



Techniki adaptacyjne

Zestaw narzędzi marketingowych



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

Treść

- Jak używać zestawu narzędzi
- Wykorzystywanie znaków towarowych PADI
- Wytyczne marki PADI
- Kampania – przegląd
- Narzędzia marketingowe
 - Posty w mediach społecznościowych
 - Historie w mediach społecznościowych
 - Filmy
 - Nagłówki i szablony e-maili
 - Banery reklamowe
- Materiały do pobrania
- Zasoby PADI
- Ankieta



Jak używać zestawu narzędzi

Narzędziami marketingowymi dostępnymi w tym zestawie są szablony, do których możesz dodać informacje na temat swojego centrum lub bazy PADI po polsku korzystając z platformy Canva i wybranej platformy do tworzenia e-maili. Aby efektywnie używać tych narzędzi, załóż konto na Canva.

1. Stwórz lub zaloguj się na swoje konto w Canva.
2. Kliknij wybrany link do szablonu dostępny w tym zestawie narzędzi.
3. Szablon zostanie automatycznie załadowany na Twoje konto w Canva.
4. Dostosuj szablon do potrzeb swojego centrum lub bazy nurkowej.
5. Pobierz stworzony przez siebie szablon i dodaj go do swoich materiałów marketingowych.

Linki do wszystkich szablonów dostępnych w tym zestawie narzędzi znajdują się na stronie Materiały do pobrania.



Canva jest bezpłatną platformą graficzną, która pozwala użytkownikowi na tworzenie grafik, plakatów i innych elementów wizualnych.

[Załącz konto na platformie Canva](#)

Wykorzystywanie znaków towarowych PADI

Jako członek PADI należysz do grona najbardziej poszukiwanych i szanowanych profesjonalistów nurkowych na świecie. Twoje członkostwo wspiera również wysiłki PADI mające na celu przyspieszenie regeneracji branży i ratowanie oceanów.

Zgodnie z „Przewodnikiem wykorzystania znaków towarowych PADI” używanie zasobów marketingowych oznaczonych marką PADI jest dozwolone tylko dla członków PADI z odnowionym członkostwem. Dlatego zwracamy się z uprzejmą prośbą do osób, które nie odnowiły członkostwa w PADI, aby nie używały znaków towarowych PADI do promocji swojej firmy.

Jeżeli jeszcze nie odnowiłeś członkostwa w PADI i chciałbyś korzystać z zasobów marketingowych marki PADI, zaloguj się na [stronę PADI Pro](#) i odnów swoje członkostwo lub skontaktuj się bezpośrednio z Biurem Obsługi Klienta.



Obsługa klienta:

PADI Americas: membersvcs@padi.com

PADI Asia Pacific: memdep@padi.com.au

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

Wytyczne marki PADI

Wszystko, co robimy kształtuje wizerunek naszej firmy, kultury, produktów i usług. Podczas każdego kontaktu z klientem przekazujemy mu wiadomość, kim jesteśmy.

Logo

Upewnij się, że wykorzystujesz aktualne logo i tagline PADI®. Różne wersje logo PADI® znajdują się [tutaj](#).

Kolor

We wszystkich elementach projektu używaj tylko zatwierdzonych kolorów. Głównym kolorem jest biały, dodatkowym kolorem jest niebieski:

PADI niebieski	HEX #0070D3	RGB 0, 112, 211
PADI czerwony	HEX #F23D4E	RGB 242, 61, 78
Biały	HEX #FFFFFF	RGB 255, 255, 255
Czarny	HEX #000000	RGB 0, 0, 0

Czcionki

Używaj czcionki używanej przez PADI o nazwie Noto Sans. Staraj się unikać pogrubionej czcionki. Tekst powinien być w kolorze czarnym lub białym. [Pobierz czcionkę Noto Sans tutaj](#).

Grafiki

Mniej oznacza więcej – przekazuj treść za pomocą obrazów. Jeśli jakiś element nie wzmacnia przekazu, nie używaj go (grafiki, obramowania i obrazy clip art rzadko są potrzebne). Biała przestrzeń to dobra przestrzeń. Jeśli masz wrażenie, że projekt zawiera zbyt dużo szczegółów, tak samo będą czuli się Twoi klienci.

Styl

Cała treść, którą publikujesz musi być zgodna z misją i wizją PADI oraz zachęcać klientów, aby brali udział w nurkowych przygodach i ratowali oceany zgodnie ze sloganem „Seek Adventure. Save the Ocean”. Nasz styl powinien być naturalny, inspirować nurków do działania oraz promować integracje społeczne i ochronę środowiska.

Kampania – przegląd

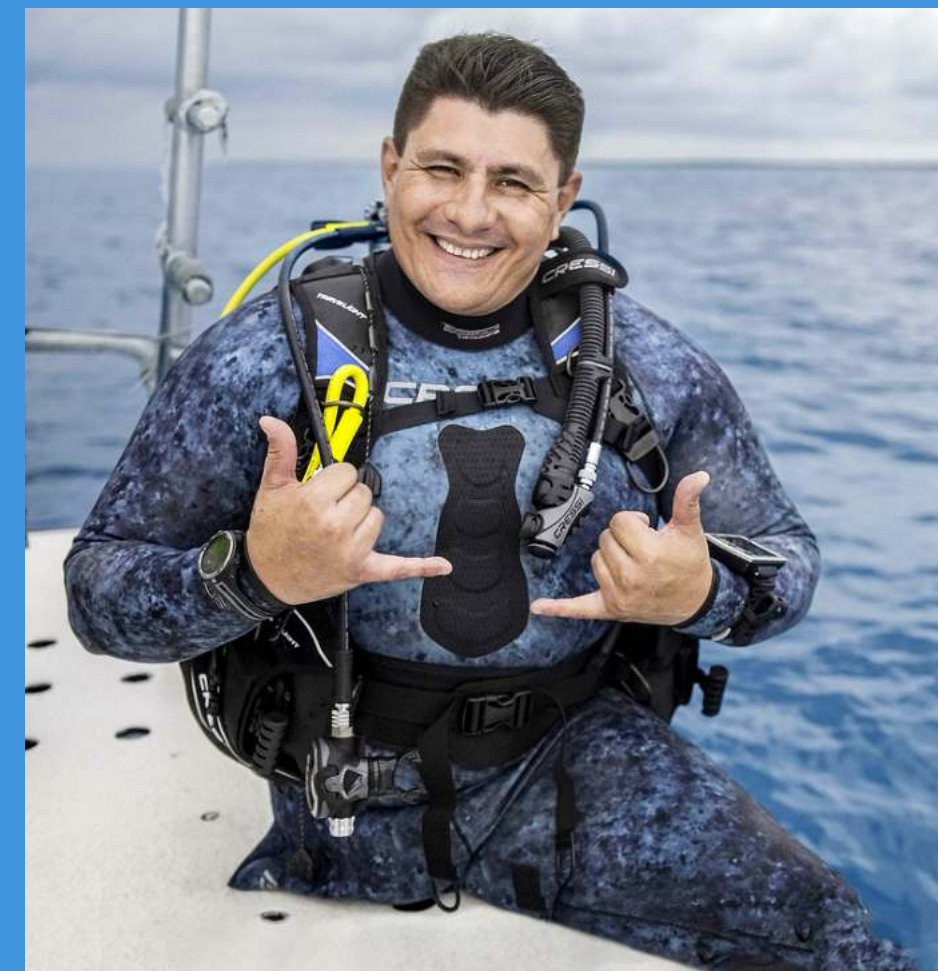
Historia PADI jest pełna ludzi, których życie zmieniło się dzięki nurkowaniu – stało się lepsze, ponieważ mogli odkrywać podwodny świat dzięki programom i certyfikatom PADI. Podejście PADI do edukacji nurkowej od zawsze zakładało, że nurkowanie jest dla wszystkich. Każdy, kto spełni wymagania wstępne może wziąć udział w szkoleniu.

PADI stworzyło dwa kursy, których celem jest podniesienie świadomości na temat różnych możliwości nurków i nauka technik adaptacyjnych, które można stosować podczas szkolenia i nurkowania z osobami z ograniczeniami fizycznymi lub psychicznymi. Podczas tych kursów instruktorzy i Divemasterzy rozwijają swoją wiedzę o tym, jak skupiać się na kursancie i stosować wybiórcze podejście przystosowując techniki do potrzeb nurka.

Zestaw narzędzi marketingowych „Techniki adaptacyjne” jest przeznaczony dla członków PADI na całym świecie, którzy oferują usługi adaptacyjne lub dla firm nurkowych uznanych za Centra usług adaptacyjnych PADI, aby mogli promować te kluczowe oferty.

Członkowie mogą wykorzystać ten zestaw narzędzi do:

- promocji kursów z uwzględnieniem technik adaptacyjnych w ich centrum lub bazie nurkowej
- promocji swojej firmy jako Centrum usług adaptacyjnych PADI (wybrane centra)



Filary zmian PADI

FILAR TRZECI: LUDZIE I SPOŁECZNOŚĆ

Trzeci filar zmian PADI opiera się na przekonaniu, że środowisko wodne powinno być dostępne dla wszystkich.

[Dowiedz się więcej.](#)

FILARY ZMIAN PADI



FILAR 3 | LUDZIE I SPOŁECZNOŚĆ

Jako globalna organizacja przez cały czas staramy się tworzyć atmosferę otwartości w branży nurkowej i promować ideę, że „pod wodą wszyscy mówimy tym samym językiem”.

Cieszymy się i szanujemy różnorodność w społeczności PADI i stale szukamy nowych metod dostępu do nurkowania i podwodnego świata. Misją organizacji PADI i jej członków jest ułatwianie i zwiększanie możliwości odkrywania środowiska morskiego nowym grupom klientów na całym świecie.

Znajdź więcej klientów

Wyszukiwarka centrów nurkowych: Filtr „Usługi adaptacyjne”

Wyszukiwarka centrów nurkowych jest po to, aby przyciągnąć więcej klientów do Twojej firmy i zawiera teraz filtr dotyczący wyposażenia firmy, np. usługi adaptacyjne. Nowoczesny interfejs wyszukiwania i filtry ułatwiają klientom znalezienie centrum lub bazy nurkowej, która najlepiej zadba o ich potrzeby, dzięki czemu wyszukiwarka stała się punktem kompleksowej obsługi dla nurków. Zwiększ swoją widoczność zamieszczając informacje o swoim centrum nurkowym już dziś!

Strona internetowa dla Centrów usług adaptacyjnych PADI

Centra nurkowe PADI, które zainwestowały środki w rozbudowaną infrastrukturę i usługi spełniające potrzeby nurków z ograniczeniami fizycznymi i psychicznymi w celu promocji ich udziału w szkoleniach i aktywnościach nurkowych mogą zostać wymienione na specjalnej stronie internetowej. Aby dowiedzieć się więcej, wyślij e-mail na adres fraser.bathgate@padi.com.



Posty w mediach społecznościowych



Przewodnik

Te posty są przeznaczone do wykorzystania w mediach społecznościowych i płatnych reklamach na Facebooku i Instagramie. Wybierz post, który Ci się podoba ze strony „Materiały do pobrania” i dodaj do niego odpowiednie zdjęcia lub grafiki, aby dostosować go do swojego regionu lub centrum nurkowego.

Grafiki

Wybierz grafikę z naszej biblioteki obrazów lub wykorzystaj inspirujące zdjęcie z kolekcji swojego centrum lub bazy nurkowej.

Tekst

Zamieść swój tekst, aby dostosować post do swojego centrum lub bazy nurkowej i klientów. Nie zapomnij dodać hashtagów i ikon lokalizacji.

Link

W postach zamieszczanych w mediach społecznościowych dodaj link do swojej strony internetowej. Upewnij się, że dodałeś linki afiliacyjne do produktów PADI eLearning na stronie padi.com/courses.

Historie w mediach społecznościowych



Przewodnik

Te posty są przeznaczone do wykorzystania w mediach społecznościowych i płatnych reklamach na Facebooku i Instagramie. Wybierz post, który Ci się podoba ze strony „Materiały do pobrania” i dodaj do niego odpowiednie zdjęcia lub grafiki, aby dostosować go do swojego regionu lub centrum nurkowego.

Grafiki

Wybierz grafikę z naszej biblioteki obrazów lub wykorzystaj inspirujące zdjęcie z kolekcji swojego centrum lub bazy nurkowej.

Tekst

Zamieść swój tekst, aby dostosować post do swojego centrum lub bazy nurkowej i klientów. Nie zapomnij dodać hashtagów i ikon lokalizacji.

Link

W postach zamieszczanych w mediach społecznościowych dodaj link do swojej strony internetowej. Upewnij się, że dodałeś linki afiliacyjne do produktów PADI eLearning na stronie padi.com/courses.

Filmy

Adaptive Support Diver



[Watch Now](#)

Bryan Anderson



[Watch Now](#)

Leo Morales



[Watch Now](#)

Mike Coots



[Watch Now](#)

Cody Unser



[Watch Now](#)

Claire Koch



[Watch Now](#)

Biblioteka filmów

Chcesz tworzyć własne filmy do wykorzystania w postach w mediach społecznościowych, w marketingu e-maili i w centrum nurkowym?
Sprawdź Bibliotekę filmów na stronie „Materiały do pobrania”.

Nagłówki i szablony e-maili



Nagłówki i szablony e-maili

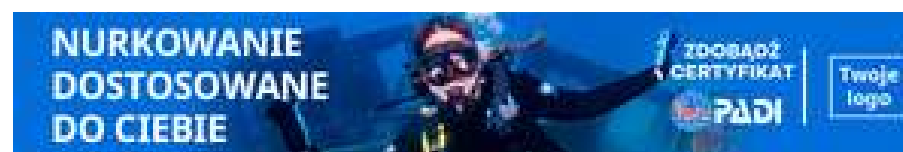
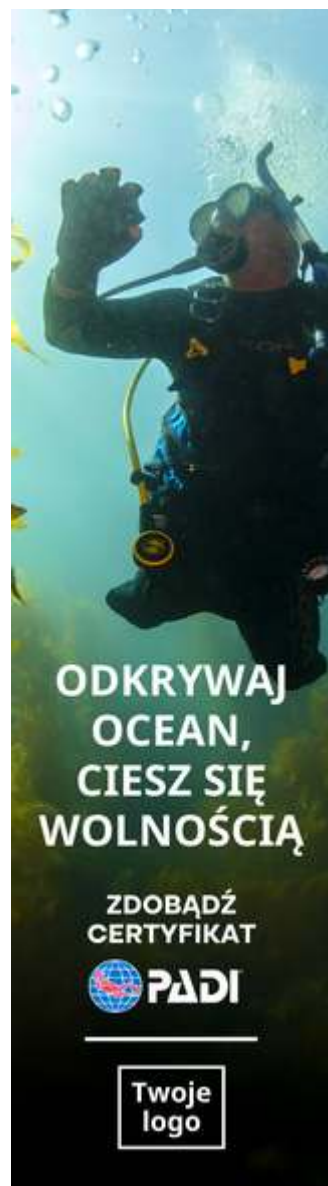
Wykorzystaj nagłówki e-maili, które możesz znaleźć na stronie „Materiały do pobrania”, aby zachęcić nurków do udziału w kursach na poziom podstawowy.

Jeśli chcesz stworzyć e-mail, który przyciągnie uwagę Twoich klientów, wykonaj następujące kroki:

- Użyj wybranego przez siebie programu do tworzenia e-maili i wybierz tekst związany z jednym z haseł kampanii przedstawionym w tym zestawie narzędzi.
- Dostosuj treść e-maila do swojego lokalnego miejsca nurkowego i firmy.
- Dodaj nagłówek zgodny z wybranym przez siebie hasłem.
- Wybierz osoby z bazy danych, które powinny przeczytać ten e-mail i wciśnij przycisk „wyślij”!

Szablony i nagłówki e-maili są dostępne na stronie „Materiały do pobrania” poniżej.

Banery reklamowe



Przewodnik

Dostosuj banery reklamowe do swoich potrzeb i wstaw je na stronę internetową centrum lub bazy nurkowej.

Wszystkie banery reklamowe są dostępne w pięciu głównych rozmiarach wykorzystywanych przez Google: 160 x 600, 336 x 280, 300 x 250, 300 x 50, 728 x 90. Możesz zmienić ich rozmiar wykorzystując użyteczne narzędzie „resize” w programie Canva (dostępne w wersji Canva Pro).

Inny tekst do wyboru

- PODWODNY ŚWIAT JEST DLA WSZYSTKICH
- ODKRYJ WOLNOŚĆ W PODWODNYM ŚWIECIE

Linki afiliacyjne

Jeśli na swojej stronie internetowej umieściłeś link do padi.com/courses i promujesz kursy PADI eLearning, upewnij się, że dodałeś linki afiliacyjne do swojego centrum nurkowego.

[Zobacz instrukcję do linków afiliacyjnych](#)
[Zestaw narzędzi marketingowych PADI eLearning](#)

Materiały do pobrania

Posty w mediach społecznościowych

- [Techniki adaptacyjne – 1080 x 1080](#)
- [Techniki adaptacyjne – 1000 x 1000](#)

Zdjęcia w tle

- [Techniki adaptacyjne – 820 x 312](#)
- [Techniki adaptacyjne – 640 x 360](#)

Historie w mediach społecznościowych

- [Techniki adaptacyjne – 1080 x1920](#)

Banery reklamowe

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

Biblioteka obrazów

- [Zdjęcia „Techniki adaptacyjne”](#)

Narzędzia PADI

- [Logo PADI](#)

Biblioteka filmów

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

E-mail

- [Nagłówki e-maili – 1200 x 500](#)



Kluczowe zasoby

- 6 sposobów na odzyskanie zaufania klienta podczas powrotu do nowej normalności – [Dowiedz się więcej](#)
- Seek Adventure – Zestaw narzędzi marketingowych (wersja 2020) – [Dowiedz się więcej](#)
- Wprowadzenie do kursu PADI Open Water Diver
- eLearning – link afiliacyjny jest już dostępny – [Dowiedz się więcej](#)
- Linki afiliacyjne PADI Learning – przewodnik
- i zestawy narzędzi – [Sprawdź teraz](#)

Zasoby PADI

Obejrzyj webinary PADI Marketing (tylko w języku angielskim)

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

Najlepsze praktyki marketingowe i porady PADI

- 10 wskazówek, jak stworzyć e-mail, który zainteresuje nurków – [Dowiedz się więcej](#)
- 10 Marketing Tips for PADI Dive Shops during COVID-19 (po angielsku) – [Dowiedz się więcej](#)
- Zwiększ swoją widoczność w internecie dzięki Google My Business (Google Moja Firma) – [Dowiedz się więcej](#)
- 3 bezpłatne cyfrowe narzędzia marketingowe, których powinieneś używać – [Dowiedz się więcej](#)
- 5 sposobów na utrzymanie kontaktu z klientami poprzez historie na Instagramie – [Dowiedz się więcej](#)
- Jak blog może pomóc w rozwoju Twojej firmy – [Dowiedz się więcej](#)
- What Is Social Media Engagement and How Can You Improve Yours? (po angielsku) – [Dowiedz się więcej](#)
- 32 Things to Post on Social Media (po angielsku) – [Dowiedz się więcej](#)
- 6 Mistakes Bloggers Make and How to Avoid Them (po angielsku) – [Dowiedz się więcej](#)
- 6 Easy Ways to Revamp Your Social Media Profiles (po angielsku) – [Dowiedz się więcej](#)

Inne zasoby (tylko w języku angielskim)

- Canva: A step-by-step guide to designing from scratch – [Dowiedz się więcej](#)
- Mailchimp: Know more, do more – [Dowiedz się więcej](#)
- Google: Google for small business – [Dowiedz się więcej](#)
- Facebook: Learn new marketing skills with Facebook Blueprint – [Dowiedz się więcej](#)



Dziękujemy

Chcemy poznać Twoją opinię na temat tego zestawu narzędzi marketingowych, dlatego prosimy o wypełnienie krótkiej ankiety:

Wypełnij ankietę

Aby uzyskać wsparcie biznesowe i marketingowe, skontaktuj się z Biurem Regionalnym PADI.



SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.