

7⁷

Apresentação Branding Zanzar



Público-alvo

Características comportamentais

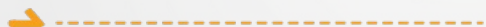
Exploradores com paixão intrínseca por viajar e descobrir novos lugares.

Pessoas em busca de enriquecimento pessoal e cultural, que valorizam experiências de viagem inspiradoras e completas.

Pessoas influenciadas por conteúdo engajador, motivadas a viver experiências memoráveis.

Pessoas que valorizam conveniência e praticidade, e não querem se preocupar com detalhes logísticos de viagens.

Pessoas em busca de pacotes fechados para eventos culturais, esportivos ou temáticos, que garantam uma experiência completa.





Público-alvo

Características demográficas

Perfil e faixa etária diversificada, 25+. Desde jovens adultos, casais, famílias com filhos pequenos, com adolescentes, até terceira idade.

Renda: A e A+. Pessoas para quem a experiência é mais relevante na decisão do que o valor do pacote.

Localização geográfica diversificada, dependendo da origem dos pacotes.

Qual história a Zanzar conta?

Pessoas e conexões profundas formadas entre elas.

Momentos da vida eternizados em memórias.

Viagens inesquecíveis pelo mundo.

Histórias que ficam para sempre.

Experiências que tiram da rotina e conectam com o presente de forma plena.

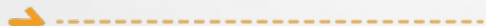
Protagonismo e novos horizontes que se abrem.

Possibilidade enriquecedora de experimentar outras vidas.



Conceito

Zanzar é sobre pessoas, sobre conexão, sobre momentos de vida eternizados em histórias que despertam um sorriso só de lembrar, daquelas que nunca cansamos de contar e recontar.



BRANDING ZANZAR



Manifesto



Zanzar é muito mais do que viajar.
É sobre *peessoas*, sobre *conexão*,
sobre *momentos* de vida eternizados
em *histórias* que despertam um
sorriso só de lembrar, daquelas que
nunca cansamos de contar e
recontar.



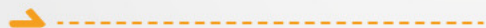
BRANDING ZANZAR





Zanzar é sonhar com **destinos**, se inspirar, encontrar a opção que te atenda, imaginar como vai ser, se preparar.

É arrumar malas, aquele **frio na barriga** na véspera que te deixa sem dormir. Acordar cedo e sair para o aeroporto, naquele misto de **expectativa e ansiedade**.



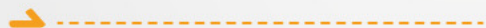


Sair do avião, zonzeira, pés formigando... Sentir outros cheiros, ouvir outras vozes, ver outro tipo de pessoas. A certeza de que, a partir dali, tudo será novidade, não tem preço. Tem, aliás, mas que realmente vale. É como se uma nova mini vida estivesse prestes a começar.





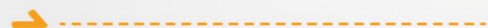
Zanzar é acordar em um **quarto diferente** e quase dar de cara na parede porque o banheiro fica no sentido oposto ao de casa. **Exagerar no café da manhã** só porque estava incluso na diária. Organizar os **passeios** do dia, caminhar horas errando por cidades, caminhar tudo de volta no sentido contrário porque erramos o caminho, parar do nada para **tomar sorvete**, imaginar como seria morar naquele lugar.

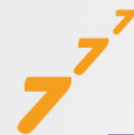




Visitar parques, praias, museus,
belezas naturais, ruínas, *explorar*
culturas, culinárias, *comprar*
souvenir, *se encantar* com pequenos
detalhes, flores, cores, paisagens, *ver*
o sol se por em cenários inesperados,
voltar para o hotel com meta de
passos de 5 dias batida em apenas 1,
a ponto de desmaiar.

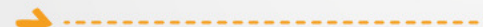
Quando zanzamos por aí, nada mais
importa, só o que estamos vivendo
naquele momento.





Tanto falam na tal da atenção plena,
em viver o agora, em foco nas
sensações... **Zanzar é bem sobre isso.**
A partir do momento em que você
pisa em seu destino, tudo é conexão,
tudo é presente. E esse é dos
melhores presentes que alguém pode
se dar.

Zanzar viagens.
Embarque no presente.



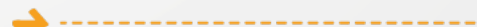
BRANDING ZANZAR



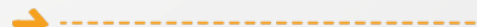
Zanzar Viagens.
Embarque
no presente.



Adequação de logomarca



Adequação de logomarca



Adequação de logomarca



Cores e fonte

Aller Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Aller Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Aller Bold

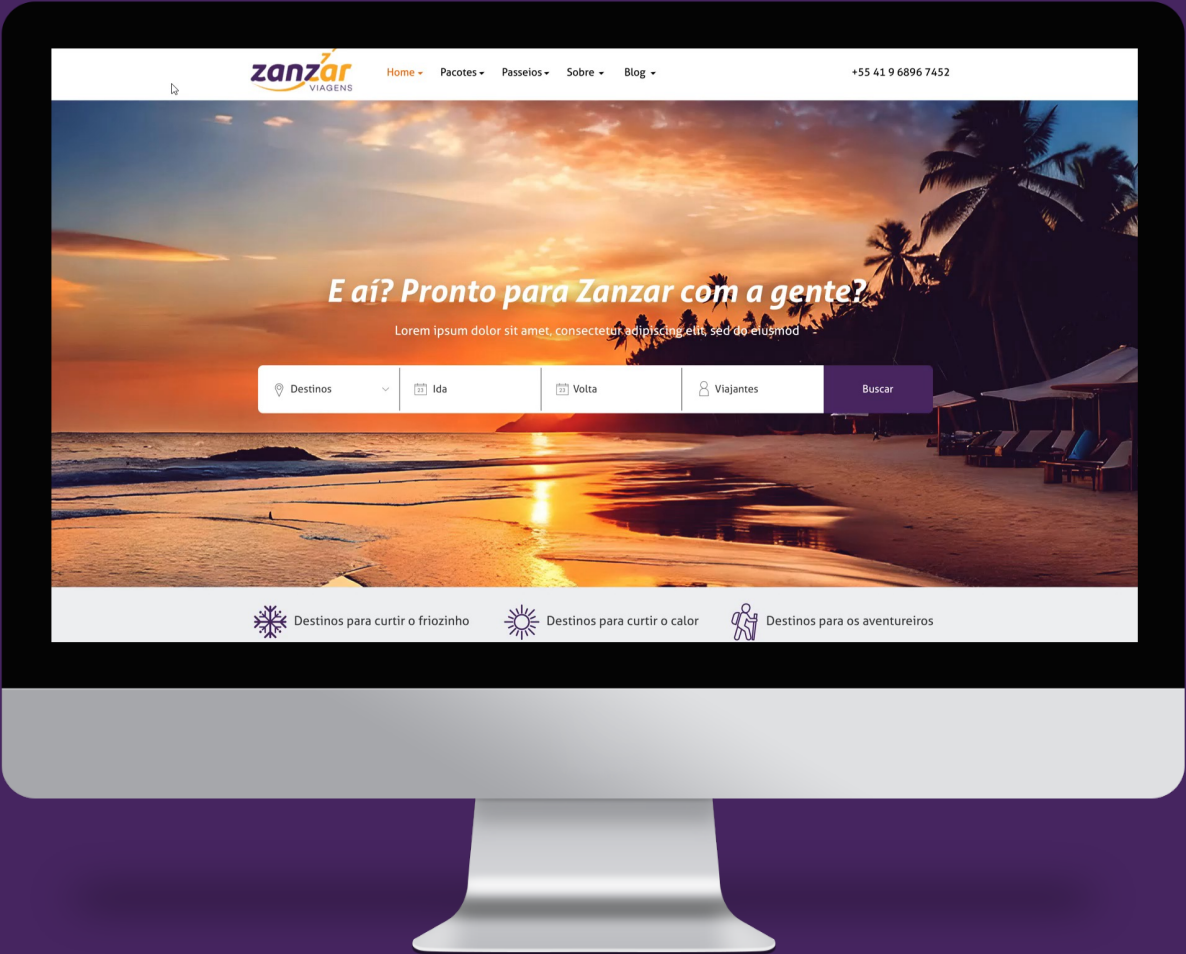
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

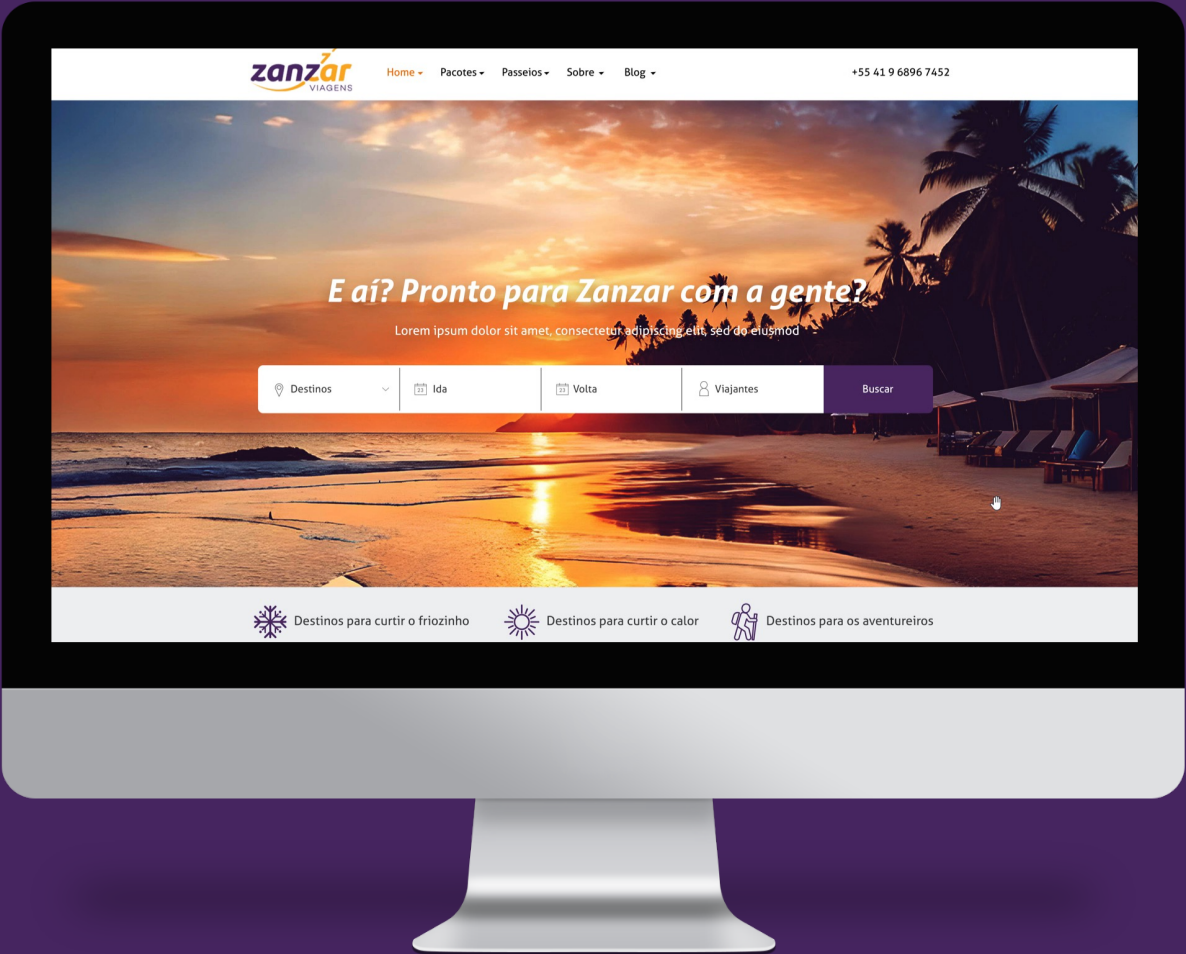
Aller Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789

Variações de logomarca











zanzar
VIAGENS





Embarque
no presente







Minhas Metas para o final do ano

- 7
- Viajar
- Zançar
- Dar um rolê
- Passear

zançar VIAGENS

PASSAGEM + HOTEL

LOREM IPSUM
RIO DE JANEIRO
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
LOREM IPSUM DOLOR
LOREM IPSUM DOLOR

a partir de
R\$ 2.500
em até 5 x sem juros

PASSAGEM + HOTEL

LOREM IPSUM
RIO DE JANEIRO
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
LOREM IPSUM DOLOR
LOREM IPSUM DOLOR

a partir de
R\$ 2.500
em até 5 x sem juros

PASSAGEM + HOTEL

LOREM IPSUM
RIO DE JANEIRO
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
LOREM IPSUM DOLOR
LOREM IPSUM DOLOR

a partir de
R\$ 2.500
em até 5 x sem juros

zançar VIAGENS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR ADIPISCING

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO
EUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET

zançar VIAGENS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO
EUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT

Qual melhor destino?

Terra Média
Condado

Promoção pro pro pro

PASSAGEM + HOTEL

LOREM IPSUM
RIO DE JANEIRO
LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
LOREM IPSUM DOLOR

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET

zançar VIAGENS



Love your elevator
connection displaying



ZANZAR 1000
1000 WATT
1000 WATT
1000 WATT



ZANZAR 2500
2500 WATT
2500 WATT
2500 WATT

zanzar
LTD

1000 21°C

1000 WATT 1000 WATT 1000 WATT

| | | | |
|----|----|----|----|
| 39 | | | |
| 34 | 35 | 36 | 37 |
| 30 | 31 | 32 | 33 |
| 26 | 27 | 28 | 29 |
| 22 | 23 | 24 | 25 |
| 18 | 19 | 20 | 21 |
| 14 | 15 | 16 | |
| 10 | | | |



Zanzar Viagens.
Embarque
no presente.

