

## M PROFESSIONI

NETWORK BNI ORGANIZZA PRIME COLAZIONI TRA MANAGER E IMPRENDITORI. PERCHÉ IL MATTINO HA L'ORO IN BOCCA

## Business al cappuccino

**N**ell'era dei social network professionali, dove ogni giorno sperimentiamo non più di sei gradi di separazione dagli altri, c'è ancora voglia di passaparola. Fatto per bene, di persona, con metodo e costanza. Bni, Business network international, non ha infatti lasciato al caso la più antica forma di marketing, ma l'ha organizzata in gruppi d'incontro, detti «capitoli», con cadenza settimanale. In tutto il mondo alle 7.30 del mattino, in un qualsiasi giorno della settimana, 135 mila persone si incontrano per un breakfast dove si scambiano referenze, contatti e biglietti da visita. Alle 9 il congedo, ma in quell'ora e mezzo tra un caffè e un cornetto ciascuno dei partecipanti, tra i 30 e i 50 a gruppo, avrà avuto un minuto per dire qualcosa di sé e dei propri progetti e avrà ascoltato quelli degli altri.

### LA PERSONA GIUSTA

Dopo aver raccolto queste informazioni, nel corso della settimana si farà balenare con chi mettere in contatto gli amici del network e avrà la persona giusta, sempre attenta dal gruppo, per eventuali richieste quotidiane. Così all'incontro successivo si farà lo scambio ufficiale di referenze. Chi dà riceve, letteralmente guadagna («givers gain»), è il motto di questa iniziativa americana, che sta prendendo piede anche in Italia. Ma se fare networking, ossia avere capacità relazionale, è un'attitudine, Bni organizza sessioni di training per diventare più abili. Come presentarsi in modo efficace in un minuto per attirare nuovo business, focalizzandosi sugli obiettivi e i vantaggi della propria proposta; come scambiarsi referenze, imparando a percepire i bisogni altrui e come fare networking nelle varie occasioni. «Spesso più che networ-



Paolo Mariola

Ogni giorno 135 mila persone si incontrano per un breakfast dove si scambiano referenze, contatti e biglietti da visita: nata negli Usa, arriva in Italia l'abitudine degli affari con croissant

king si fa net-eating ai convegni e ai cocktail. Noi insegniamo a portarsi a casa non solo biglietti da visita, ma elementi di conoscenza delle persone che incontriamo, che diventano anche più facili da ricontattare», spiega Paolo Mariola, national director di Bni Italia.

### GLI ISCRITTI SONO 700

Ma il core business restano gli incontri del mattino: avvocati, commercialisti, promotori finanziari e assicuratori, agenti immobiliari e consulenti informa-

tici sono le professioni più rappresentate, uno per gruppo per non creare concorrenza. In tutto sono 700 gli iscritti in Italia tra Lombardia, Veneto, Liguria e Lazio e di prossima apertura in Campania, Calabria e Sicilia. «Gli avvocati in tutto sono 36, di cui 12 tra Milano e hinterland. Non c'è più spazio per loro negli attuali capitoli milanesi, è l'occasione per crearne di nuovi», sollecita Mariola.

### INVESTIRE NEL CAFFÈ

Un avvocato, attraverso la rete Bni, è diventato il consulente legale di una primaria società immobiliare, mentre un commercialista milanese ha aperto uno studio a Rho, vicino a Milano, e ha raggiunto i propri obiettivi in

metà del tempo grazie al passaparola del network. Ma il contratto più goloso se l'è aggiudicato il capofila della costruzione di un impianto fotovoltaico da un milione e mezzo di euro. In media, comunque, a livello mondiale il ritorno economico per un investimento di 700 euro all'anno (più gli incontri settimanali e un po' di networking) è di 20mila euro annui. L'organizzazione ha il 32% dei membri negli Usa, dove è stata fondata nel 1985 dal consulente Ivan Misner, ed è particolarmente diffusa in Canada, Australia, Nuova Zelanda, mentre in Europa la Gran Bretagna è il primo Paese con 14.000 iscritti, seguito dalla Scandinavia. Paesi nei quali c'è chi ha scelto lo sviluppo del network come professione primaria, in forma di franchisee. Da tre anni il network è disponibile anche come social network online, che mette direttamente in contatto gli iscritti di tutto il mondo. «Ma il ritorno economico è più consistente con i rapporti di fiducia che si creano la mattina a colazione», conclude Mariola.

Gaia Fiertler