



Techniques Adaptatives

Boîte à outils de marketing



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

Contenu

- Comment utiliser la boîte à outils
- Utilisation des marques commerciales PADI
- Directives de la marque
- Aperçu de la campagne
- Ressources Techniques Adaptatives
 - Publications sur les médias sociaux
 - Stories sur les médias sociaux
 - Ressources vidéo
 - En-têtes et modèles d'e-mails
 - Bannières Web
- Résumé des téléchargements
- Ressources
- Enquête sur la boîte à outils



Comment utiliser la boîte à outils

Les ressources marketing de cette boîte à outils sont des modèles pour les centres de plongée et Resorts PADI à modifier avec vos informations commerciales et la langue locale dans Canva et de la plateforme de messagerie choisie. Pour utiliser efficacement cette boîte à outils, vous devez disposer d'un compte Canva.

1. Créer ou se connecter à votre compte Canva
2. Cliquer sur un des liens de cette boîte à outils
3. Les ressources seront importées sur votre compte Canva
4. Personnaliser les ressources selon les besoins de votre centre de plongée ou Resort
5. Télécharger la version finale de votre design et l'intégrer dans votre marketing

Les liens vers toutes les ressources présentées dans la boîte à outils se trouvent dans le résumé des téléchargements.



Canva est une plateforme de conception graphique gratuite qui permet aux utilisateurs de créer des graphiques pour les médias sociaux, des affiches et d'autres contenus visuels.

[Créer un compte Canva maintenant](#)

Utilisation des marques commerciales PADI

En tant que membre PADI, vous faites partie des professionnels de la plongée les plus recherchés et les plus respectés dans le monde. Votre adhésion contribue également à soutenir les efforts de l'organisation PADI pour accélérer la reprise de l'industrie et sauver notre océan.

Conformément aux directives d'utilisation par les membres PADI de la marque déposée, l'utilisation des ressources marketing des marques commerciales PADI n'est autorisée que pour les membres PADI renouvelés. Par conséquent, nous demandons respectueusement que les membres PADI non renouvelés s'abstiennent d'utiliser les marques commerciales PADI pour promouvoir leur entreprise.

Si vous êtes actuellement un membre PADI non renouvelé et que vous souhaitez profiter des ressources marketing des marques commerciales PADI, veuillez visiter votre portail PADI Pro et suivre le processus de renouvellement de l'adhésion ou contacter directement le service clientèle PADI.



Service clientèle

PADI Americas : membersvcs@padi.com

PADI Asia Pacific : memdep@padi.com.au

PADI Europe, Middle East and Africa :
pros.emea@padi.com

Directives de la marque PADI

Tout ce que nous faisons détermine l'image que les gens ont de notre entreprise, de notre culture, de nos produits et de nos services. Chaque point de contact transmet un message qui reflète notre identité. C'est ce que nous sommes.

Logo

Assurez-vous d'utiliser le logo et le slogan PADI® actuels. Accédez aux options du logo PADI [ici](#).

Couleur

N'utilisez que des couleurs approuvées par la marque dans les éléments de conception. Le blanc doit être la couleur principale, le bleu la couleur secondaire :

PADI Blue HEX #0070D3 RGB 0, 112, 211

PADI Red HEX #F23D4E RGB 242, 61, 78

Blanc HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255

Noir HEX #000000 RGB 0, 0, 0

Typographie

Utilisez les polices de la marque PADI. Essayez de ne pas utiliser les traitements de caractères gras. Le texte doit être en noir ou blanc. Télécharger Noto Sans [ici](#).

Image

Moins, c'est plus - laissez l'image parler d'elle-même. Si un élément n'apporte pas de valeur, ne l'utilisez pas (les bordures, les graphiques et le clip art sont rarement nécessaires). L'espace blanc est un bon espace. Si vous vous sentez dépassé par le design, votre audience le sera aussi.

Style

Tout le contenu doit soutenir la mission et la vision de la marque PADI, et inspirer le public à : Cherchez l'aventure. Sauvez l'océan. Notre style est authentique, inspiré, plein d'espoir, inclusif et respectueux de l'environnement.

Aperçu de la campagne

L'histoire de PADI est remplie de personnes dont la vie a été transformée par la plongée, leur vie s'est améliorée parce qu'elles ont pu découvrir et explorer le monde sous-marin grâce aux programmes et aux certifications PADI. L'approche de PADI pour l'éducation des plongeurs a toujours été inclusive ; toute personne qui répond aux conditions préalables est la bienvenue.

PADI a créé deux cours qui se concentrent sur la sensibilisation aux différentes capacités des plongeurs et qui explorent les techniques d'enseignement adaptées à appliquer lors de la formation et de la plongée avec des plongeurs ayant un handicap physique ou mental. Ces cours élargissent les capacités des instructeurs et des Divemasters à être centrés sur les élèves et à adopter une approche prescriptive lorsqu'ils adaptent les techniques aux besoins des plongeurs.

La boîte à outils de marketing des techniques adaptatives est destinée à nos membres PADI qui offrent des services adaptatifs ou qui sont reconnus comme PADI Adaptive Services Facility, afin de promouvoir cette offre clé.

Les membres peuvent utiliser cette boîte à outils pour :

- promouvoir les cours de techniques adaptatives dans leur Centre de plongée ou leur Resort.
- promouvoir leur établissement en tant que PADI Adaptive Services Facility (magasins sélectionnés).



Les piliers du changement de PADI

TROISIÈME PILIER PERSONNES + HUMANITÉ

Le troisième pilier de changement de PADI est né de la conviction profonde que les environnements aquatiques devraient être accessibles à tous.

[En savoir plus](#)

LES PILIERS DU CHANGEMENT DE PADI



PILIER 3 | PERSONNES + HUMANITÉ

En tant qu'organisation mondiale, nous nous efforçons continuellement de favoriser un environnement ouvert dans l'ensemble de l'industrie de la plongée, en partant du principe que "sous l'eau, nous parlons tous la même langue".

Nous croyons qu'il faut célébrer et honorer la diversité de la famille PADI, tout en cherchant constamment à cultiver de nouvelles voies vers la plongée et le monde sous-marin. PADI s'engage à travailler avec les membres PADI pour faciliter et augmenter l'accès à de nouveaux publics diversifiés à travers nos communautés mondiales de plongée pour découvrir et se connecter avec l'environnement marin.

Connectez-vous avec plus de plongeurs

Localisateur de magasins de plongée : Filtre de catégorie des services adaptatifs

Le Localisateur de magasins de plongée est désormais optimisé pour les moteurs de recherche afin d'attirer davantage de consommateurs vers votre liste de magasins et comprend un filtre pour les commodités des installations, telles que les services adaptés. L'interface de recherche moderne et les filtres permettent aux consommateurs de trouver plus facilement un magasin de plongée ou un resort qui répond à leurs besoins, ce qui en fait un guichet unique pour les plongeurs. Gagnez en visibilité en inscrivant votre centre de plongée dès aujourd'hui !

Page d'accueil de PADI Adaptive Services Facility

Les centres PADI qui ont investi dans des services opérationnels complets et des infrastructures qui répondent aux besoins des plongeurs ayant des difficultés physiques ou psychologiques afin de promouvoir l'inclusivité dans ses programmes et activités de formation des plongeurs peuvent être reconnus sur une [page de destination dédiée](#). Veuillez contacter fraser.bathgate@padi.com pour en savoir plus.



Publications sur les médias sociaux



Instructions

Ces publications sur les médias sociaux peuvent être utilisées pour des publications organiques ou des publicités médias payantes sur Facebook et Instagram. Il suffit de les personnaliser avec des images pertinentes de votre région et de votre Centre de plongée ou Resort.

Images

Sélectionnez une image dans notre bibliothèque d'images de campagne ou utilisez une image inspirante de la collection de votre Centre de plongée ou Resort.

Textes

Soutenez la création avec un texte personnalisé pour qu'elle soit pertinente pour votre Centre de plongée ou Resort et votre audience. Veillez à utiliser des hashtags et des balises de localisation.

Liens

Créez un lien entre vos publications sur les médias sociaux et votre site Web ou votre page de médias sociaux. N'oubliez pas d'inclure vos liens d'affiliation PADI eLearning.

Stories sur les médias sociaux



Instructions

Ces publications sur les médias sociaux peuvent être utilisées pour des publications organiques ou des publicités médias payantes sur Facebook et Instagram. Il suffit de les personnaliser avec des images pertinentes de votre région et de votre Centre de plongée ou Resort.

Images

Sélectionnez une image dans notre bibliothèque d'images de campagne ou utilisez une image inspirante de la collection de votre Centre de plongée ou Resort.

Textes

Soutenez la création avec un texte personnalisé pour qu'elle soit pertinente pour votre Centre de plongée ou Resort et votre audience. Veillez à utiliser des hashtags et des balises de localisation.

Liens

Créez un lien entre vos publications sur les médias sociaux et votre site Web ou votre page de médias sociaux. N'oubliez pas d'inclure vos liens d'affiliation PADI eLearning.

Ressources vidéo

Adaptive Support Diver



[Regarder maintenant](#)

Bryan Anderson



[Regarder maintenant](#)

Leo Morales



[Regarder maintenant](#)

Mike Coots



[Regarder maintenant](#)

Cody Unser



[Regarder maintenant](#)

Claire Koch



[Regarder maintenant](#)

Vidéothèque

Vous souhaitez créer vos propres vidéos pour les utiliser dans les médias sociaux, le marketing par e-mail ou dans votre magasin ? Consultez la bibliothèque de clips vidéo située sur la page de Téléchargement des ressources.

Modèles et en-têtes d'e-mails



Modèles et en-têtes d'e-mails

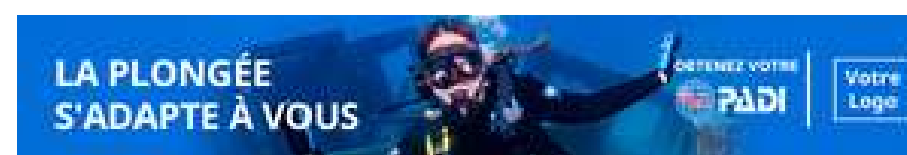
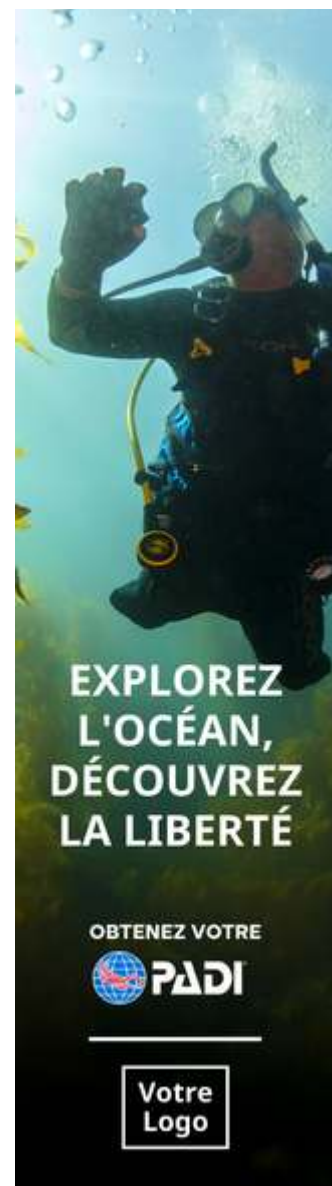
Profitez de ces en-têtes d'e-mail ainsi que de le texte d'e mail suggéré, que vous pouvez trouver sur la page de Téléchargement des ressources, pour aider à remplir vos cours pour débutants.

Suivez les étapes suivantes pour créer un e-mail attrayant pour vos clients :

- Utilisez le logiciel de messagerie de votre choix et sélectionnez le texte que vous voulez en vous basant sur l'un des messages de campagne de cette boîte à outils.
- Modifiez le texte pour adapter le contenu à votre région et à votre activité.
- Ajoutez un en-tête d'email correspondant à votre choix de message.
- Sélectionnez le public ciblé dans votre base de données et cliquez sur "Envoyer" !

Le texte et les en-têtes d'e-mails peuvent être téléchargés à partir de la page de Téléchargement des ressources.

Bannières Web



Instructions

Personnalisez ces bannières Web, puis intégrez-les au site Web de votre Centre de plongée ou Resort.

Tous ces modèles de bannières Web sont disponibles en trois tailles principales : 1920 x 237, 1920 x 600, 1920 x 1600 et vous pouvez les recréer dans n'importe quelle taille en utilisant l'outil pratique de redimensionnement de Canva (disponible avec un compte Canva Pro).

Texte alternatif

- LE MONDE SOUS-MARIN EST POUR TOUT LE MONDE
- TROUVER LA LIBERTÉ DANS L'IMMERSION SOUS-MARINE

Liens d'affiliation

N'oubliez pas d'inclure vos liens d'affiliation PADI si vous faites la promotion des cours d'apprentissage PADI et si vous dirigez les plongeurs vers padi.com/courses.

[Voir le guide des liens d'affiliation ici](#)
[Voir la boîte à outils PADI eLearning ici](#)

Téléchargement des ressources

Publications

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

Social

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

Stories

- [Adaptative - 1080 x1920](#)

Bannières Web

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

Bibliothèque d'images

- [Images - Adaptative](#)

Ressources PADI

- [PADI Logos](#)

Vidéothèque

- [Plongeur de soutien adaptatif](#)
- [Bryan Anderson](#)
- [Leo Morales](#)
- [Mike Coots](#)
- [Cody Unser](#)
- [Claire Koch](#)
- [Bibliothèque de clips vidéo](#)

Ressources d'e-mail

- [Adaptative - Entêtes - 1200 x 500](#)



Ressources PADI

Regarder les webinaires marketing de PADI

- Comment optimiser votre site web pour obtenir des conversions - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Qu'est-ce que le marketing numérique payant et quand dois-je l'utiliser ? - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Comment élaborer une stratégie de marketing pour les magasins de plongée ? - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Meilleures pratiques en matière de médias sociaux organiques - [Regarder ici](#)
- Meilleures pratiques en matière de marketing par e-mail - [Regarder ici](#)
- Utiliser Tripadvisor comme outil de marketing pour promouvoir votre activité - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Comment utiliser Mailchimp pour les e-mails - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Introduction à Canva et Facebook studio - [Regarder ici](#) (en anglais)
- Création et gestion d'une chaîne YouTube Dive Store - [Regarder ici](#) (en anglais)

Meilleures pratiques et conseils en matière de marketing PADI

- 10 conseils pour créer un e-mail attrayant - [En savoir plus](#)
- 10 conseils de marketing pour les magasins PADI pendant la COVID-19 - [En savoir plus](#) (en anglais)
- Comment optimiser votre compte Google My Business - [En savoir plus](#)
- 3 Outils de marketing numérique gratuits que vous devriez utiliser - [En savoir plus](#)
- 5 façons de rester en contact avec votre audience avec les stories d'Instagram - [En savoir plus](#)
- Comment un blog peut aider votre entreprise - [En savoir plus](#)
- La présence dans les médias sociaux et comment améliorer la vôtre ? - [En savoir plus](#) (en anglais)
- 32 choses à publier sur les médias sociaux - [En savoir plus](#) (en anglais)
- 6 erreurs que font les blogueurs et comment les éviter - [En savoir plus](#) (en anglais)
- 6 façons simples de réorganiser vos profils dans les médias sociaux - [En savoir plus](#) (en anglais)

Ressources externes

- Canva : Un guide étape par étape pour la conception à partir de zéro - [En savoir plus](#)
- Mailchimp : En savoir plus, en faire plus - [En savoir plus](#)
- Google : Google pour la petite entreprise - [En savoir plus](#)
- Facebook : Nouvelles compétences en marketing avec Facebook Blueprint - [En savoir plus](#)

Ressources clés

- 6 façons de susciter la confiance des clients - blogue - [Regarder maintenant](#)
- Cherchez l'Aventure - Ressources pour le marketing des plongeurs (version 2020) - [Regarder ici](#)
- Nouveau produit PADI® e-Learning : Introduction à l'Open Water Diver - [Accéder maintenant](#)
- Guide de liens d'affiliation PADI eLearning et outils de marketing - [Accéder maintenant](#)



Merci

Nous vous serions reconnaissants de nous faire part de vos commentaires sur cette boîte à outils marketing en remplissant une petite enquête :

Compléter l'enquête

Pour un soutien commercial et marketing supplémentaire, veuillez contacter votre équipe régionale.



**SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.™**