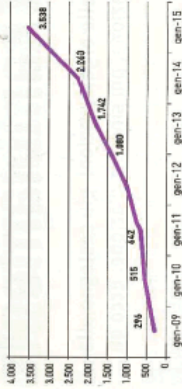


COMPETENZE

Crescita Bni Italia

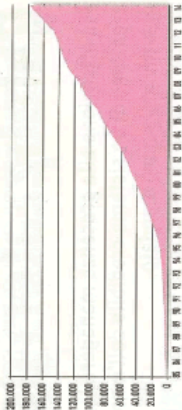
Membri a fine 2015



Fonte: Changing the Way the World Does Business™

Crescita Bni nel mondo

Total cumulative members (Net)



BUSINESS NETWORKING. A colloquio con Ivan Misner, fondatore di Bni International

La rete delle referenze

Oltre 200mila aderenti nel mondo, avviata in Italia 8 anni fa, conta 140 capitoli in oltre 70 province italiane e 4.500 membri. Come e perché funziona

di Gaia Fierler

Il passaparola è sempre stato un'arma potente per arrivare a prendere una decisione, scegliere un prodotto o un servizio e fare qualcosa per gli altri, come una donazione di tempo, di denaro o di sangue. È più facile seguire l'esempio, e il consiglio, di qualcuno di cui ci fidiamo. Gli stessi giovani oggi continuano a fidarsi di più dei post pubblicati dai loro amici che non degli annunci postati da sconosciuti. Sugli stessi principi di fiducia e passaparola sembra basarsi un potente network di contatti che, nato in California trent'anni fa, si è diffuso in tutto il mondo. Attraverso lo scambio di referenze, Bni International genera business e soddisfazione senza soluzione di continuità tra periodi di crisi e periodi di crescita. Sono 7,7 miliardi le referenze scambiate fino a oggi per 9,3 miliardi di dollari di giro d'affari generato. Mostra con orgoglio la linea ascendente del suo network di oltre 200mila aderenti il fondatore Ivan Misner, a Milano per la conferenza nazionale di Bni Italia che, avviata 8 anni fa, conta 140 capitoli in oltre 70 province italiane e 4.500 membri.

Cont'è nata l'idea di creare un sistema di scambio di referenze?

Fuero il consulente aziendale, avevo 28 anni e volevo far crescere il mio business. Così ho pensato di allargare la cerchia delle conoscenze per far arrivare a più persone i miei servizi. Ma siccome è più facile rovinarsi in un attimo la reputazione se qualcuno è deluso da un tuo servizio, che non far parlare di te quando hai fatto un buon lavoro, ho deciso di strutturare questa cerchia dedicando tempo alla conoscenza reciproca e alla costruzione di relazioni di fiducia. E solo dopo aver creato il legame scambiarli i contatti, con il risultato che il sistema si autoregolamenta, perché se da un contatto non affidabile o non verificato ne risente anche la mia reputazione, per cui

non è nell'interesse di nessuno dare e ricevere referenze di cui non si sia sicuri.

In pratica come funziona?

Ci si incontra una volta alla settimana e si ha un minuto a testa per dire ciò di cui si ha bisogno relativamente alla propria professione, rispetto a cui gli altri possono dare referenze e contatti per aiutarsi reciprocamente. Il nostro motto è "Givers gain", cioè chi dà riceve.

Immaginava all'inizio cosa sarebbe diventato Bni?

Mi piacerebbe dire che avevo già all'inizio la visione, ma non è andata così. L'ho fatto per me, per aumentare il mio business. Mi sono circondato di persone più grandi e insieme abbiamo creato un gruppo che funzionava. Imparavamo facendo e, intanto, mi appuntavo tutto quello che andava e non andava, abitudine che poi mi è tornata utile quando si è trattato di creare un modello, un format da replicare.



Ivan Misner

Cont'è avvenuto il passaggio dal singolo gruppo a più gruppi e com'è nata l'organizzazione?

Una intuizione vincente era stata quella di non ammettere competitor per non creare concorrenza, ma solo collaborazione con lo scambio di referenze. Così, quando altri chiesero di entrare nel gruppo ci fu il rischio di sovrapposizioni tra professionisti e venne naturale aprire un secondo gruppo, che noi chiamiamo "capitolo", e poi un terzo, un quarto, un quinto. Dopo un anno avevamo 20 capitoli. A quel punto capii che l'idea iniziale aveva un potenziale di moltiplicazione e sviluppo notevoli. Ricordo che il primo membro del secondo gruppo mi chiese di aiutarlo a formare il suo, ma io facevo il consulente aziendale! Di fatto i gruppi si formavano e rimpinguavano naturalmente ogni volta che si creavano doppietti professionali, tipo due consulenti, due assicuratori, due promotori finanziari. Con il risultato che oggi siamo oltre 200mila iscritti. Ovviamente già dopo un anno serviva un processo con delle regole precise, un modello replicabile che fosse uguale per tutti e rispettato e, appunto, tutte le mie annotazioni tornarono utili.

Ha incontrato resistenze al progetto, dentro e fuori di sé?

Dentro di me no, perché ci credevo, anzi ero eccitato e sorpreso di come il sistema si autoregolasse e funzionasse. Intorno a me sì, ho trovato tante voci resistenti. Addirittura ponevano dubbi se potesse funzionare

pre più "High Tech" ma anche "High Touch". Ecco Bni è un format che rappresenta l'High Touch, il contatto fisico, la relazione *face to face* che non può essere sostituita dalla rete virtuale, ma solo potenziata e accellerata. Perché comunque è sempre la relazione a fare la differenza, e la relazione va coltivata.

Qual è il target professionale del vostro network? Manager, imprenditori, professionisti, venditori?

Chi abbia da offrire un prodotto o un servizio, come venditori, professionisti e imprenditori. Quanto ai manager, solo se si occupano di sviluppo del business.

Il network di Bni è adatto anche a chi voglia ricollocarsi?

Se ha una professionalità ben definita o un'idea di business precisa, allora sì, perché si possono creare delle occasioni, ma sempre a valle di una buona relazione. Il motto del mio network è VCP®, ossia visibilità, credibilità e profitabilità.

Non c'è il rischio che il network diventi un luogo di intermediazioni dove si guadagna dallo scambio di contatti?

La nostra regola è chiara e ampiamente ripetuta: chi dà riceve. Che poi tutti si attengano alla regola non riusciamo a controllarlo.

Quali sono i suoi prossimi obiettivi?

Nei prossimi 5-10 anni arrivare in tutti i paesi del mondo, generare 30 miliardi di dollari e contare su 500mila soci. Mi dicono che 20mila nuovi soci arriveranno dall'Italia! ■