



Tecniche Adattive

Marketing Toolkit



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

Contents

- Come usare questo toolkit
- Usare i marchi registrati PADI
- Linee guida per il marchio
- Panoramica sulle tecniche adattive
- Strumenti adattivi
 - Post per i social media
 - Storie per i social media
 - Risorse video
 - Intestazioni e modelli per e-mail
 - Web banners
- Elenco download
- Risorse
- Sondaggio sul toolkit



Come usare questo toolkit

Le risorse in questo toolkit consistono di modelli che i PADI Store e Resort possono modificare grazie a Canva, inserendo le proprie informazioni e usando la propria lingua. Per utilizzare in modo efficace questi strumenti, avrai bisogno di un account Canva.

1. Crea un account Canva o effettua l'accesso se ne hai già uno.
2. Clicca su uno dei link delle risorse che trovi in questo toolkit.
3. Le risorse saranno automaticamente importate nel tuo account.
4. Personalizza le risorse secondo le necessità del tuo Dive Center o Resort.
5. Scarica le risorse personalizzate e integrale nelle tue iniziative di marketing.

In ultima pagina, troverai l'elenco dei link alle varie risorse presenti nel toolkit.



Canva è una piattaforma di design grafico gratuita che permette agli utilizzatori di creare progetti grafici per i social media, poster e altri contenuti visivi.

[Crea un account Canva adesso](#)

Usare i marchi registrati PADI

Come affiliato PADI, sei tra i professionisti subacquei più ricercati e rispettati al mondo. La tua affiliazione ci aiuta a sostenere gli sforzi che PADI sta facendo per accelerare la ripresa del settore e proteggere il nostro oceano.

Come riportato nelle linee guida per l'uso dei marchi registrati PADI, il loro utilizzo è permesso solamente agli affiliati PADI che hanno rinnovato la loro affiliazione. A chi non lo avesse fatto, chiediamo rispettosamente di astenersi dall'usare i marchi PADI per promuovere la loro attività.

Se, al momento, non hai rinnovato la tua affiliazione e volessi utilizzare le risorse marketing PADI, ti preghiamo di visitare il portale PADI Pro e di seguire la procedura per il rinnovo dell'affiliazione o di contattare direttamente il PADI Customer Service.



Assistenza clienti

PADI Americas: membersvcs@padi.com
PADI Asia Pacific: memdep@padi.com.au
PADI Europe, Middle East and Africa:
pros.emea@padi.com

Linee guida per il marchio PADI

Tutto ciò che facciamo definisce l'immagine che le persone hanno della nostra azienda, della cultura, e dei nostri prodotti e servizi. Ogni interazione trasmette un messaggio che definisce la nostra identità. Questo è ciò che siamo.

Logo

Assicurati di usare il logo e la citazione PADI® più aggiornate. [Qui](#) puoi vedere le varie alternative per il logo PADI®

Colore

In questi elementi, usa solamente i colori di marchio approvati. Il colore principale dovrebbe essere il bianco, mentre quello secondario dovrebbe essere il blu:

Blue PADI	HEX #0070D3	RGB 0, 112, 211
Rosso PADI	HEX #F23D4E	RGB 242, 61, 78
Bianco	HEX #FFFFFF	RGB 255, 255, 255
Nero	HEX #000000	RGB 0, 0, 0

Carattere

Usa i caratteri del marchio PADI. Cerca di non usare il grassetto. Il testo dovrebbe essere in nero o in bianco. [Scarica il carattere Noto Sans.](#)

Immagini

Semplicità - Lascia che sia l'immagine a "parlare". Se un elemento non aggiunge valore, non usarlo (raramente servono linee di contorno, grafici e clip art). Va bene lasciare dello spazio bianco. Se il design ti sembra pesante, lo sarà anche per il lettore.

Stile

Tutto il contenuto dovrebbe supportare la missione e la visione del marchio PADI, e ispirare il pubblico a cercare l'avventura e a salvare l'oceano. Il nostro stile è autentico, ispirato, ottimista, inclusivo e teso all'ambiente.

Panoramica della campagna

La storia di PADI è costellata di persone le cui vite sono state trasformate dalla subacquea, rese migliori dal fatto di poter sperimentare ed esplorare il mondo sommerso grazie a programmi e certificazioni PADI. PADI ha sempre utilizzato un approccio all'educazione del subacqueo di tipo inclusivo: chiunque soddisfi i prerequisiti può iscriversi.

PADI ha creato due corsi dedicati ad aumentare la consapevolezza delle persone su diversi tipi di abilità nei subacquei e a esplorare la possibilità di applicare tecniche adattive quando si insegna e ci si immerge con subacquei portatori di disabilità a livello fisico e mentale. Questi corsi migliorano ulteriormente le abilità degli istruttori e dei Divemaster in modo che, quando adattano le tecniche ai bisogni dei subacquei, riescano a utilizzare un approccio prescrittivo.

Tutti gli affiliati PADI nel mondo che offrono servizi adattivi o sono riconosciuti come PADI Adaptive Services Facility possono usare questo Marketing Toolkit per promuovere la loro offerta.

Gli affiliati possono usare questo toolkit per:

- promuovere i corsi Adaptive Techniques presso il loro Dive Center / Resort
- promuovere le loro strutture come PADI Adaptive Services Facility (strutture selezionate)



I pilastri del cambiamento PADI

PILASTRO TRE PERSONE E COMUNITÀ

Il terzo pilastro del cambiamento PADI nasce dalla nostra ferma convinzione che tutti dovrebbero poter accedere agli ambienti acquatici

[Maggiori informazioni](#)

I PILASTRI DEL CAMBIAMENTO PADI



PILASTRO TRE | PERSONE E COMUNITÀ

Come organizzazione globale, continuiamo a promuovere un'atmosfera di apertura in tutto il settore della subacquea, condividendo l'idea che "sott'acqua parliamo tutti la stessa lingua"

Crediamo fermamente nell'importanza di celebrare e onorare la diversità della famiglia PADI, mentre continuiamo a cercare nuove strade per fare immersioni ed esplorare il mondo sommerso. PADI è impegnata a collaborare con i propri affiliati per consentire che un numero sempre maggiore di nuovi e diversi gruppi di persone, appartenenti alle nostre comunità subacquee nel mondo, riesca a scoprire l'ambiente marino e a creare un legame con esso.

Connettiti con più subacquei

Dive Shop Locator: Filtro per le strutture per ospiti con disabilità

Il nuovo Dive Shop Locator è un motore di ricerca ottimizzato per attirare un maggior traffico di consumatori verso le tue inserzioni commerciali e include un filtro per scegliere strutture che offrono servizi per gli ospiti diversamente abili. Grazie alla moderna interfaccia di ricerca e ai filtri, i consumatori riescono a trovare più facilmente un negozio o un resort sub che soddisfi appieno i loro bisogni, senza bisogno di cercare altrove. Registra il tuo centro oggi stesso e ottieni maggiore visibilità!

PADI Adaptive Services Facility Landing Page

I centri PADI che hanno investito in infrastrutture e servizi operativi per soddisfare i bisogni di subacquei con disabilità fisiche o mentali, in modo da poter rendere i programmi e le attività di formazione subacquea quanto più inclusivi possibile, saranno riconosciuti su una [landing_page dedicata](#). Per maggiori informazioni, si prega di contattare fraser.bathgate@padi.com.



Post per i social media



Guida

Questi post possono essere usati per messaggi organici o per pubblicità a pagamento su Facebook e Instagram.

Scegli il modello dalla pagina delle risorse da scaricare e personalizzalo con immagini rilevanti per la tua regione e per il tuo centro.

Immagini

Scegli un'immagine dalla libreria PADI creata apposta per la campagna, oppure usa immagini e/o video stimolanti del tuo centro

Testo

Aggiungi al tuo post un testo personalizzato, in modo che lo renda rilevante per il tuo centro/resort e per il tuo pubblico. Assicurati di usare gli hashtag e i tag di localizzazione.

Link

Collega i tuoi post al tuo sito web. Se effettui collegamenti alla pagina padi.com/it/corsi, assicurati di includere i tuoi link di affiliazione a PADI eLearning.

Storie per i social media



Guida

Queste storie possono essere usate per messaggi organici o per pubblicità a pagamento su Facebook e Instagram.

Scegli il modello dalla pagina delle risorse da scaricare e personalizzalo con immagini rilevanti per la tua regione e per il tuo centro

Immagini

Scegli un'immagine dalla libreria PADI creata apposta per la campagna, oppure usa immagini e/o video stimolanti del tuo centro.

Testo

Aggiungi alle tue storie un testo personalizzato, in modo che le renda rilevanti per il tuo centro/resort e per il tuo pubblico. Ricordati di usare gli hashtag e i tag di localizzazione.

Link

Collega le tue storie al tuo sito web. Se effettui collegamenti alla pagina padi.com/it/corsi, ricordati di includere i tuoi link di affiliazione a PADI eLearning.

Risorse video

Adaptive Support Diver



[Guarda](#)

Bryan Anderson



[Guarda](#)

Leo Morales



[Guarda](#)

Mike Coots



[Guarda](#)

Cody Unser



[Guarda](#)

Claire Koch



[Guarda](#)

Raccolta video

Sei interessato a creare i tuoi video da usare nei post sui social media, nel marketing via email o nel tuo centro?
Scopri la raccolta di video clip alla pagina dei download.

Intestazioni e modelli per e-mail



Intestazioni e modelli per e-mail

Utilizza queste intestazioni per e-mail, assieme ai testi suggeriti, che puoi trovare alla pagina dei download, in modo da poter riempire i tuoi corsi di livello iniziale.

Segui questi passaggi per creare un'e-mail coinvolgente per i tuoi clienti:

- Usa un software per e-mail che preferisci e scegli il testo in base ai messaggi della campagna in questo toolkit.
- Modifica il testo per personalizzare il contenuto alla tua località e al tuo centro.
- Aggiungi un'intestazione che sia in linea con la scelta del messaggio.
- Scegli il mercato di riferimento dal tuo database e invia!

Puoi scaricare le intestazioni e i testi per e-mail dalla pagina per i download.

Web banner



Guida

Personalizza questi banner e poi integrali nel sito web del tuo centro o resort.

Tutti questi web banner sono disponibili in cinque dimensioni principali per Google: 160 x 600, 300 x 50, 728 x 90, 300 x 250, 336 x 280. Potrai crearli in altre dimensioni usando lo strumento "resize" in Canva (disponibile con un account Canva Pro).

Testo alternativo

- IL MONDO SOMMERSO È PER TUTTI
- IMMERGITI E TROVA LA LIBERTÀ

Link di affiliazione

Se promuovi i corsi PADI eLearning e colleghi i subacquei alla pagina padi.com/it/corsi, ricordati di includere i tuoi link di affiliazione PADI.

[Leggi la guida ai link di affiliazione](#)
[Scarica il PADI eLearning Toolkit](#)

Pagina download

Post Social

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

Copertine social

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

Storie social

- [Adaptive - 1080 x1920](#)

Web banner

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

Raccolta immagini

- [Adaptive - Immagini](#)

Risorse di marchio

- [Logo PADI](#)

Raccolta video

- [Adaptive Support Diver](#)
- [Bryan Anderson](#)
- [Leo Morales](#)
- [Mike Coots](#)
- [Cody Unser](#)
- [Claire Koch](#)
- [Raccolta video clip](#)

Risorse e-mail

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



Risorse chiave

- Sei modi per instillare la fiducia nei clienti man mano che il mondo riapre e si riprende - [Leggi](#)
- Cerca l'avventura – Strumenti di marketing per il subacqueo (versione 2020) - [Leggi](#)
- È disponibile il link di affiliazione a: Introduzione al PADI® Open Water Diver eLearning - [Accedi](#)
- Guida ai link di affiliazione e agli strumenti di marketing PADI Learning - [Accedi](#)

PADI Resources

Guarda i webinar PADI di marketing (*in inglese*)

- How to optimize your website for conversions - [Guarda](#)
- What is Paid Digital Marketing and when should I use it? - [Guarda](#)
- How to build a marketing strategy for dive shops - [Guarda](#)
- Organic Social Media Best Practice - [Guarda](#)
- Email Marketing Best Practice - [Guarda](#)
- Using Tripadvisor as a Marketing Tool to Promote Your Business - [Guarda](#)
- How to use Mailchimp for email - [Guarda](#)
- Introduction to Canva and Facebook studio - [Guarda](#)
- Creating and managing a Dive Store YouTube channel - [Guarda](#)

Le migliori pratiche e suggerimenti per il marketing PADI

- 10 consigli per scrivere delle email coinvolgenti ai tuoi subacquei - [Continua a leggere](#)
- 10 Marketing Tips for PADI Dive Shops during COVID-19 (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- Come ottimizzare il tuo profilo di business Google - [Continua a leggere](#)
- Tre strumenti di marketing digitale gratuiti da usare - [Continua a leggere](#)
- Cinque modi per restare connessi con il proprio pubblico grazie alle storie su Instagram - [Continua a leggere](#)
- Come può un blog aiutare il tuo business - [Continua a leggere](#)
- What Is Social Media Engagement and How Can You Improve Yours? (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- 32 Things to Post on Social Media (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- 6 Mistakes Bloggers Make and How to Avoid Them (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- 6 Easy Ways to Revamp Your Social Media Profiles (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)

External Resources

- Canva: A step-by-step guide to designing from scratch (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- Mailchimp: Know more, do more (*in inglese*) - [Continua a leggere](#)
- Google: Google per le aziende - [Continua a leggere](#)
- Facebook: Acquisisci nuove competenze di marketing con Facebook Blueprint - [Continua a leggere](#)



Grazie!

Vorremmo conoscere la tua opinione su questo toolkit tramite questo breve sondaggio:

Completa il sondaggio

Per ulteriore supporto commerciale e di marketing, ti preghiamo di contattare il tuo team regionale.



SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.®