



适性技术

市场营销工具包



PADI

SEEK ADVENTURE.
SAVE THE OCEAN.™

目录

- 如何使用工具包
- 使用 PADI 商标
- 品牌准则
- 适性技术概述
- 适性技术素材
 - 社交媒体帖子
 - 社交媒体故事
 - 视频资源
 - 电子邮件标题和模板
 - 网页横幅
- 下载素材
- 资源
- 工具包问卷



如何使用此工具包

此工具包中的营销素材是 PADI 潜水中心和度假村的模板，可在 Canva 和您选择的电子邮件平台中使用您的业务信息和当地语言进行编辑。要有效地使用此工具包，您需要一个 Canva 帐户。

1. 创建或登录您的 Canva 帐户
2. 单击此工具包中的任何素材链接
3. 素材将自动导入您的 Canva 帐户
4. 自定义素材以满足您的潜水中心或度假村的需求
5. 下载您的最终创意并整合到您的营销计划中

可以在“下载素材”页面上找到工具包中显示的所有素材的链接。



Canva 是一个免费的图形设计平台，允许用户创建社交媒体图形、海报和其他视觉内容。

[立即设置 Canva 帐户](#)

使用 PADI 商标

作为 PADI 会员，您是全球最受欢迎和最受尊敬的潜水专业人士之一。您的会员资格还有助于支持 PADI 组织为加速行业复苏和拯救我们的海洋所做的努力。

根据 PADI 会员商标使用指南，PADI 品牌营销素材的使用仅授权给更新的 PADI 会员使用。因此，我们恭敬地要求未更新的 PADI 会员不要使用 PADI 商标来宣传他们的业务。

如果您目前是未更新的 PADI 会员并希望利用 PADI 品牌营销资产，请访问您的 [PADI Pro 门户](#)并遵循会员更新流程或直接联系 PADI 客户服务团队。



客户服务

PADI 美洲区: membersvcs@padi.com

PADI 亚太区: memdep@padi.com.au

PADI 欧洲、中东和非洲:
pros.emea@padi.com

PADI 品牌 规范指引

我们所做的一切都会塑造大众对我们的企业，文化，产品和服务的印象。每个接触点传达的信息都源于我们的品牌定位。视觉识别就是我们形象的代表。

商标

确保使用最新的 PADI® 商标和标语。点击[这里](#)查看 PADI® 商标。

颜色

仅在设计元素中使用认可的品牌颜色。白色应该是原色，蓝色应该是第二色：

PADI 蓝色 HEX #0070D3 RGB 0, 112, 211

PADI 红色 HEX #F23D4E RGB 242, 61, 78

白色 HEX #FFFFFF RGB 255, 255, 255

黑色 HEX #000000 RGB 0, 0, 0

版式

使用 PADI 品牌字体。尽量不要使用粗体字处理。副本应为黑色或白色。 [在此下载 Noto Sans](#)。

图片

少即是多-让图像说话。如果某个元素没有存在价值，请不要使用它（如多余的边框，图形和剪贴画）。注意留白的艺术。如果您对设计感到不知所措，那么您的受众也会如此。

风格

所有内容均应支持 PADI 的品牌使命和愿景，并鼓励消费者探索奇遇，守护蔚蓝。我们的风格是真实的，富有启发性，充满希望的，具有包容性的和环保的。

活动概览

PADI 历史上充满了通过潜水改变生活的人，他们的生活变得更美好，因为他们能够通过 PADI 课程和认证体验和探索水下世界。PADI 的潜水员教育方法始终具有包容性；欢迎所有满足先决条件的人。

PADI 开设了两门课程，重点是提高对不同潜水员能力的认识，并探索适应性教学技术，以便在与身心障碍的潜水员进行训练和潜水时应用。这些课程进一步扩展了教练和潜水长在调整技术以满足潜水员需求时以学生为中心和规范方法的能力。

适性技术营销工具包适用于全球 PADI 会员，他们提供适性服务或被认可为 PADI 适性服务机构，用于推广此重要产品。

会员可以使用此工具包来：

- 在潜水中心或度假村推广适性技术课程
- 作为 PADI 适性服务设施（部分潜店）进行宣传



PADI 变革支柱

支柱三 人 + 人类

PADI 的第三个变革支柱源于这样一个核心信念，即水生环境应该对所有人开放。

[了解更多](#)

PADI 变革支柱

支柱三 | 人 + 人类

作为全球性机构，我们不断努力在整个潜水行业营造一个开放的环境，共同理解“在水下我们都说同一种语言”。

我们相信庆祝和尊重 PADI 家庭的多样性，同时不断寻求培养通往潜水和水下世界的新途径。PADI 致力于与 PADI 会员合作，促进和增加我们全球潜水社区中新的、多样化的受众发现海洋环境并与之建立联系的机会。



连结更多潜水员

潜水店定位器： 适性服务类别过滤器

潜水中心定位器现已针对搜索引擎进行优化，以吸引更多消费者访问您的商家信息，并包括针对设施便利设施（例如适性服务）的过滤器。现代搜索界面和过滤器使消费者更容易找到最适合他们需求的潜水商店或度假村，使其成为潜水员的一站式潜店。立即登记您的潜水中心，获得更多知名度！

PADI 适性服务设施登陆页面

PADI 潜水中心投资了全面的运营服务和基础设施，以满足有身体或心理挑战的潜水员的需求，以促进其潜水员培训计划和活动的包容性，可以在专门的登陆页面上得到认可。请联系 fraser.bathgate@padi.com 了解更多信息。



社交媒体发布



指南

这些社交媒体素材可以用于 Facebook 和 Instagram 上的原始故事发布或付费媒体广告。在下载汇总页面选择您喜欢的素材，根据您所在地区和潜店的相关图片进行个性化定制。

图片

从我们的活动图像库中选择一张图/一段影片，或使用您自己的有趣的图像和视频。

文案

建议您编写个性化文案，使它更贴合您的潜水中心或度假村和您的观众。一定要使用贴纸，活动主题标签和相关的定位标签。

链接

将您的社交媒体故事链接到您的网站。如果要链接到 padi.com/courses，请确保您使用您的 PADI eLearning 会员专属链接。

社交媒体故事



指南

这些社交媒体素材可以用于 Facebook 和 Instagram 上的原始故事发布或付费媒体广告。在下载汇总页面选择您喜欢的素材，根据您的所在地区和潜店的相关图片进行个性化定制。

图片

从我们的活动图像库中选择一张图/一段影片，或使用您自己的有趣的图像和视频。

文案

建议您编写个性化文案，使它更贴合您的潜水中心或度假村和您的观众。一定要使用贴纸，活动主题标签和相关的定位标签。

链接

将您的社交媒体故事链接到您的网站。如果要链接到 padi.com/courses，请确保您使用您的 PADI eLearning 会员专属链接。

视频资源

Adaptive Support Diver



[现在观看](#)

Bryan Anderson



[现在观看](#)

Leo Morales



[现在观看](#)

Mike Coots



[现在观看](#)

Cody Unser



[现在观看](#)

Claire Koch



[现在观看](#)

视频库

有兴趣创建自己的视频以用于社交媒体帖子、电子邮件营销或商店吗？
查看素材下载页面上的视频剪辑库。

邮件模板及横幅



邮件模板及横幅

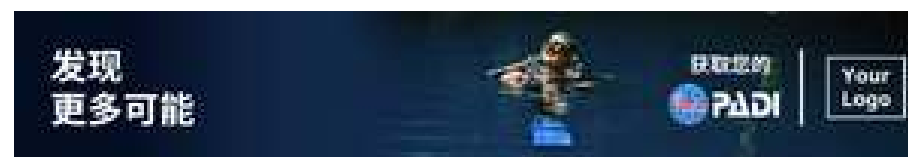
运用好这些邮件横幅以及我们建议的邮件文案内容（在资源汇总页有相关下载链接），帮助您增加获客。

根据下列步骤创建您与客人的互动邮件：

- 使用您一贯的邮件发布/管理平台，选择您更为偏好的一个文案/推广信息开始创建您的邮件；
- 编辑文案让内容更契合您当地实际和您的潜店；
- 添加一个符合您的推广信息的邮件横幅
- 从您的数据库选择目标客户群体，点击“发送”！

您可以从资源下载汇总页面下载邮件文案以及邮件横幅。

网页横幅



指南

个性化编辑这些网页横幅，让它们与您的潜水中心，度假村的官网更切合。

所有网页横幅的设计均提供了三种尺寸: 1920 x 237, 1920 x 600, 1920 x 1600。您可以使用 Canva 的“resize”功能（Canva Pro 账号功能）重新设定他们的尺寸。

备用副本

- 海底世界适合所有人
- 在水下寻找自由

相关链接

如果您想推广 PADI eLearning 课程，引流潜水员客户到 padi.com/courses，请记得使用您的 PADI 潜店关联链接。

[在这里查看关联链接指南](#)
[在这里查看 PADI eLearning 工具包](#)

下载资源

社交媒体发布

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

社交媒体封面

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

社交媒体故事

- [Adaptive - 1080 x1920](#)

网页横幅

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

图片库

- [Adaptive Images](#)

品牌资源

- [PADI Logos](#)

视频库

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

电子邮件素材

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



主要资源

- 培养客户信心的 6 种方法博客 - [立即查看](#)
- “探索奇遇”潜水员市场营销资源（2020 版） - [这里查看](#)
- 新的 PADI® 开放水域潜水员 eLearning 产品介绍 - [现在访问](#)
- PADI eLearning 会员链接指南和营销工具 - [立即访问](#)

PADI 资源

观看 PADI 市场营销研讨会（英文版）

- 如何优化您的网站以实现转化 - [点击查看](#)
- 什么是付费数字营销，我应该什么时候使用它？ - [点击查看](#)
- 如何为潜店制定营销策略 - [点击查看](#)
- 自然社交媒体最佳实践 - [点击查看](#)
- 电子邮件营销最佳实践 - [点击查看](#)
- 使用 Tripadvisor 作为营销工具来推广您的业务 - [点击观看](#)
- 如何使用 Mailchimp 发送电子邮件 - [点击观看](#)
- Canva 和 Facebook Studio 简介 - [点击观看](#)
- 创建和管理潜店 YouTube 频道 - [点击观看](#)

PADI 市场营销最佳实践及提示（英文版）

- 创建引人入胜的电子邮件的 10 个技巧 - [了解更多](#)
- COVID-19 期间 PADI 潜店的 10 个营销技巧 - [了解更多](#)
- 如何优化您的“Google 我的商家”帐户 - [了解更多](#)
- 您应该使用的 3 个免费数字营销工具 - [了解更多](#)
- 通过 Instagram 快拍与观众保持联系的 5 种方法 - [了解更多](#)
- 博客如何帮助您的业务 - [了解更多](#)
- 什么是社交媒体参与度以及如何改进您的社交媒体参与度？ - [了解更多](#)
- 在社交媒体上发布的 32 件事 - [了解更多](#)
- 博主常犯的 6 个错误以及如何避免这些错误 - [了解更多](#)
- 6 种简单的方法来改进您的社交媒体资料 - [了解更多](#)

外部资源

- Canva: 从零设计分步指南 - [了解更多](#)
- Mailchimp: 了解更多，做得更多 - [了解更多](#)
- Google: 适用于小型企业的 Google - [了解更多](#)
- Facebook: 通过 Facebook Blueprint 学习新的营销技巧 - [了解更多](#)



谢谢

我们非常感谢您通过完成一项简短的调查对本营销工具包提出反馈意见：

参加问卷调查

如需进一步的业务和营销支持，
请联系您的区域团队。



SEEK ADVENTURE
SAVE THE OCEAN.®