



어댑티브 테크닉

마케팅 툴킷



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

콘텐츠

- 툭킷 사용 방법
- PADI 상표 사용하기
- 브랜드 가이드라인
- 어댑티브 개요
- 어댑티브 에셋
 - 소셜 미디어 게시물
 - S소셜 미디어 스토리들
 - 비디오 리소스들
 - 이메일 헤더들 & 템플릿
 - 웹 배너들
- 에셋 다운로드
- 리소스들
- 툭킷 설문 조사



이 툴킷 사용 방법

이 툴킷의 마케팅 에셋(assets -자산)은 PADI 다이브 센터 및 리조트에서 캔바(Canva) 및 선택한 이메일 플랫폼 이내에서 여러분의 비즈니스 정보와 지역 언어로 편집할 수 있는 템플릿입니다. 이 툴킷을 효과적으로 사용하기 위해, 여러분은 캔바(Canva) 계정이 필요합니다.

1. 여러분의 캔바(Canva) 계정 생성 또는 로그인
2. 이 툴킷 이내의 에셋 링크를 클릭하세요.
3. 에셋은 자동적으로 여러분의 캔바(Canva) 계정으로 가져옵니다.
4. 여러분의 다이브 센터 또는 리조트 필요에 맞게 에셋을 사용자에게 맞추세요.
5. 여러분의 최종 크리에이티브 에셋을 다운로드하고 여러분의 마케팅 이니셔티브에 통합하세요.

툴킷에 표시된 모든 에셋을 위한 링크는 에셋 다운로드 페이지에서 찾을 수 있습니다.



캔바(Canva)는 사용자가 소셜 미디어 그래픽, 포스터 및 기타 시각적 콘텐츠를 제작할 수 있는 무료 그래필 디자인 플랫폼입니다.

[지금 캔바\(Canva\) 계정 설정하기](#)

PADI 상표 사용하기

PADI 멤버로서, 여러분은 전 세계에서 가장 인기있고 존경받는 다이빙 프로페셔널 중 한 명입니다. 여러분의 멤버십은 또한 다이빙 산업계 회복을 가속화하고 바다를 구하기 위한 PADI 조직의 노력을 지원합니다.

PADI 멤버 상표 사용 가이드라인에 따라, PADI 브랜드 마케팅 에셋의 사용은 오직 갱신된 PADI 멤버들만이 사용할 수 있는 권한이 있습니다. 그러므로, 우리는 갱신하지 않은 PADI 멤버들이 그들의 비즈니스를 촉진하기 위해 PADI 상표를 사용하는 것을 자제할 것을 정중하게 요청합니다.

만약 여러분이 현재 갱신하지 않은 PADI 멤버이며 또 PADI 브랜드 마케팅 에셋의 혜택을 활용하기 원한다면, 여러분의 PADI 프로 포털에 방문하시어 멤버십 갱신 절차를 따르거나 또는 PADI 고객 서비스에 직접 문의 주시길 부탁드립니다.



고객 서비스

PADI Americas: membersvcs@padi.com
PADI 아시아 퍼시픽: memdep@padi.com.au
PADI 유럽, 중동 및 아프리카:
pros.emea@padi.com

PADI 브랜드 가이드라인

PADI가 하는 모든 일은 사람들이 PADI, 문화, 제품 및 서비스에 대한 이미지를 형성합니다. 각 터치 포인트는 PADI의 정체성에서 비롯된 메시지를 전달합니다. 이것이 PADI입니다.

로고(Logo)

최신의 PADI® 로고 및 태그라인을 사용하세요. [여기](#)에서 PADI® 로고 옵션에 액세스하세요.

컬러(Color)

디자인 요소에는 오직 승인된 브랜드 색상만 사용하세요. 흰색은 기본 색상이며, 파란색은 보조 색상이어야 할 것입니다:

PADI 블루(Blue) HEX #0070D3 RGB 0, 112, 211

PADI 레드 (Red) HEX #F23D4E RGB 242, 61, 78

흰색 (White) HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255

블랙 (Black) HEX #000000 RGB 0, 0, 0

인쇄 체재 (Typography)

PADI 브랜드 폰트(활자-fonts)를 사용하세요. 굵은 글씨체를 사용하지 마세요. 복사본은 흑백이어야 할 것입니다. [여기에서 Noto Sans 다운로드하기](#).

형상(Imagery)

적을수록 더 좋습니다 - 이미지가 내용을 알리게 하세요. 만약 요소가 가치를 추가하지 않는다면, 사용하지 마세요 (테두리, 그래픽 및 클립 아트가 거의 필요하지 않습니다).공백은 좋은 공간입니다.만약 여러분이 디자인에 압도 당한다고 느낀다면, 여러분의 청중도 그렇게 느낄 것입니다.

스타일(Style)

모든 콘텐츠는 PADI의 브랜드 미션(사명)과 비전을 서포트 해야 할 것이며, 또 Seek Adventure (모험을 추구하기). Save the Ocean. (바다를 구하기)에 영감을 주어야 할 것입니다. PADI의 스타일은 진정성 있고, 영감을 부여하며, 희망적이고, 포용적이며 또 환경 친화적입니다.

캠페인 개요

PADI의 역사는 다이빙으로 삶이 변화되고 PADI 프로그램과 인증을 통해 수중 세계를 경험하고 탐험할 수 있었기 때문에 삶이 더 나아진 사람들로 가득합니다. 다이버 교육에 대한 PADI의 접근 방식은 항상 포괄적이었습니다; 사전 조건을 충족하는 모든 사람을 환영합니다.

PADI는 다양한 다이버 능력에 대한 인식을 높이는 데 초점을 맞추고 신체적 및 정신적 장애가 있는 다이버들과 함께 트레이닝 및 다이빙을 할 때 적용할 어댑티브 강습 테크닉을 탐험하는 두 가지 코스를 만들었습니다. 이러한 코스는 강사와 다이버마스터의 능력을 더욱 확장하여 다이버의 필요성을 충족시키기 위해 테크닉을 적용할 때 학생-중심적이고 프리스크립티브 접근 방식을 취합니다.

어댑티브 테크닉 마케팅 툴킷은 어댑티브 서비스를 제공하거나 PADI 어댑티브 서비스 시설로 인정받은 글로벌 PADI 멤버들이 이 주요 제안을 홍보하는 데 사용할 수 있도록 합니다.

멤버들은 이 툴킷을 사용하여 다음을 수행할 수 있습니다:

- 그들의 다이버 센터 또는 리조트에서 어댑티브 테크닉 코스를 홍보
- 그들의 시설을 PADI 어댑티브 서비스 시설 로 홍보 (일부 스토어들)



PADI 변경의 핵심

핵심 THREE 사람 + 인류

PADI의 세 번째 변경의 핵심은 모든 사람이 수중 환경에 접근할 수 있어야 한다는 핵심 신념에서 비롯됩니다.

[자세히 알아보기](#)

PADI 변경의 핵심



핵심 3 | 사람 + 인류

글로벌 조직으로서 우리는 '수중에서 우리 모두는 같은 언어를 사용한다'는 공통된 이해를 바탕으로 다이빙 산업 전반에 걸쳐 개방적인 환경을 조성하기 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

우리는 PADI 가족의 다양성을 축하하고 존중하는 동시에, 다이빙과 수중 세계로 향하는 새로운 경로를 지속적으로 개발하려고 노력하고 있습니다. PADI는 PADI 멤버들과 협력하여 글로벌 다이브 커뮤니티 전반에 걸쳐 새롭고 다양한 고객들이 해양 환경을 발견하고 연결하기 위해 접근을 용이하게 하고 증가시키기 위해 최선을 다하고 있습니다.

더 많은 다이버들과 연결하기

다이브 샵 로케이터: 어댑티브 서비스 범주 필터

다이브 샵 로케이터는 이제 여러분의 비즈니스 목록에 더 많은 고객 트래픽을 유치하도록 최적화된 검색 엔진이며 어댑티브 서비스와 같은 시설 편의 시설에 대한 필터를 포함합니다. 최신 검색 인터페이스와 필터를 통해 고객은 자신의 필요성에 가장 잘 맞는 다이브 샵 또는 리조트를 쉽게 찾을 수 있어 다이버들을 위한 원-스톱-샵이 됩니다. 오늘 여러분의 다이브 센터를 등록하는 것으로써 가시성을 높이세요!

PADI 어댑티브 서비스 시설 랜딩 페이지

다이버 트레이닝 프로그램 및 활동의 포용성을 촉진하기 위해 신체적 또는 심리적 어려움을 가진 다이버들의 필요성을 충족하는 포괄적인 운영 서비스 및 인프라에 투자한 PADI 센터들을 전용 랜딩 페이지에서 인정받을 수 있습니다. 자세한 내용은 fraser.bathgate@padi.com으로 문의하세요.



소셜 미디어 게시물



가이드(Guide)

이러한 소셜 미디어 게시물은 페이스북 및 인스타그램의 유기적인(organic) 게시물 또는 유료 미디어 광고에 사용할 수 있습니다. 에셋 다운로드 페이지에서 원하는 게시물을 선택한 다음, 여러분의 지역 및 여러분의 비즈니스와 관련된 이미지로 여러분에게 맞게 지정하세요.

이미지(Images)

PADI 캠페인 이미지 라이브러리에서 이미지를 선택하거나 또는 여러분의 다이브 스토어 또는 리조트 이미지 컬렉션에서 영감을 주는 이미지 및/또는 비디오를 사용하세요.

사본(Copy)

개인화된 게시물 사본으로 크리에이티브를 지원하여 여러분의 다이브 스토어 또는 리조트 및 여러분의 시청자와 관련있도록 하세요. 해시태크와 위치태그를 반드시 사용해야 합니다.

링크(Link)

여러분의 소셜 미디어 스토리를 여러분의 웹사이트에 연결합니다. padi.com/courses에 링크하는 경우 여러분의 PADI eLearning 제휴사 링크를 포함해야 합니다.

소셜 미디어 스토리들



가이드(Guide)

이러한 소셜 미디어 스토리들은 페이스북 및 인스타그램의 유기적인(organic) 게시물 또는 유료 미디어 광고에 사용할 수 있습니다. 에셋 다운로드 페이지에서 원하는 게시물을 선택한 다음, 여러분의 지역 및 여러분의 비즈니스와 관련된 이미지로 여러분에게 맞게 지정하세요.

이미지(Images)

PADI 캠페인 이미지 라이브러리에서 이미지를 선택하거나 또는 여러분의 다이브 스토어 또는 리조트 이미지 컬렉션에서 영감을 주는 이미지 및/또는 비디오를 사용하세요.

사본(Copy)

개인화된 게시물 사본으로 크리에이티브를 지원하여 여러분의 다이브 스토어 또는 리조트 및 여러분의 시청자와 관련있도록 하세요. 해시태크와 위치태그를 반드시 사용해야 합니다.

링크(Link)

여러분의 소셜 미디어 스토리를 여러분의 웹사이트에 연결합니다. padi.com/courses에 링크하는 경우 여러분의 PADI eLearning 제휴사 링크를 포함해야 합니다.

비디오 리소스들

어댑티브 서포트 다이버



[지금 시청하기](#)

Bryan Anderson(브라이언 앤더슨)



[지금 시청하기](#)

Leo Morales(레오 모랄레스)



[지금 시청하기](#)

Mike Coots(마이크 쿠티)



[지금 시청하기](#)

Cody Unser(코디 언서)



[지금 시청하기](#)

Claire Koch(클레어 코흐)



[지금 시청하기](#)

비디오 라이브러리

소셜 미디어 게시물, 이메일 마케팅 또는 샵 주변에서 사용할 여러분 자신만의 비디오를 만드는 데 관심이 있으세요?
에셋 다운로드 페이지에 있는 비디오 클립 라이브러리를 시청하세요.

이메일 템플릿 & 헤더들



이메일 템플릿 & 헤더들

에셋 다운로드 페이지에서 찾을 수 있는 이러한 이메일 헤더와 제안된 이메일 사본을 활용하여 여러분의 엔트리-레벨 코스를 채울 수 있습니다.

여러분의 고객을 위한 매력적인 이메일을 만들려면 다음 단계를 따르세요:

- 여러분이 선택한 이메일 소프트웨어를 사용하고 또 이 툴킷의 캠페인 메시지 중 하나를 기반으로 여러분이 원하는 사본을 선택하세요.
- 사본을 편집하여 여러분 지역 및 비즈니스에 맞게 콘텐츠를 사용자 맞춤 설정합니다.
- 선택한 여러분의 메시지에 해당하는 이메일 헤더를 추가합니다.
- 여러분의 데이터베이스에서 대상 고객을 선택하고 보내기를 누르세요!

이메일 사본 및 이메일 헤더들은 에셋 다운로드 페이지에서 다운로드할 수 있습니다.

웹 배너들



가이드(Guide)

이러한 웹 배너를 사용자 지정한 다음 여러분의 다이브 센터 또는 리조트 웹사이트에 통합하세요.

이러한 웹 배너 디자인의 모두는 160 x 600, 300 x 50, 728 x 90, 300 x 250, 336 x 280의 5가지 Google key 광고 사이즈로 제공되며, 또 여러분은 Canva의 편리한 'resize' 도구 (Canva Pro 계정으로 사용 가능)를 사용하여 원하는 크기로 다시 만들 수 있습니다.

대체 사본(Alternate Copy)

- 모두를 위한 수중 세계
- 수중 이머전에서 자유를 찾기

제휴사 링크하기

만약 여러분이 PADI eLearning 코스를 홍보하고 дай버들을 padi.com/courses에 링크하는 경우 PADI 제휴사 링크를 포함해야 합니다.

[여기에서 제휴사 링크하기 가이드 보기](#)

[여기에서 PADI eLearning 툴킷 보기](#)

에셋 다운로드

소셜 게시물

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

소셜 커버들

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

소셜 스토리들

- [어댑티브 - 1080 x1920](#)

웹 배너들

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

이미지 라이브러리

- [어댑티브 이미지들](#)

브랜드 에셋

- [PADI 로고들](#)

비디오 라이브러리

- [어댑티브 서포트 дай버](#)
- [Bryan Anderson\(브라이언 앤더슨\)](#)
- [Leo Morales\(레오 모랄레스\)](#)
- [Mike Coots\(마이크 쿠티\)](#)
- [Cody Unser\(코드 언서\)](#)
- [Claire Koch\(클레어 코흐\)](#)
- [비디오 클립 라이브러리](#)

이메일 에셋

- [어댑티브 헤더들 - 1200 x 500](#)



주요 리소스들

- 고객의 신뢰를 높이는 6 방법의 블로그 - [지금 보기](#)
- 어드벤처 дай버 마케팅 리소스 찾기(2020 버전) - [여기서 보기](#)
- 오픈 워터 다이버 e러닝 제품에 대한 새로운 PADI® 소개 - [지금 액세스하기](#)
- PADI 학습 제휴 링크 가이드 및 마케팅 도구 - [지금 액세스하기](#)

PADI 리소스들

PADI 마케팅 웨비나 시청하기

- 전환을 위해 여러분의 웹사이트를 최적화하는 방법 - [여기서 보기](#)
- 유료 디지털 마케팅이란 무엇이며 언제 사용해야 하는가? - [여기서 보기](#)
- 다이브 샵을 위한 마케팅 전략 세우는 법 - [여기서 보기](#)
- 유기농 소셜 미디어 모범 사례 - [여기서 보기](#)
- 이메일 마케팅 모범 사례 - [여기서 보기](#)
- 트립어드바이저를 마케팅 도구로 사용하여 여러분의 비즈니스 홍보 - [여기서 보기](#)
- 메일chimp(Mailchimp)를 이메일로 활용하는 방법 - [여기서 시청하기](#)
- Canva 및 Facebook 스튜디오 소개 - [여기서 시청하기](#)
- 다이브 스토어 YouTube 채널 생성 및 관리 - [여기서 시청하기](#)

PADI 마케팅 모범 사례 및 팁들

- 매력적인 이메일을 만드는 10가지 팁 - [자세히 알아보기](#)
- COVID-19 기간 동안 PADI 다이브 샵을 위한 10가지 마케팅 팁 - [자세히 알아보기](#)
- Google 마이 비즈니스 계정을 최적화하는 방법 - [자세히 알아보기](#)
- 반드시 사용해야 하는 3가지 무료 디지털 마케팅 도구 - [자세히 알아보기](#)
- 인스타그램 스토리로 여러분의 고객과 연결하는 5가지 방법 - [자세히 알아보기](#)
- 블로그가 여러분의 비즈니스에 도움이 되는 방법 - [자세히 알아보기](#)
- 소셜 미디어 참여란 무엇이며 여러분의 소셜 미디어를 어떻게 개선할 수 있는가? - [자세히 알아보기](#)
- 소셜 미디어에 게시해야 할 32가지 - [자세히 알아보기](#)
- 블로거가 저지르는 6가지 실수와 이를 피하는 방법 - [자세히 알아보기](#)
- 여러분의 소셜 미디어 프로필을 개선하는 6가지 쉬운 방법 - [자세히 알아보기](#)

외부 리소스들

- Canva: 처음부터 디자인하기 위한 단계별 가이드 - [자세히 알아보기](#)
- Mailchimp: 더 알고, 더 많이 하기 - [자세히 알아보기](#)
- Google: 중소기업을 위한 Google - [자세히 알아보기](#)
- Facebook: Facebook Blueprint로 새로운 마케팅 스킬 배우기 - [자세히 알아보기](#)



감사합니다!

짧은 설문 조사를 완료하여 이 마케팅
도구에 대한 여러분의
피드백에 감사드립니다:

설문 조사 완료

추가적인 비즈니스 및 마케팅 지원을
위해 여러분의 지역 팀에게
연락하세요.



SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.®

