

CORRIERE DELLA SERA

MILANO - Ore 7.30, hotel Andreola a due passi dalla Stazione Centrale. Sesto piano. Gli occhi assommati si schiudono soltanto sorvegliando un caffè caldo. In tasca i biglietti da visita. Quelli sì, sono di ordinanza. Un breve corso di presentazione per interiorizzare il mantra del momento: l'auto-promozione.

Sessanta secondi da sfruttare al massimo, il tono (se ironico è meglio) deve essere adeguato ad attirare l'attenzione degli astanti. Il sorriso, soprattutto, non guasta mai. Poi se la parola-chiave è network, per incrementare il proprio giro d'affari, allora forse conviene essere spontanei e attirare simpatie. Con l'obiettivo (ultimo) di avere più referenze possibili dagli altri partecipanti "al capitolo". E, in fondo, incrociare le dita, magari dopo un colloquio *one to one*, in cui si scambiano idee, impressioni, suggerimenti, consigli, per collaborazioni ed eventuali contratti.

**LE PROFESSIONI.** - Che sia la capacità di fare rete, di aggregarsi pur provenendo da mestieri e micromondi così diversi l'unica ricetta possibile contro una crisi senza precedenti? Milano - incubatore del terziario e delle professioni creative - non poteva esimersi dallo sperimentare il *business network*, un modello finalizzato all'incremento del giro d'affari della propria attività ideato dal guru americano Ivan Misner (nel lontano 1985) e che ora sembra aver intercettato proseliti non solo nell'avanguardista Lombardia, ma anche in Piemonte, Campania e Calabria. Dice Paolo Mariola, torinese, 53 anni, ex consulente di servizi informatici ora al timone della sezione italiana di Business Network International, che la chiave di tutto «è la fiducia. In se stessi, ovviamente. E da parte degli altri». L'unica condizione di questi incontri - ripetuti a cadenza settimanale - è appartenere a una professione che non abbia doppioni all'interno di uno stesso "capitolo" (ammesse soltanto sovrapposizioni in ambito legale, data la molteplicità delle specializzazioni forensi).

CORRIERE DELLA SERA  
Economia

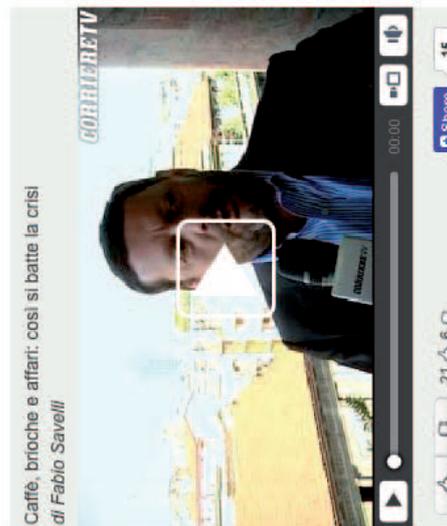
- Home
- Opinioni
- Economia
- Cultura
- Spettacoli
- Cinema
- Sport
- Salute
- Tech



Corriere della Sera - Economia - Caffè, brioches e biglietti da visita La crisi si batte con lo speed date degli aff

A COLAZIONE SI FA RETE PER AUMENTARE IL PROPRIO GIRO D'AFFARI

Caffè, brioches e biglietti da visita  
La crisi si batte con lo speed date degli affari  
60 secondi per presentarsi. Dall'avvocato all'assicuratore,  
dall'architetto all'odontoiatra: un'idea che fa proseliti



Comments del lettore

251

8

41

MI piace

Tweet

OGGI IN ECONOMIA >

La lente Ue sull'Italia: «Squilibri eccessivi» Il Tesoro: un cronoprogramma per le riforme

Alitalia, il timing di Lupi «Entro marzo fine trattativa e piano»

**LE STORIE** - Così succede che Davide sia il titolare di Ecoform, azienda specializzata nella pulizia degli ambienti di lavoro (come le vetrate dei grattacieli che affollano lo skyline milanese) si scambi referenze e biglietti da visita con Lorenzo, che è un avvocato giuslavorista o con Gianluigi, che è un architetto. Oppure che discuta fittamente con Dennis che è un odontoiatra. Ma dei 20 partecipanti troviamo persino un agente immobiliare, un broker assicurativo, una psicologa comportamentale, un ristoratore, il titolare di un'agenzia di viaggi, un avvocato civilista.

**LA SESSIONE** - Alle otto in punto comincia - con precisione svizzera ritmata da un timer che scandisce la puntualità degli interventi - una sorta di *speed date* degli affari. Ci si presenta in 60 secondi: la propria professione ovviamente è al centro di ogni riflessione. Si cerca di valorizzare le proprie qualità, non si è parchi di slogan presi in prestito da spot pubblicitari (con il rischio di sembrare artefatti, ma tant'è), con la speranza di rendersi riconoscibili in termini di *self-branding* e così suggerire ai presenti (e a loro potenzialmente illimitati contatti, secondo la teoria dei sei gradi di separazione) di essere presi in considerazione per un lavoro (futuro). «La contabilità - dice Mariola - si attesta a un 20% di incremento medio di fatturato per tutti gli associati (i quali s'iscrivono a Bni pagando una quota annuale di 700 euro, ndr.)». Ma il dato non prende in considerazione il giro d'affari correlato alle conoscenze di secondo livello, cioè quelle degli altri associati raggiungibili con il rito del passaparola. Non solo. Assicura Davide, che ne giova anche la socialità. «Spesso ci troviamo a mangiare una pizza e a fare quattro chiacchiere, certo il lavoro è lavoro - dice - ma si fa squadra anche così».

Fabio Savelli  
@FabioSavelli

18 luglio 2012 | 19:44  
© RIPRODUZIONE RISERVATA