



Colazione con REFERENZE

Se io procuro un business a te, tu sarai incentivato a procurarne uno a me. Non per opportunismo, ma per riconoscenza. Il principio si chiama *givers gain*: “chi dà, guadagna”. Reportage di una colazione di Business Network International, l’organizzazione mondiale di scambio di referenze

SONO LE 7.30 DI UNA FREDDA MATTINA INVERNALE. SONO A MILANO,

in un bar in zona Bocconi. Qui 25 persone, tra professionisti e imprenditori, si incontrano ogni mercoledì dalle 7.30 alle 9. Mentre bevo un caffè, in molti mi vengono a salutare. Sanno già chi sono e come mi chiamo. Si presentano, mi dicono di cosa si occupano, mi danno i loro biglietti da visita, sono sorridenti e cordiali. Scendiamo al piano di sotto, dove una saletta è stata allestita con tavolini e divanetti. Perché sono qui? Un’amica, Alessandra Izzo, mi ha invitato a un “incontro di capitolo” di Business Network International, l’organizzazione leader mondiale di scambio di referenze.



COME SI SVOLGE UN INCONTRO

ALLE 8 INIZIA LA SESSIONE. Presidente, vicepresidente e tesoriere siedono a un capo della sala, con computer, campanella e proiettore. Il presidente saluta tutti, dà il benvenuto a me che partecipo in qualità di ospite, poi illustra con alcune slide che cos’è Bni, su quali principi si fonda (vedi box) e quali sono i risultati raggiunti da questo gruppo. Dopo l’introduzione, ognuno dei presenti è invitato ad alzarsi e presentarsi in 60 secondi. Sullo schermo di un tablet, scorre il countdown.



» **227MILA**
membri Bni in tutto il mondo (7mila in Italia)

» **8.210**
capitoli, cioè gruppi di imprenditori e professionisti che si incontrano ogni settimana (230 in Italia)

«L’idea del *referral marketing*? Nata dopo aver perso un cliente»

«**E**ra il 1984 e Ivan Misner, consulente aziendale in California, stava attraversando un periodo di crisi nel suo lavoro. Aveva perso il suo maggior cliente e aveva bisogno di nuovi contatti. Riunisce così intorno a un tavolo un gruppo di professionisti e imprenditori, che potessero aiutarci vicendevolmente grazie alle referenze che ognuno poteva dare all’altro. Ma mai avrebbe immaginato che quello sarebbe stato il punto di partenza di un’organizzazione così grande e di una nuova metodologia di marketing», spiega Sabina Vaccari,



Executive Director Milano sud-est e Roma nord-ovest. Entrata come membro nel 2008, ha acquistato due zone e le ha sviluppate. Oggi gestisce 10 capitoli a Milano e altrettanti a Roma (vedi box *L’opportunità*). **Qual è la filosofia alla base del *referral marketing*?** «Il principio è quello del *givers gain* (“Chi dà, guadagna”): se io do la tua referenza a qualcuno, tu non vedrai l’ora di dare la mia a qualcun altro. Le referenze possono essere di primo livello (quando uno dei membri del gruppo conclude un affare con un altro membro), di secondo livello (quando un membro conclude un affare con una persona esterna al gruppo, grazie alla segnalazione di un’altra persona del gruppo). E così via. Insomma si sviluppa

un passaparola, un circolo virtuoso che alimenta il business». **Come si fa a diventare membro?** «L’iscrizione a Bni Italia costa 990 euro all’anno più Iva (deducibile come spese di marketing). A questa cifra bisogna aggiungere 5-10 euro settimanali, che è il prezzo della prima colazione/affitto sala. Possono iscriversi professionisti, imprenditori, artigiani. Non invece i dipendenti, perché l’idea è che si sia coinvolti nel business in prima persona. La persona che vuole entrare in un capitolo deve essere approvata. Non sono ammessi due rappresentanti di una stessa categoria professionale: ognuno deve diventare il punto di riferimento di quell’attività». **Come funziona?** «Ci si incontra in un giorno preciso della settimana, dalle 7.30 alle 9 del mattino. Le riunioni si tengono secondo uno schema ben preciso, che è garanzia di ottenimento del risultato. Parallelamente agli incontri settimanali, durante l’anno si svolge un’attività di formazione su ogni punto del metodo, che è compresa nel prezzo dell’iscrizione: si impara come presentarsi, come raccontarsi al proprio cliente, come dare e ricevere referenze, come affrontare un incontro». **Quali risultati?** «I risultati si leggono nel fatturato generato: in Italia nel 2016 ammontava a 193 milioni di euro su 7mila membri, e le cifre sono in aumento. In Bni infatti tutto è tracciato e quando un membro presenta il suo bigliettino “Grazie... affare concluso”, quella cifra verrà conteggiata come fatturato di quel capitolo. Ora abbiamo un’App grazie alla quale i membri di un capitolo possono registrare in tempo reale il business generato».

INFO: www.bni.com/it

» **9,8 MILIONI**
referenze scambiate nel 2016 in tutto il mondo (240mila in Italia)

» **13 MILIARDI**
di dollari: business generato nel mondo nel 2016 (193 milioni di euro in Italia)

I MEMBRI DEL GRUPPO SI PRESENTANO CON UN PITCH

C’È MATTEO, consulente finanziario. Luca, agente assicurativo plurimandatario. Oscar, che si occupa di progettazione di interni. Alessandra, la mia amica, ha una società che progetta siti Internet. Vilma ha un’attività di post produzione video. Ma c’è anche un dentista, un avvocato penalista, un civilista. C’è chi fa porte e finestre, chi pavimenti in legno e chi si occupa della fornitura di arredi. I membri del capitolo presentano la loro attività oppure raccontano un aneddoto relativo a quello che è loro successo durante la settimana. Alessandro illustra perché è così importante eliminare il gas radon dai propri terreni. Mauro, che vende prodotti informatici, spiega che molto spesso i clienti delle stampanti vengono attirati con prodotti economici e poi spendono tantissimo in assistenza. Al termine dei *pitch* c’è chi fa commenti e battute.





LA FILOSOFIA DEL *GIVERS GAIN*

I TRE BIGLIETTINI

L'ATMOSFERA È INFORMALE, ma nulla è lasciato al caso. Al termine delle presentazioni, comincia a girare tra i tavoli un contenitore, all'interno del quale i presenti possono inserire tre tipi di bigliettini. Quello verde è una richiesta di incontro *one to one*: uno dei presenti vuole avere maggiori informazioni sull'attività di un altro, oppure ha una proposta da fargli. Il bigliettino bianco è un "promemoria referenza": indica cioè che uno dei membri ha dato la referenza di un altro membro a qualcuno, cioè ha parlato di lui in modo positivo. Infine il bigliettino azzurro: si chiama "Grazie... affare concluso": significa che uno dei partecipanti ha concluso un affare, cioè ha realizzato un fatturato grazie alla segnalazione di un membro del capitolo. Così Riccardo, venditore di auto, ringrazia l'agente immobiliare Francesco che lo ha segnalato a una persona che ha poi comprato un'auto da lui.



IL CAPITOLO DI MILANO BOCCONI è il più produttivo a Milano. «Nel solo 2017 ha generato un fatturato di 3,285 milioni di euro». Cosa significa? Significa che queste 25 persone nel loro insieme hanno incassato in un anno questa cifra, grazie allo scambio di referenze del gruppo. Ma com'è possibile? «È il principio del *givers gain* (vedi box): se io procuro un business a te, tu sarai incentivato a procurarne uno a me» mi spiega Alessandra. «È un meccanismo naturale, come quando ricevi un regalo e hai voglia di ricambiare. Non lo fai per opportunismo, ma perché mi sei riconoscente». Ma come faccio a fidarmi di una persona che non conosco? «Gli incontri settimanali servono a questo. Vedo che questa persona ogni settimana si alza presto per venire agli incontri puntualmente e si impegna per il suo *pitch*. Magari qualcun altro ha usufruito dei suoi servizi e si è trovato bene. Inoltre non si rimane nel gruppo per sempre: chi non si impegna, salta gli incontri o semplicemente non è professionale, rischia di non vedere approvato il rinnovo dell'iscrizione».



IL *PITCH* DI MILLIONAIRE

← **E ORA TOCCA A ME:** il format infatti prevede che anche gli ospiti facciano il loro *pitch*, e la sera prima mi ero preparata per presentare in 60 secondi *Millionaire*. Spiego che la nostra rivista si rivolge proprio a persone come loro, piccoli imprenditori pieni di entusiasmo, che diamo idee di business e spieghiamo come fare per metterle in pratica, che siamo un magazine di servizio, ma anche di motivazione, che trattiamo business tradizionali e startup digitali. Mostro anche i libri che la redazione ha scritto. Alla fine dei miei 60 secondi Riccardo prende la parola: "Sono un abbonato di *Millionaire* e devo dirvi che è una rivista molto interessante. E ho letto il libro *Startup*: ve lo consiglio". Sono sicura che anche con un solo *pitch* qualche copia l'avrò venduta. E ho già voglia di tornare.

L'OPPORTUNITÀ

Apro un'area in franchising



← «Oltre a iscriversi come membri di un gruppo, Bni offre l'opportunità di aprire un franchising, cioè di prendere un'area territoriale e sviluppare al suo interno i capitoli» ci spiega Paolo Mariola, direttore nazionale di Bni Italia. «Ogni Paese è infatti diviso in Region, cioè zone territoriali all'interno delle quali vengono sviluppati i capitoli. In Italia le Region attive sono 40, di cui 10 in avviamento. Il loro costo va da 10mila a 25mila euro, a seconda della densità demografica. Chi acquista una Region diventa direttore esecutivo e guadagna una percentuale dall'iscrizione di ogni singolo membro dei capitoli che apre. Parallelamente, dovrà pagare delle royalty alla casa madre». Le zone non ancora coperte in Italia sono il Lazio (a eccezione di Roma, dove sono presenti 4 Region attive), la provincia di Terni, e tutto il Sud: Campania, Calabria, Molise, Puglia, Basilicata, Sicilia e Sardegna.

