

JUST PEOPLE, DI NOME E DI FATTO

di Marina Bellantoni



ANTONIO
FERRARA,
ceo
Just People

Le **persone** e la **passione** per il lavoro sono state da sempre al centro della filosofia **Just People**, sia per quanto riguarda il **core business** originario (l'agenzia è nata nel 2007 con focus sulla ricerca e selezione di personale per eventi) sia per quanto riguarda l'**attenzione al cliente**, la cura dei progetti, e le **risorse umane interne**, ritenute, fin dagli albori, la vera ricchezza e valore aggiunto della società, come spiega il ceo **Antonio Ferrara**: "L'organico, per un periodo abbastanza lungo, è stato di quattro persone, 'i pilastri di Just People', che hanno messo le **basi** di un **modus operandi**, che da lì in poi ci ha sempre contraddistinto, sintetizzabile nella **cura**, ai limiti del **maniacale**, per quello che facciamo. Come se ogni nostra produzione, dal più complesso dei tour alla singola giornata/hostess, fosse la cosa più importante del mondo. E per noi lo è". La passione è dunque protagonista del pay-off aziendale, nonché hashtag **#passiononfield**. "Vivere il lavoro come una **passione** - precisa Ferrara - è per noi un elemento distintivo, imprescindibile, che fa la differenza".

UN TEAM A TUTTO TONDO

Oggi il team di Just People è costituito da **25 professionisti**, strutturati in **ufficio hr**, **ufficio account**, **ufficio produzioni**, **reparto grafico**, **logistica**. All'inizio tutti facevano tutto, il che si è rivelato un plus: oggi JP vanta **'seniority'** competenti in **tutti gli ambiti**. Una caratteristica che non tutte le agenzie possono vantare.

"Ci occupiamo di **field marketing** - spiega Ferrara -, ovvero **'traduciamo'** l'**advertising sul campo**, tra **prospect** e **consumatori**, nei luoghi in cui il brand è presente o dove aspira a esserlo. Traduciamo, ma con un linguaggio completamente diverso. Della 'comunicazione alta' resta solo la necessità di non smarrire il senso della frase. Ma tutto il resto va ripensato daccapo. Quindi, il nostro è anche un lavoro **enormemente creativo**. Ci occupiamo di qualsiasi tipologia di eventi, ma il nostro core è rappresentato dal **trade**".

ONESTÀ, TRASPARENZA E DEDIZIONE

Dal momento in cui il cliente si affida all'agen-



Tour Aperol Spritz 2018

Giochi e tantissime sorprese per il Tour estivo 'La Grande Estate Italiana' 2018 realizzato per Sammontana



zia, si sente costantemente **seguito, accudito**. Una cura garantita anche da **trasparenza e franchezza** con cui l'agenzia palesa a un cliente, quando è il caso, la non fattibilità di una richiesta. Un approccio vincente e riconosciuto dal mercato, tanto che il team guidato da Ferrara viene coinvolto ogni anno in una trentina di gare, molte delle quali con esito positivo, e confermata da clienti consolidati, quali **Sammontana, Warsteiner e Campari**, per i quali Just People ha realizzato progetti di successo, tra i quali spiccano quelli vincitori al **Bea 2018 (Sammontana, 'La Grande Estate Italiana Tour 2017' - 3° premio 'Roadshow/Evento Itinerante'; 'Warsteiner Berlin calling. Summer Tour' - 3° premio 'Trade Retail'; Aperol Spritz, 'Happy Together Tour On Trade 2017' - 2° premio 'Trade Retail'**).

IL FUTURO È GIÀ ON FIELD

Per il 2019 JP punta a consolidarsi come partner delle aziende per gli eventi sul **territorio**, affermarsi

tra i leader nel settore degli eventi di **field marketing** e crescere, potenziando il **reparto creativo e quello della gestione personale eventi**. "Inoltre - precisa Ferrara -, desideriamo far crescere sempre più il nostro **spin off digitale** con l'introduzione di altre figure professionali".

Tramite lo spin-off digitale, **'In Other Web'** (inootherweb.it, ndr) l'agenzia offre consulenza strategica e conseguente sviluppo per valorizzare al meglio quanto proposto ai clienti. "L'obiettivo - spiega il manager - è offrire sempre più eventi **omnichannel**, fase **teaser online**, eventi sul territorio con **interactive experience, social media** e tracciamento dati, fase online post evento per fidelizzare. Per un noto cliente abbiamo sviluppato una piattaforma per la gestione di tutte le leve di **trade marketing**, dagli eventi a tutto il **materiale promozionale**. A uso interno, infine, il team può disporre di una piattaforma per la gestione automatizzata dell'iter di selezione e ingaggio delle risorse in database".

15

'120X120'_ALLEANZA ASSICURAZIONI

L'evento '120x120' di Alleanza Assicurazioni (29 set 2018) si è svolto in **120 piazze** in contemporanea per celebrare i **120 anni di Alleanza**, in collaborazione con la **Onlus l'Albero della Vita** e con protagonisti **15.000 bambini**. L'organizzazione è stata molto complessa, sia per ottenere le 120 occupazioni di suolo pubblico sia per la **logistica** relativa allo smistamento in altrettante città di tutti gli allestimenti. La **mass coreography**, da riprendere dall'alto, ha comportato il noleggio di **120 piattaforme aeree** e non solo... Enorme la soddisfazione una volta chiuso il sipario la sera del 29 settembre: un successo! Unico, come l'evento stesso.

La mass coreography realizzata per l'evento di Alleanza Assicurazioni '120X120'

