

Business? Social è meglio!

Mi chiamo *Paolo Colombo*, sono nato a Novara 40 anni fa e oggi mi definisco "senza fissa dimora" perchè in questo mercato le opportunità vanno viste e colte velocemente, seguendole in giro per il mondo. La mia vita, come quella di tanti che si occupano di marketing e vendite, è costellata di valige, aeroporti, autostrade e alberghi: solo a Novembre sono stato in sette nazioni diverse prendendo 16 aerei e facendo quasi 6.000 Km su strada.

Quando i miei amici, tutti piuttosto stanziali, mi chiedevano esattamente in cosa consistesse il mio lavoro, la definizione più breve e precisa che mi è venuta è "io parlo con le persone, e le aggrego intorno a delle opportunità".

Ed in effetti credo che per quanto a prima vista possa apparire semplicistica, questa sia l'essenza del mio lavoro, quella che mi ha spesso permesso di portare innovazione e risultati nelle aziende in cui ho lavorato, sia da dipendente che da consulente o *temporary manager*. Parlare con le persone ti porta a vedere opportunità e a pensare se e come poterle cogliere. Spesso per farlo non puoi essere da solo ma hai bisogno di professionisti con skill molto elevate, informazioni, contatti, dritte... così inizi a mettere insieme persone e competenze.

Ricordo una bella discussione nel nostro [gruppo di LinkedIn](#), Il Commerciale, sul fatto che il venditore sia un lupo solitario o un animale da branco. Ecco, forse al momento della firma del contratto sei solo davanti all'ufficio acquisti, ma se ti giri ad osservare il percorso che ti ha portato a quel momento, ci vedi decine o centinaia di persone... hai parlato con tanta gente, hai costruito relazioni.

Sarà sicuramente anche per una inclinazione personale, ma io oggi credo che da soli non si riesca ad andare più molto lontano. Pensiamo solo alle vendite: concorrenza internazionale, multicanale, gestione di progetti che si sviluppano su continenti diversi, situazione di mercato difficile, organizzazioni aziendali intricate ed in perenne ristrutturazione con interlocutori multipli che cambiano ruoli e/o aziende in continuazione.... di quante informazioni abbiamo bisogno? quali fonti possiamo ascoltare? abbiamo davvero gli skills per gestire questa complessità? E allora le relazioni personali, anche quelle virtuali, diventano preziosissime. Io ho iniziato con Facebook nel 2006 invitato da ex compagni di master americani, managers che già credevano nell'importanza di trovare modi di fare rete, rimanere collegati. All'inizio era più un gioco, ma in breve mi è parso chiaro che tra discussioni informali, scambi di idee e consigli, presentazioni ad amici avevo trovato un canale che, dal divano del mio salotto, mi apriva le porte ad un universo di fonti privilegiate,

notizie dirette. Certo, perchè tutti quelli che fanno il mio lavoro hanno bisogno di contatti e notizie, e il mondo virtuale diventa un posto di scambio che prescinde dalle distanze geografiche, dai settori di appartenenza, dalle posizioni aziendali. Qui ti confronti anche con il tuo concorrente, perchè spesso ci si toglie i cappelli delle rispettive aziende ed il dialogo è tra professionisti interessati ad uno scambio. *Do ut des*. Oggi utilizzo molto Linkedin e Xing, due tra i più diffusi network professionali. Partecipo a pochi e selezionati gruppi di discussione, quelli più attivi, non mi collego a tutti quelli che mi capita ma solo alle persone che ho conosciuto personalmente o con cui credo di poter condividere delle opportunità... e se non li conosco personalmente spiego loro perchè chiedo una connessione. Lo stesso *Facebook* che molti non considerano come un possibile strumento di lavoro può dare risultati sorprendenti perchè si passa da un sistema formale ad uno più informale e rilassato, dove ovviamente accetto connessioni da pochi ma che sposta di livello la relazione. I risultati? La principale delle mie società, **Flow**, che si occupa di temporary management, marketing internazionale e creazione di reti di vendita, ha trovato alcuni collaboratori molto validi tramite le interazioni in rete, permettendoci di cogliere opportunità che altrimenti avrebbero richiesto molto tempo per la ricerca dei partner giusti. Il mio attuale gestore del mercato tedesco arriva da una corrispondenza iniziata su LinkedIn, e lo stesso vale per le due persone con cui stiamo iniziando a fare business in Sud America. Tramite il gruppo di imprenditori di Facebook ho conosciuto persona che sta aprendo una catena di ristoranti gourmet in Messico, ed ora stiamo aggregando piccoli produttori di specialità alimentari italiane per rifornirli. Ed è sempre la rete che ci aiuta. I piccoli spesso non hanno forza commerciale, capiscono l'opportunità di aggregarsi e vedono nella rete un mezzo economico per provare a farlo. Ovvio che tutto questo ha un costo, anche se spesso nascosto. I *social network* richiedono tempo e costanza. Se non leggi i post e non partecipi, dopo un po' sparisce dalla memoria degli utenti. Se invece sei presente, soprattutto se hai la sana convinzione che questo sia un mezzo per condividere idee ed opinioni e non solo una alternativa alla telefonata per presentare la tua azienda, puoi trarre grandi vantaggi, tra cui quello non indifferente , di conoscere persone con cui probabilmente non saresti venuto in contatto. Il secondo impegno, essenziale per concretizzare qualcosa, è la disponibilità ad esplorare il mondo reale: occorre viaggiare, incontrarsi di persona... magari per poi tornare a gestire il business con strumenti remoti come skype o clocking it. Cene, incontri, eventi.... mi è già capitato di andare fino a Monaco di Baviera per un incontro di social network. Pazzia? Io credo nei network, inclusa la loro componente virtuale. Tutti parlano di Web 2.0, ma poi in pochi lo conoscono e utilizzano... forse perchè proprio Facebook ci ha instillato il concetto che i social network si utilizzano nei 10 minuti di *cazzeggio* durante la pausa pranzo, e che se ci stai attaccato mezz'ora

al giorno significa che non hai nulla da fare. Eppure grazie a LinkedIn sono riuscito in 3 mesi a proporre un prodotto ai direttori marketing EMEA e in un caso addirittura mondiale di aziende multinazionali, senza uscire di casa. Arrivi a bussare alle loro porte presentato da un loro conoscente, sono anche loro in rete perchè si aspettano di cogliere opportunità... e ti ascoltano per capire se quello che gli offri e' proprio una di quelle opportunità che cercano.

Abbiamo sviluppato, sempre utilizzando il web come base, un piccolo network di oltre 100 venditori a cui propongo prodotti tecnologici: se qualcuno pensa di avere delle opportunità di vendere, mi scrive e riceve mandato per agire. Di solito hanno già il cliente tra i loro contatti, quindi i loro costi sono molto bassi. E ricevono provvigioni sulla vendita molto interessanti. I prodotti li troviamo noi di Flow, tra le molte piccole aziende innovative che si rivolgono a noi perchè non hanno capacità di vendita o di marketing (quasi sempre entrambe). Accettiamo contratti solo quando i prodotti sono particolari e vediamo concrete opportunità di successo. Ora stiamo progettando un sito web che permetta di gestire questa rete di vendita un po' particolare, ma che ha già permesso ad alcune piccole aziende di entrare in mercati di nicchia a costi esclusivamente variabili, dando a volte anche l'opportunità di trovare nuovi filoni anche a professionisti della vendita che, in questo periodo sfortunato, si son trovati loro malgrado senza lavoro.

Ho sempre creduto che periodi di crisi portino anche grosse opportunità, perchè distruggono gli equilibri esistenti. La mia *strategia* è la stessa dei registi dei film: intorno ad un buon copione costruisco il cast e la troupe per quella particolare sceneggiatura. Il network mi ha aiutato a velocizzare questo processo, consentendomi di accedere ad un know how esteso fatto da milioni di professionisti esperti nei loro settori. Oggi quanto valgono informazioni e relazioni per un venditore? Se la vostra risposta è simile alla mia, non c'è bisogno di sottolineare oltre il valore di un social network professionale.

Paolo Colombo