

# PROJETO DE IDENTIDADE VISUAL

# Fases dessa apresentação

FASE 01

Estratégia de marca

FASE 02

Soluções visuais

FASE 03

Aplicações reais

# Estratégia de marca

# 01

## O que é a marca

MQL (Milhas Que Libertam) é uma agência de viagens *premium* que vende passagens exclusivamente na executiva, além de reservas em hotéis, seguros e alugueis de carros pelo melhor preço. O objetivo é realizar sonhos e economizar muito dinheiro.

02

**Com quem  
essa marca fala**

Empresários, dentistas, médicos, advogados,  
juízes, etc - pessoas com alto poder aquisitivo  
e sem tempo para perder.

30-55 anos

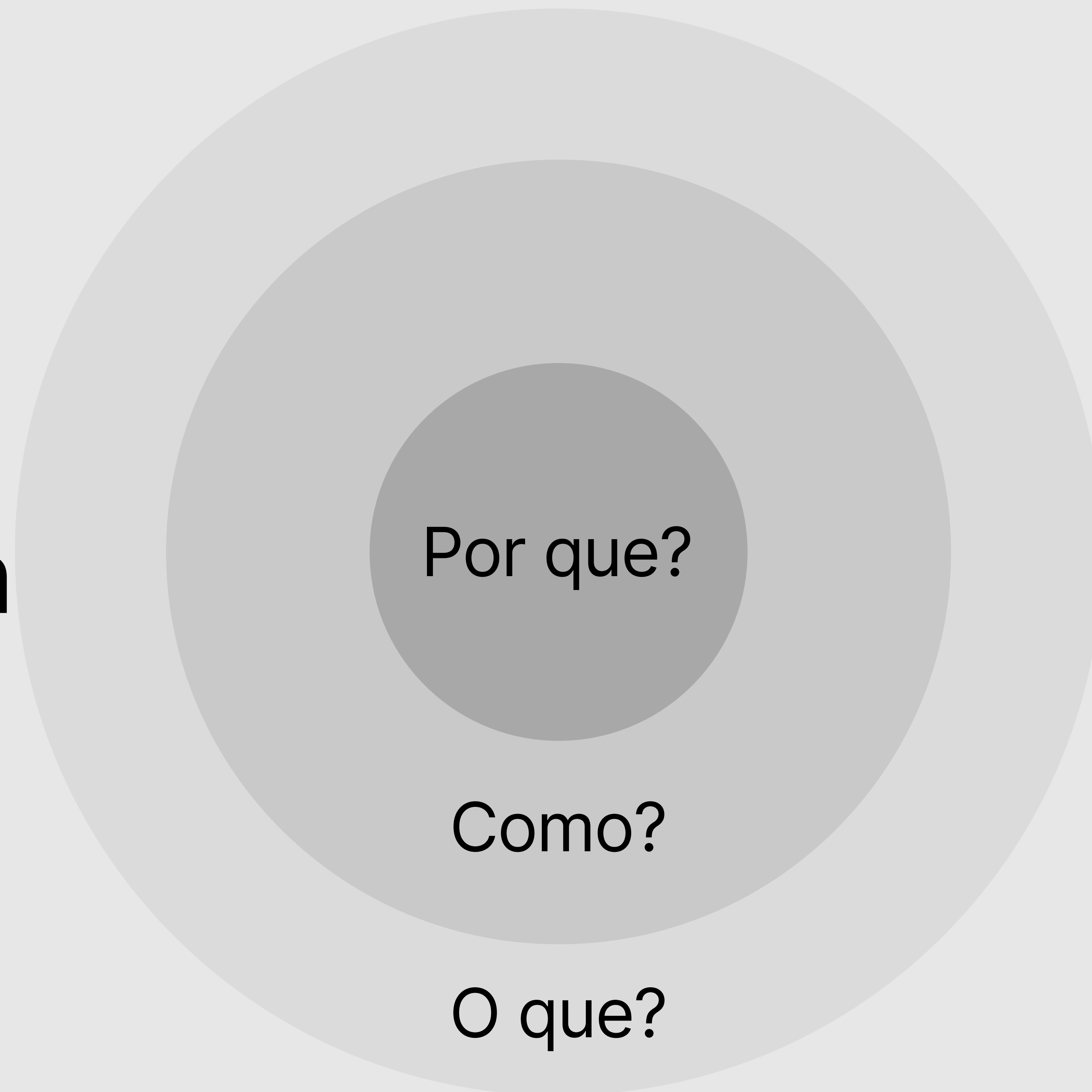
Masculino predominante,  
pouco feminino

03

Qual mensagem  
essa marca quer  
transmitir para  
esse público

Exclusividade,  
elegância e discrição.

# 04 The Golden Circle



## Por que?

Libertar os clientes de pagar caro em passagens executivas para que assim possam realizar o sonho de aproveitar melhor as viagens e a vida.

## Como?

Com um serviço exclusivo que oferece passagens aéreas executivas, aluguéis de carros, seguros e reservas em hotéis pelo melhor preço possível.

## O que?

Agência de viagens premium que promove as melhores viagens pelo melhor preço.

# 05

## Resumo

Agência de viagens *premium* que vende passagens exclusivamente na executiva, além de reservas em hotéis, seguros e alugueis de carros pelo melhor preço. O objetivo é realizar sonhos e economizar muito dinheiro.

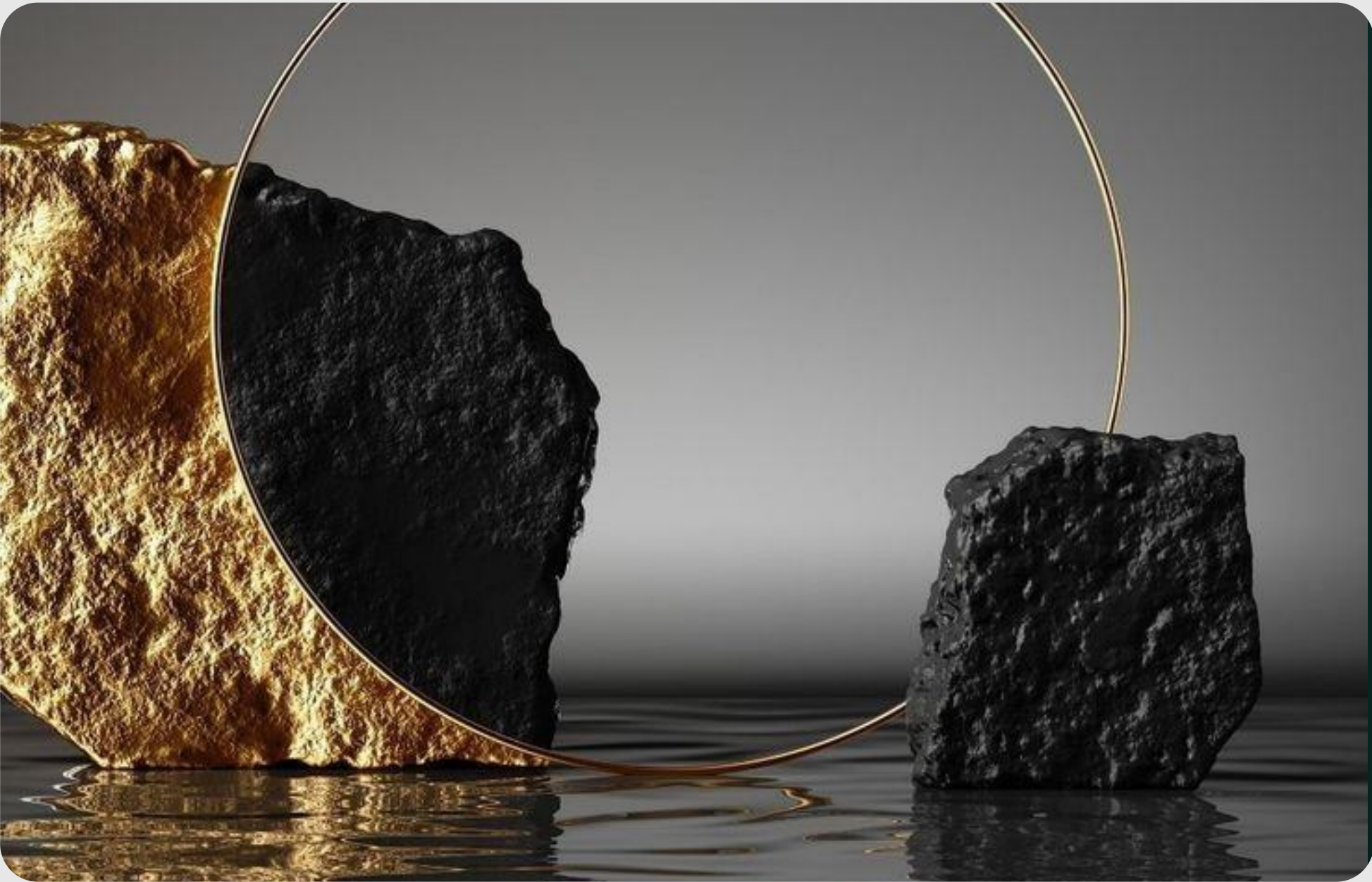
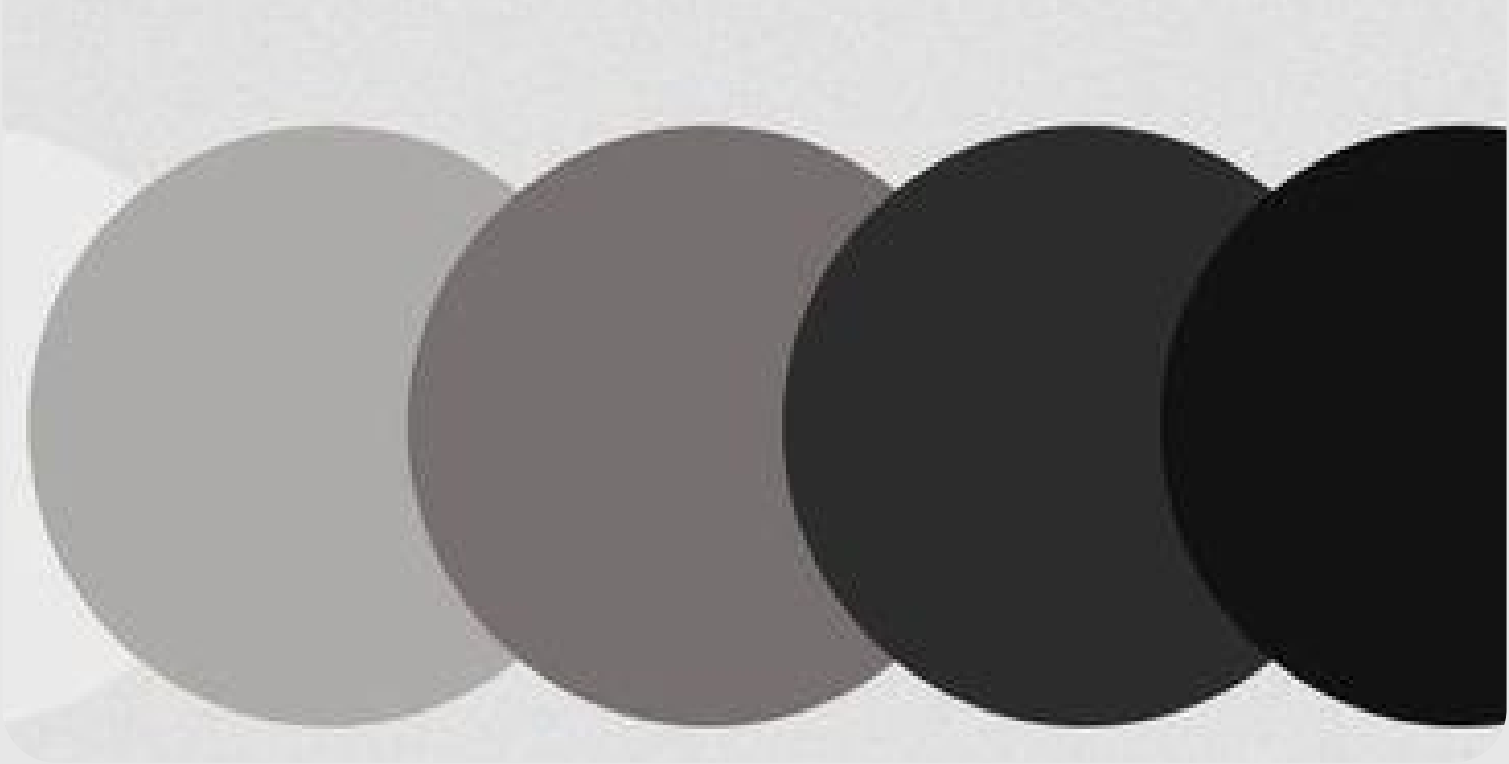
Quer transmitir exclusividade, elegância e discrição.

Soluções visuais

# 01

## Direção visual

Escolher cores, formas e estilo que remetam à elegância, exclusividade e discrição.

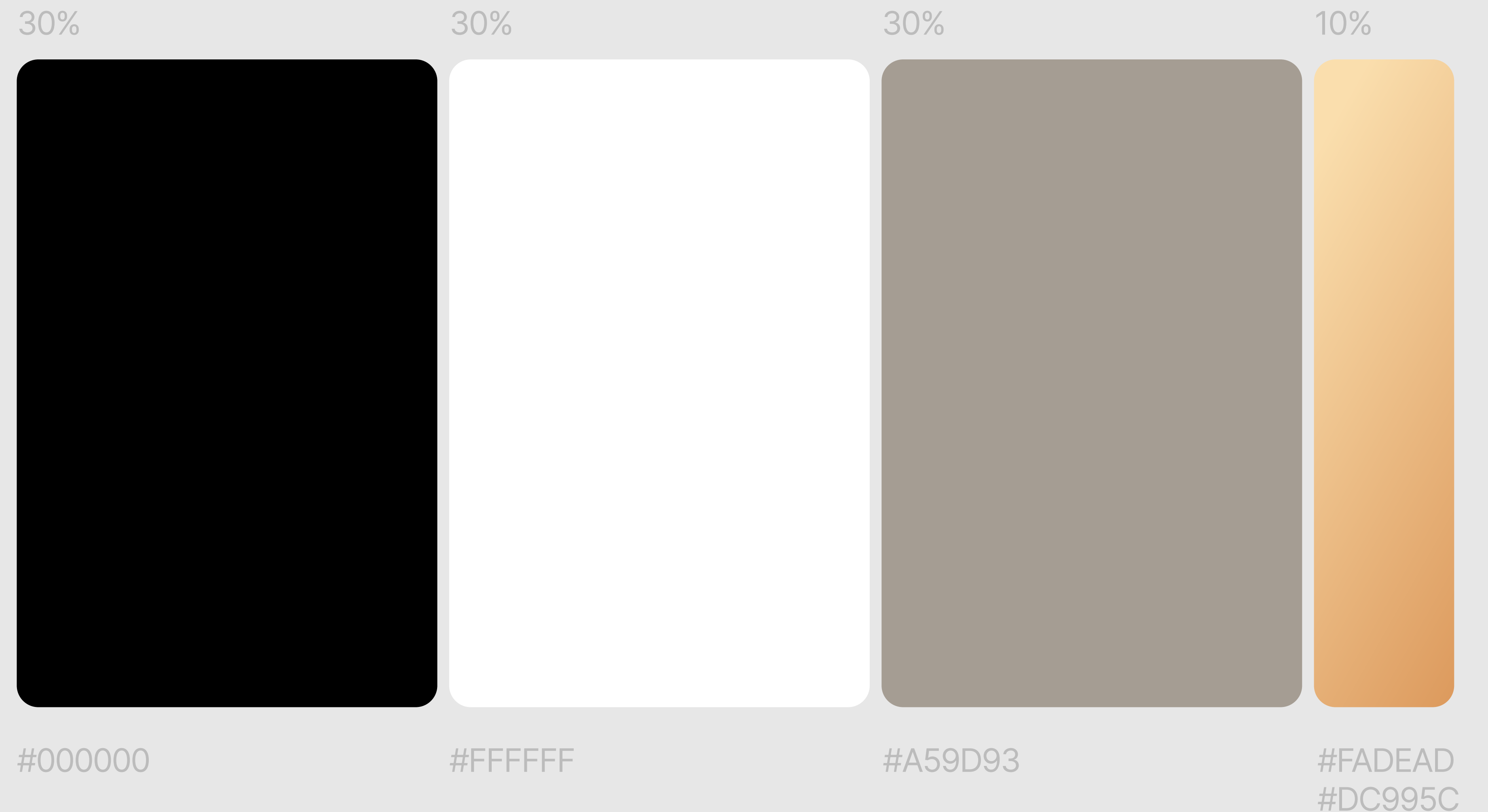


# 02

## Paleta de cores

A paleta é composta por preto, branco, castanho e tons de amarelo para criar um efeito dourado.

A estratégia aqui é trazer aspectos de elegância, exclusividade e sobriedade para a marca com poucas cores, mas com contraste e personalidade.



# 03

## Tipografia

A tipografia é a voz da marca.

A estratégia aqui é que essa voz transmita exclusividade, por isso, como fonte principal, escolhemos uma tipografia serifada que reforça a elegância da marca e para apoio, uma tipografia sem-serifa minimalista e legível tanto nos meios digitais quanto físicos.

**Taviraj**

**Nosso foco é você!**

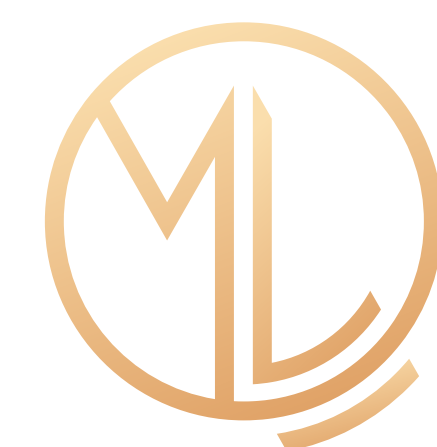
**Montserrat**

Sua viagem dos sonhos pelo melhor preço.

# 04

## Logotipo

O logotipo é a soma da paleta de cores e a tipografia escolhida. O símbolo é a união das iniciais M + Q + L cuja inspiração veio das marcas de luxo que normalmente combinam formas geométricas, linhas e letras de forma "limpa", elegante e minimalista.



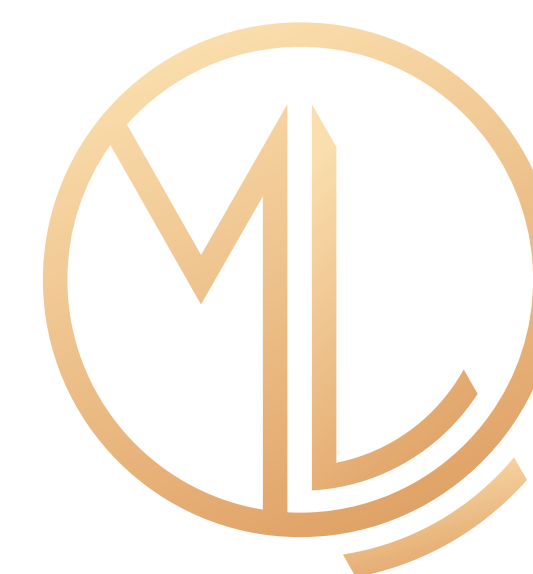
V I A G E N S



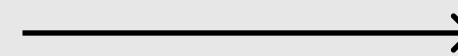
V I A G E N S



V I A G E N S



# Personalização



Aplicações reais

MQL VIAGENS  
tel : 907 864 821  
mail : mqlviagens@gmail.com



MQL VIAGENS  
tel : 907 864 821  
mail : mqlviagens@gmail.com



MQL VIAGENS  
tel : 907 864 821  
mail : mqlviagens@gmail.com



MQL VIAGENS  
tel : 907 864 821  
mail : mqlviagens@gmail.com





VIAGENS



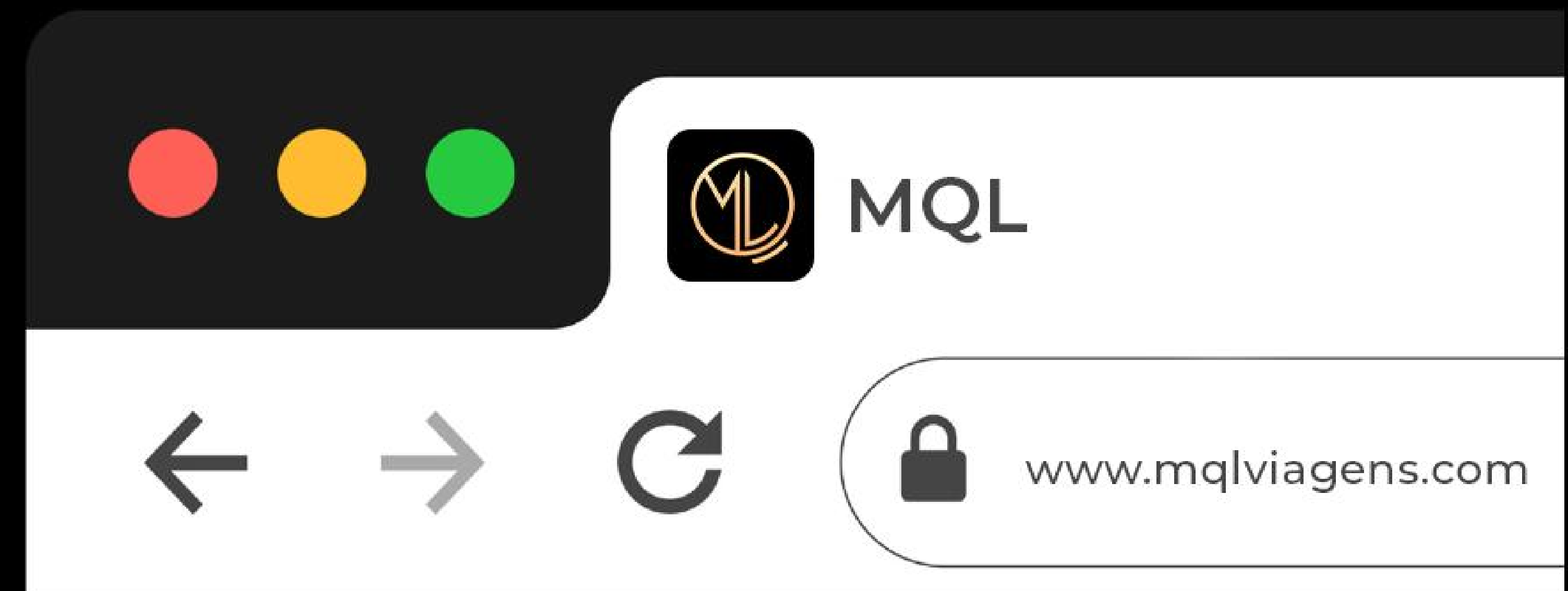


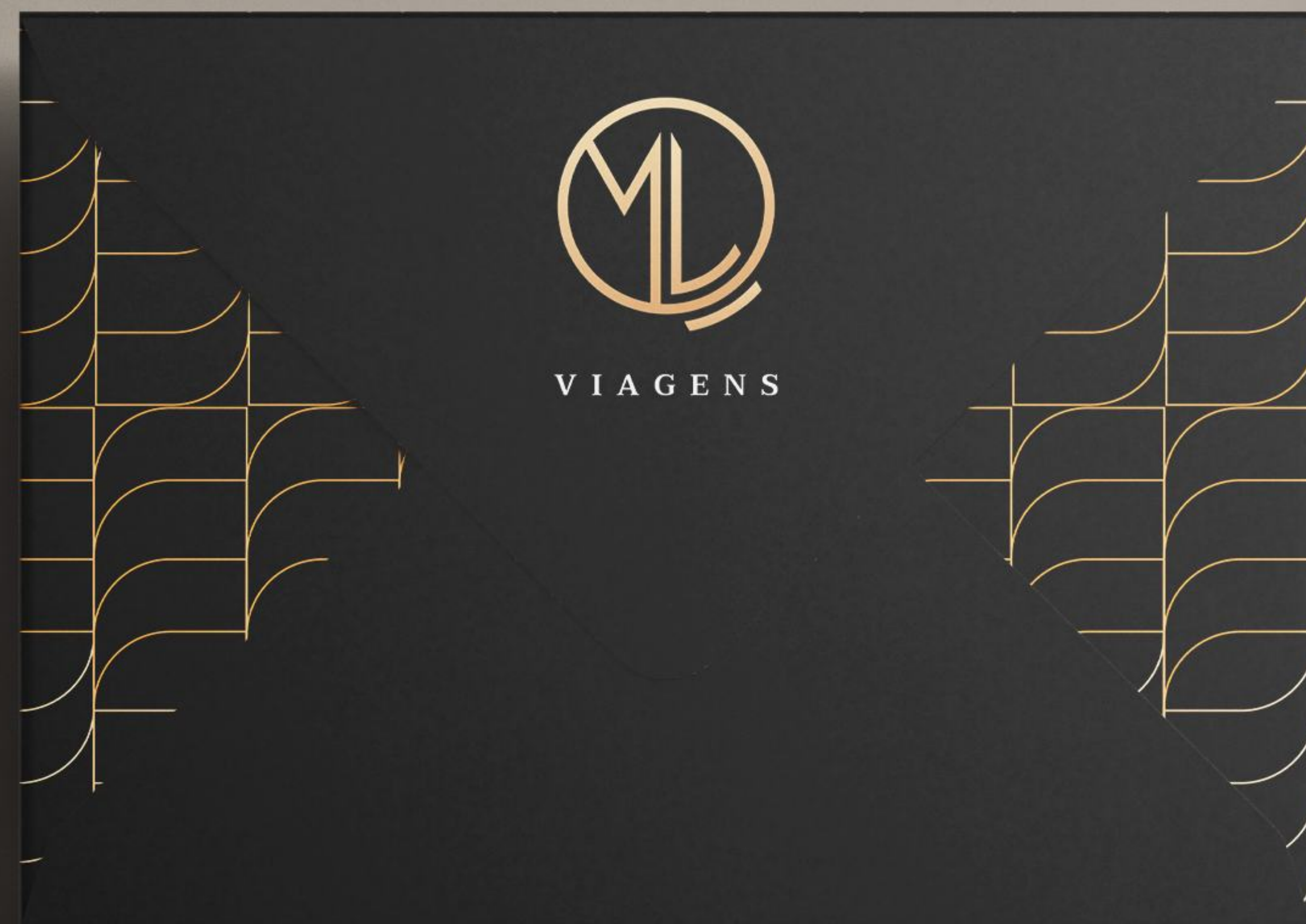
VIAGENS



MQL

MacBook Pro





VIAGENS

Contrary to popular belief, Lorem Ipsum is not simply random text. It has roots in a piece of classical Latin literature from 45 BC, making it over 2000 years old. Richard McClintock, a Latin professor at Hampden-Sydney College in Virginia, looked up one of the more obscure Latin words, consectetur, from a Lorem Ipsum passage, and going through the cites of the word in classical literature, discovered the undoubtable source. Lorem Ipsum comes from sections 1.10.32 and 1.10.33 of "de Finibus Bonorum et Malorum" (The Extremes of Good and Evil) by Cicero, written in 45 BC. This book is a treatise on the theory of ethics, very popular during the Renaissance. The first line of Lorem Ipsum, "Lorem ipsum dolor sit amet..", comes from a line in section 1.10.32.

The standard chunk of Lorem Ipsum used since the 1500s is reproduced below for those interested. Sections 1.10.32 and 1.10.33 from "de Finibus Bonorum et Malorum" by Cicero are also reproduced in their exact original form, accompanied by English versions from the 1914 translation by H. Rackham.

**MQL Viagens**









Realize seu sonho  
de viajar e ainda  
economizar.



VIAGENS





V I A G E N S



O resultado final é uma marca que transmite elegância e exclusividade para um público acostumado com o que há de melhor.

Obrigado.