúrate de incluir tus enlaces afiliados de PADI si estás promocionando cursos de eLearning de PADI y vinculando buceadores a padi.com/courses.

[Ver la guía de enlaces afiliados aquí](#)
[Ver el kit de herramientas de PADI eLearning aquí](#)

Descarga de materiales

Social Posts

- [Adaptive - 1080 x 1080](#)
- [Adaptive - 1000 x 1000](#)

Social Covers

- [Adaptive - 820 x 312](#)
- [Adaptive - 640 x 360](#)

Social Stories

- [Adaptive - 1080 x1920](#)

Web Banners

- [Adaptive - 160 x 600](#)
- [Adaptive - 728 x 90](#)
- [Adaptive - 300 x 50](#)
- [Adaptive - 300 x 250](#)
- [Adaptive - 336 x 280](#)

Biblioteca de imágenes

- [Adaptive Images](#)

Materiales de la marca

- [Logos PADI](#)

Biblioteca de videos

- [Adaptive Support Diver](#)
- [Bryan Anderson](#)
- [Leo Morales](#)
- [Mike Coots](#)
- [Cody Unser](#)
- [Claire Koch](#)
- [Video Clip Library](#)

Materiales para emails

- [Adaptive headers - 1200 x 500](#)



Recursos clave

- Blog de 6 formas de infundir confianza en el cliente- [Ver ahora](#)
- Recursos de marketing de Seek Adventure Diver (versión 2020)- [Ver aquí](#)
- Nuevo producto PADI® Introducción a Open Water Diver eLearning- [Acceder ahora](#)
- Guía de enlaces afiliados de PADI Learning y herramientas de marketing - [Acceder ahora](#)

Recursos PADI

Ve los seminarios web de marketing de PADI

- Cómo optimizar tu sitio web para las conversiones- [Ver aquí](#)
- ¿Qué es el marketing digital de pago y cuándo debo utilizarlo?- [Ver aquí](#)
- Cómo construir una estrategia de marketing para centros de buceo - [Ver aquí](#)
- Mejores prácticas orgánicas para redes sociales - [Ver aquí](#)
- Mejores prácticas de marketing por email - [Ver aquí](#)
- Uso de Tripadvisor como herramienta de marketing para promocionar tu negocio - [Ver aquí](#)
- Cómo usar Mailchimp para correo electrónico - [Ver aquí](#)
- Introducción a Canva y Facebook studio- [Ver aquí](#)
- Crear y administrar un canal de YouTube para un Centro de Buceo- [Ver aquí](#)

Consejos y mejores prácticas de marketing de PADI

- 10 consejos para crear un correo electrónico atractivo - [Más información](#)
- 10 consejos de marketing para Centros de Buceo PADI durante COVID-19 - [Más información](#)
- Cómo optimizar tu cuenta de Google My Business- [Más información](#)
- 3 herramientas gratuitas de marketing digital que deberías usar - [Más información](#)
- 5 formas para mantenerte conectado con tu audiencia con las historias de Instagram - [Más información](#)
- Cómo un blog puede ayudar a tu negocio - [Más información](#)
- ¿Qué es el compromiso con las redes sociales y cómo puedes mejorar el tuyo? - [Más información](#)
- 32 cosas para publicar en las redes sociales - [Más información](#)
- 6 errores que cometen los bloggers y cómo evitarlos - [Más información](#)
- 6 maneras fáciles de renovar tus perfiles de redes sociales - [Más información](#)

Recursos externos

- Canva: una guía paso a paso para diseñar desde cero- [Más información](#)
- Mailchimp: saber más, hacer más - [Más información](#)
- Google: Google para pequeñas empresas- [Más información](#)
- Facebook: Aprende nuevas habilidades de marketing con Facebook Blueprint- [Más información](#)



Gracias

Agradeceríamos tus comentarios sobre este kit de herramientas de marketing completando una breve encuesta:

Completar la encuesta

Para obtener más asistencia comercial y de marketing, comunícate con tu equipo regional.



SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.®