

# MILU



## Nascemos da junção de três elementos:

A paixão por viagens, a vontade de proporcionar experiências incríveis e o conhecimento técnico de como fazê-lo.

## Vamos conhecer outras agências?

( SÓ AS QUE ACHAMOS TER UM POUCO A VER COM VOCÊS, OK? )

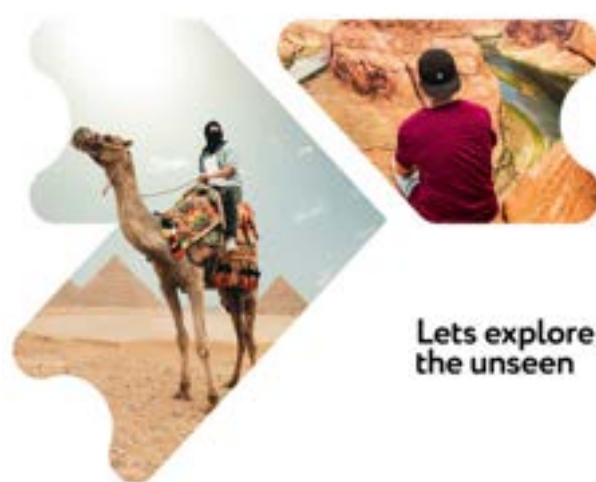


Home Places Tickets Contact

Lets explore the unseen

Traveling anywhere

322	31245	234656
different places	flights	booking



Lets explore the unseen

## trevalo

Marca moderna. Traz consigo como slogan o real prazer de viajar, explorar o ainda não visto.

Cores que abraçam qualquer tipo de gente, e que demonstram a alegria de poder fazer uma viagem.

Utiliza de seus símbolos para trazer as imagens à tona, fazendo com que a comunicação seja leve e divertida.

Em sua logo, tem o símbolo da marca, um T em forma de cartões e embarque.

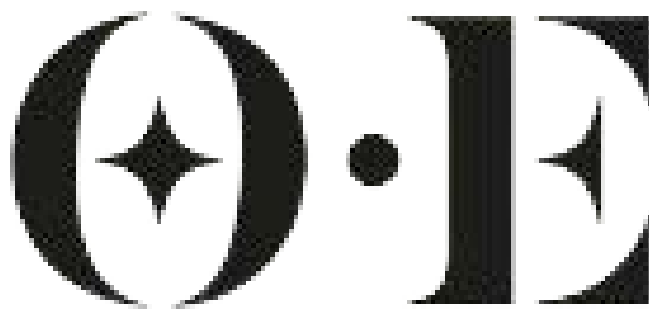
# FUSO

Marca linda! Bem apresentada e esteticamente atraente. Tudo de bom ela né? Não!

A estética da marca da Fuso já está caindo em desuso pelo excesso! Zara e outras marcas optam pela estética mas foram pioneiras, mas as marcas atuais quando fazem o uso da mesma, acabam por serem menosprezadas pelo publico.

A marca da Matueté é interessante para nós!  
Ela comunica algo bom, uma sensação boa.

Mas ela peca na pouca informação, minimalista demais, a ponto de não comunicar em si mesma o segmento que ela mesma se propõe.



De todas as referências enviadas, a Oriente Express teve um ponto de atenção positivo!

A construção da marca é fora da caixinha, e pode levar o público alvo da milu a lugares ainda não desbravados.

A Marca caminha com o viajante, trazendo memórias e afeto em cada imagem que publica.



A conta do instagram da Oriente express é um luxo à parte!

É como se pegassem cada viagem e guardassem em um livro de memórias quentes e felizes.

Toda marca deveria fazer o mesmo não é?

Pois iremos trabalhar para trazer algo que assemelhe nas sensações e memórias afetivas.



# Como poderemos trabalhar a Milu Travel num contexto digital?

Podemos tomar algumas decisões importantes que irão ditar o futuro estético da Milu.

Precisamos ser Originais!

Uma marca com originalidade consegue conquistar, cativar e atender o seu público de maneira profunda.

Como vimos, a Oriente Express faz isso muito bem. Iremos nos inspirar neles para pensar em maneiras de transformar a Milu digital em algo muito atraente e com elegância.

## Então bora reunir todas as primeiras ideias em um mood board:



Das nossas referências, utilizaremos o uso bem feito das fotografias cinematográficas.

O uso da tipografia nas fotos, que trazem a elegância na comunicação.

O uso de símbolos (o que veremos na parte da logo, logo abaixo e também das cores).

Uso de referências ligadas ao mundo das viagens, como mapas de papel, bússolas, passaportes etc.

Existe algo em comum nessas imagens selecionadas!

## **Cores, estratégia e tipografia.** **Imagens Cinemáticas, elegância e comunicação** **com o público mais rico.**

Com isso, que tal um primeiro estudo do que podemos fazer na transformação da marca da Milu?

### **1º Versão**



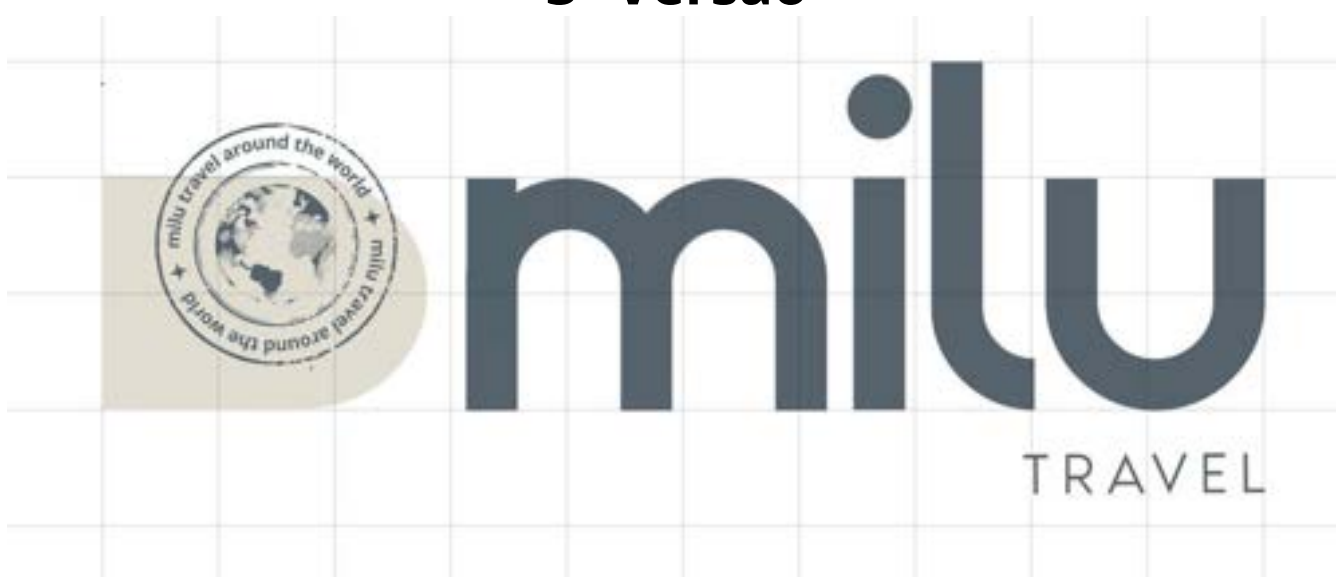
### **2º Versão**



A segunda versão da logo da milu conta como solução o símbolo da marca já definido como uma Andorinha, ave migratória e símbolo que pode ser usado para os viajantes da Milu Travel. Foi inserido uma “perninha” na letra “m”, saindo um pouco da visão parecida com a marca “miu miu” observada pelos clientes.

Houve também a inserção do complemento “Travel” na parte inferior direita da marca. exemplificando mais ainda o propósito da marca.

### **3º Versão**



A terceira versão da logo da milu conta como solução o símbolo da marca já definido como um Carimbo de viagem, carimbo este muito utilizado nos passaportes ao redor de todo o globo, e pode ser usado para os viajantes da Milu Travel como um símbolo da marca.

Foi inserido uma “perninha” na letra “m”, saindo um pouco da visão parecida com a marca “miu miu” observada pelos clientes.

Houve também a inserção do complemento “Travel” na parte inferior direita da marca. exemplificando mais ainda o propósito da marca.

# Vamos falar sobre Tipografia e Paleta cromática?

## Grayson

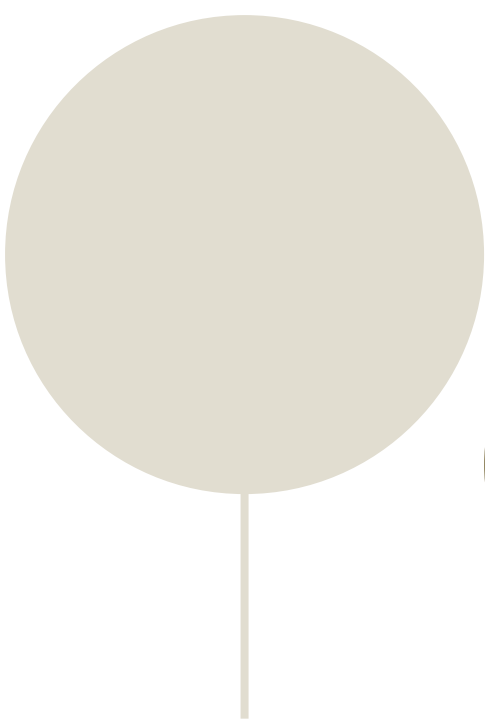
Utilizada na Logo (com ajustes)

## Milkade

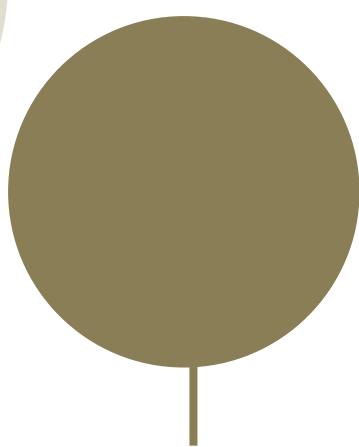
Fonte forte, Milkade nos servirá como fonte para títulos.

## Gilmer Medium

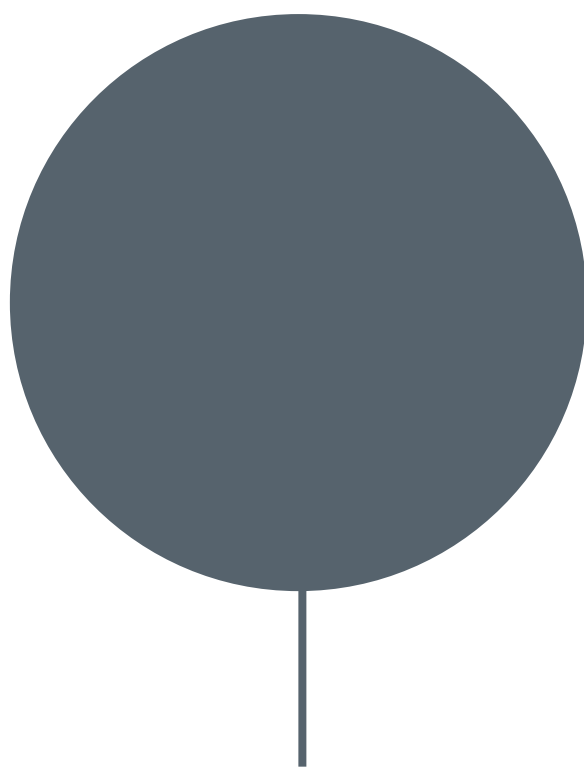
Fonte sóbria, de boa e fácil leitura. Será utilizada nos textos gerais.



#E1DDD0



#8A7E56



#56636D

três cores!

**Branco Off-White:** Trazendo calma. Conforto e o belo.

**Marrom freijó:** Traz por sua vez uma identificação com a programação de viagens. Aquele gostinho de uma viagem importante chegando que aquece o coração.

**Azul acinzentado:** Representa a seriedade da empresa. É cor dominante, que está na logo, lembra o céu e o mar, elementos presentes na maioria das viagens.



# Vamos falar de rede social?

Nos tempos atuais, muito importante ter um feed bem inspirador e elegante.

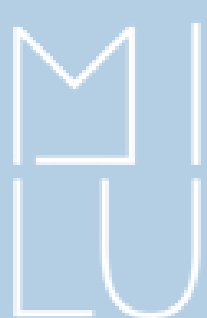


Como nós amamos a maneira da Oriente express de trabalhar, que tal seguimos algo parecido e inspirado nisso?

**A ideia é explorar ao máximo de uma riqueza intelectual de vocês, donos da Milu, e mostrar isso ao mundo e aos seus clientes. Com fotos antigas, cartas, postais, chaves de quarto, quadros.**

**Memórias afetivas! Originalidade!**

Ansiosos para a próxima fase! Nos digam o que acharam do ponto em que estamos com sua marca, isso vai nos ajudar mais ainda a direcionar a criatividade para onde ela deve ir.



vidasvivas®