

**Storia,
filosofia,
*expertise***

La forza di Jimmy K. sta nell'aver adottato un approccio integrato e multidisciplinare alla comunicazione di brand, concentrando le figure professionali chiave di una agenzia pubblicitaria in una boutique creativa agile e flessibile.

Se dovessimo definirci con tre parole sceglieremmo **autenticità, bellezza e strategia**. Nel DNA abbiamo i geni creativi della direzione artistica e quelli “cervellotici” della strategia pubblicitaria. Le soluzioni pubblicitarie che proponiamo sono avulse da sensazionalismi e ambiguità. Preferiamo la delicatezza e la forza della verità.

Jimmy K. è stata fondata nel marzo 2017 da Francesco Colantonio e Mauro Petito per fornire **soluzioni complete di comunicazione** ai suoi clienti. Da quel momento abbiamo iniziato a costruire un network di persone affidabili e creative in grado di operare con qualità ed eccellenza. Il cuore delle nostre attività e il nostro quartier generale è a Roma, in viale Liegi, 1. Un'alcova a noi cara per tanti motivi e luogo d'incontro per artisti e creativi.

Jimmy K. è una boutique pubblicitaria.

A differenza delle grandi agenzie, avrai sempre la possibilità di parlare con chi decide la strategia, con il regista dello spot e con i creativi digitali.

A differenza dei freelance, avrai sempre la garanzia di ottenere soluzioni che sono il frutto di un approccio multidisciplinare e di un ragionamento di squadra.

Poter contare su **diversi punti di vista** significa considerare ogni aspetto del progetto senza condizionamenti o interessi personali. Per ogni cliente stabiliamo una strategia pubblicitaria e costruiamo un team specifico, fatto di persone estremamente competenti nel proprio campo. Avrai un unico interlocutore e una squadra di esperti e creativi che darà vita alla migliore strategia pubblicitaria. O almeno ad una delle infinite possibili.

Ogni prodotto è una bella storia da raccontare.

Dietro ogni azienda ci sono persone che con impegno, entusiasmo e sacrificio cercano di compiere un'impresa straordinaria. Raccontare queste storie è il fulcro dell'immagine di brand. Il nostro lavoro è costruire **marchi più forti e più autentici** di qualsiasi loro prodotto. È un lavoro che richiede tempo, competenze, strategia e creatività.

Anche la bellezza ha uno scopo.

Come le forme e i colori della Natura sono finalizzati alla sopravvivenza delle specie, così anche in pubblicità qualsiasi campagna ha un obiettivo specifico. Bellezza e strategia. Ogni nostro progetto è supportato da **insight e analisi di mercato** e controllato con tool tecnologici in grado di comprenderne i risultati in termini di copertura, conversioni e vendite. Mettere la creatività al servizio del business significa ottenere dei risultati economici in un arco temporale congruo. Nessuno fa miracoli. Nel

nostro settore esistono professionisti competenti ed onesti e, poi, c'è il lato oscuro. Noi ti diremo sempre pro e contro, i risultati attesi, i successi e gli insuccessi. Nella strategia pubblicitaria **niente è scientifico**. Ci proviamo. Correggiamo. Vinciamo insieme. Chiunque ti dica il contrario fa parte del lato oscuro.

Investire in una strategia pubblicitaria è una decisione che va presa fin dall'inizio.

Abbiamo conosciuto tanti piccoli imprenditori italiani che, pur avendo un buon prodotto, non hanno ottenuto successo sul mercato. Il motivo principale è che nel business plan non avevano considerato un **budget pubblicitario**. Questo è un errore abbastanza diffuso in Italia. Un buon consiglio è quello di allocare almeno un 20% dell'investimento iniziale da destinare alla successiva strategia pubblicitaria. Sarà la chiave per il successo.

Non basta avere un buon prodotto e un sito web. Quello che ti serve è una campagna pubblicitaria.

Con una *expertise* di più di 15 anni nel mondo della comunicazione e del marketing digitale, Jimmy K. è in grado di curare qualsiasi progetto dalle origini, con la **creazione del marchio**, agli aspetti più tecnici, come la realizzazione di **web site e applicazioni** per iOS e Android. Ma sia chiaro: questo non basta per avere successo sul mercato. Dopo aver creato un prodotto o servizio straordinario, aver costruito un brand con personalità e pubblicato app e sito web all'avanguardia, serve la cosa più importante: **farlo conoscere al pubblico giusto**, incrociando la domanda di mercato nei cluster di clientela più profittevoli. Farsi amare dal proprio pubblico è l'obiettivo del nostro lavoro. Come si fa? Con una campagna pubblicitaria integrata. Oggi, grazie ai nuovi canali di comunicazione mainstream, pianificare una campagna pubblicitaria per raggiungere un target specifico non è molto costoso. **Finalmente è alla portata di tutti.**

Creare un brand con personalità è importante.

Tutti commettono errori. Un brand non è tanto diverso da una persona. Jimmy K. crede fermamente nel *Cluetrain Manifesto* che può essere semplificato nella sua prima tesi: **“I mercati sono conversazioni”**. Parlare con una persona dal carattere forte e con un proprio punto di vista sul mondo è generalmente il presupposto per un dialogo costruttivo. Tutti possiamo avere delle visioni discutibili e fare delle scelte impopolari, ma quando c'è coerenza, c'è rispetto. Per un marchio è la stessa cosa. Avere una personalità di brand significa non mentire mai ai consumatori, essere coerenti con la propria storia, avere la possibilità di sbagliare e, se necessario, chiedere scusa. Un brand così è un brand da amare.

Con la diffusione di internet anche le piccole imprese possono ottenere grandi successi.

Viviamo nel mondo delle grandi opportunità a livello globale. Oggi ogni idea è a distanza di tap (o di click per

chi ancora usa il mouse). Prodotti e servizi di nicchia possono vivere il proprio momento di gloria grazie ad internet. Nel 2004 Chris Anderson in **The Long Tail** teorizzò la fortuna di aziende come Amazon, eBay e Netflix: non è necessario avere dei best sellers e puntare sulla vendita in quantità di pochi prodotti, il nuovo paradigma dell'era digitale può essere basato su tanti prodotti diversi con poche vendite. Essere specializzati in nicchie di mercato, o essere straordinari, per dirla con le parole di Seth Godin, è il **Nuovo Oro**.

In Jimmy K., forse perché siamo una piccola agenzia o forse perché crediamo molto nei sogni delle persone normali, amiamo seguire e far crescere le start-up italiane. Perché sappiamo che la prossima Apple è dietro l'angolo.

Qualcosa sui fondatori di Jimmy K.

Francesco Colantonio, attualmente direttore creativo e CEO dell'agenzia, ha un curriculum vitae totalmente dedicato alla comunicazione d'impresa. Dopo essersi laureato in Economia e Marketing alla LUISS Guido Carli di Roma, inizia la specializzazione in comunicazione, curando in particolare brand strategy, copywriting e digital marketing presso la Google Academy e la University of Art London. Nel corso degli anni ricopre vari ruoli nella direzione comunicazione e marketing di pmi per poi focalizzare la sua attività nella gestione di team creativi di agenzie di comunicazione e di consulenza, operando in diversi settori merceologici: Gaming, Industry, NoProfit, Online Business, Legal, Corporate. Da più di 15 anni è attivo come volontario e consulente per diverse realtà non-profit. E' fondatore e presidente di Jackie Ets, l'ente del terzo settore dedicato alla gestione di campagne di sensibilizzazione sociale.

Mauro Petito, attualmente direttore visual dell'agenzia, è un fotografo e regista professionista

con una lunga esperienza nel background artistico di Roma e Napoli. Dopo essersi distinto nella Scuola Internazionale di Comix come creativo puro (fotografia, illustrazione, regia) inizia l'esperienza nel mondo del cinema, calcando i set di alcuni tra i principali registi italiani. Nel 2006 vince diversi premi internazionali e nazionali per la fotografia e il soggetto del cortometraggio "Baiano" (2005). Oltre ai progetti artistici personali, negli ultimi anni si è dedicato all'attività di fotografia pubblicitaria lavorando per brand, imprenditori e personaggi dello spettacolo. E' socio fondatore di Jackie Ets, l'ente del terzo settore dedicato alla gestione di campagne di sensibilizzazione sociale.

Tra i nostri clienti:

Agcom
Danhera
Deep-In
Edra
Finamca
Fondazione Ateneo Impresa
GoBiz Start
Gold Fever
Jackie Ets
LCP Law Academy
Lipani Catricalà & Partners
L'Oca Nera
MFR Mese della Fotografia Roma
Palestre Italiane
Prime Fitness
Ristuccia Tufarelli & Partners
Technogym
The Blockchain Management School
Technip
Togo Mobility

Jimmy K. è a Roma in Viale Liegi, 1.

06 31053441

INFO@JIMMYK.IT

APERTO 10AM – 5PM

WWW.JIMMYK.IT