

H/R organizzazione

Network e contatti "giusti" l'importanza delle conoscenze

“

La "rete sociale" on-line è considerata il futuro delle relazioni interpersonali e professionali
Una moda nata negli Usa ma che sta prendendo piede anche da noi, con qualche variazione

”



di Rino Sardo

Una rete sociale, o social network, consiste di un qualsiasi gruppo di persone connesse tra loro da diversi legami sociali, che vanno dalla conoscenza casuale ai vincoli familiari. Il fenomeno dei *social network* nacque negli Stati Uniti e si è sviluppato attorno a tre grandi temi: l'ambito professionale, quello dell'amicizia e quello delle relazioni amorose. Una "rete umana", quindi, che poggia su relazioni "fi-da-te": chiunque all'interno del network ha la personale fiducia di almeno un altro membro, quello che lo ha invitato nella cerchia e che, per certi aspetti, garantisce per lui verso il resto della comunità. A questo punto è possibile invitare gli amici a far parte del proprio network, i quali a loro volta possono fare lo stesso, cosicché ci si trova ad allargare la cerchia di contatti con gli amici degli amici e così via, idealmente fino a comprendere tutta la popolazione del mondo, come prospettato nella teoria dei sei gradi di separazione del sociologo Stanley Milgram (1967) la cui validità anche su Internet è stata recentemente (2001) avvalorata dai ricercatori della Columbia University. Un esempio pratico? Prendiamo un social network fra i più noti, Friendster (www.friendster.com): se al primo grado un iscritto conta 15 contatti diretti fra amici, colleghi e soci in affari, al secondo grado potrebbe già averne oltre 200, al terzo grado oltre 20mila e al quarto grado oltre 200mila, sparpagliati un po' ovunque nel mondo. In altre parole con soli tre passaggi intermedi un membro ha l'opportunità di contattare oltre 200mila persone rilevanti per interesse, settore o professione. A questo punto è possibile costituire delle com-



“

È possibile invitare gli amici a far parte della propria cerchia i quali a loro volta possono fare lo stesso, cosicché ci si trova ad allargare il giro di contatti con gli amici degli amici e così via

munity tematiche in base alle proprie passioni o aree di *business*, aggregando ad esse altri utenti e stringendo contatti di amicizia o di affari.

LAVORO E CARRIERA

Le reti sociali sono sempre esistite solo che oggi per farne parte è diventato indispensabile per trovare un buon lavoro e fare carriera. Secondo un'in-

indagine Isfol il 49,5% degli utenti dei centri per l'impiego ha cercato lavoro con l'aiuto di "parenti e conoscenti", una percentuale che cresce sensibilmente se si considerano solo i laureati. Appartenere alla rete "giusta" è oggi fondamentale nel mondo del business per raggiungere i livelli alti e non uscirne più indipendentemente dalle reali capacità. «Quando si entra in un'istituzione che a monte fa una selezione fortissima - spiega, in un articolo apparso sul Corriere della Sera, Gianni Dell'Orto, presidente della società di *executive search* "Neuesearch" - si creano legami forti anche in uscita. Spettacoloso, per esempio, è l'*Old boys network* degli alunni di Harvard. Ottimi anche quelli aziendali come il network di Citicorp o quello di Procter&Gamble. Per non parlare di McKinsey che ha piazzato i suoi "alumni" nei migliori posti di comando». Eccellenti esempi, per restare a casa nostra, sono l'associazione degli "alumni" della normale di Pisa o quella, di recentissima costituzione, degli

ex allievi della Scuola Superiore di Catania, gli "alumni" della Ssc.

C'è poi il caso di Unbreakfast: associazione di manager, in cerca di ricollocamento, che si riuniscono da ottobre 2006 in un bar nel centro di Milano. «Durante l'incontro settimanale, - spiega Nadia Anzani su Economy - i dirigenti associati (l'ingresso nel club costa 70 euro l'anno) si scambiano informazioni, impressioni, contatti; si fa auto-formazione sfruttando le competenze degli altri professionisti presenti. Nella sede del bar - continua Anzani - si incontrano anche persone esterne al gruppo: sono selezionatori, manager, esperti della formazione, che danno una mano ai soci a capire meglio il mercato o i percorsi professionali più adeguati per aggiornare il curriculum». «In questi tempi - dice Pierluigi Celli, direttore generale dell'Università Luiss Guido Carli di Roma - nei quali, per via di crisi o ristrutturazioni aziendali, è facile perdere il proprio posto di lavoro, farebbe comodo avere una rete di salvataggio; ma - continua Celli - le cosiddette reti amicali o professionali operano selettivamente, sono costruite nel tempo e devono essere curate quasi ossessivamente, forse più del lavoro».

Sorprenderà scoprire che l'Italia che noi tutti consideriamo il Paese dei "raccomandati" risulta essere più "democratica" di Paesi come Francia, Stati Uniti e Gran Bretagna (solo per fare alcuni esempi) dove l'appartenenza ad un "social network" è requisito fondamentale per avere tutte le porte aperte.

SUL WEB

Addio passaparola: oggi "l'amico dell'amico" si incontra in Rete. Per trovare lavoro, scambiarsi opinioni, creare nuovi rapporti basati sulla fiducia. Da Catania a New York.

La semplicità con la quale ci si può conoscere su Internet non ha fatto altro che amplificare questo fenomeno. La versione di Internet delle reti sociali è una delle forme più evolute di comunicazione in rete, ed è anche un tentativo di violare la "regola dei 150" secondo cui le dimensioni di una rete sociale sono limitate a circa 150 membri. La rete delle relazioni sociali che ciascuno di



La semplicità con la quale ci si può conoscere su Internet non ha fatto altro che amplificare questo fenomeno. La versione sul web delle reti sociali è forse la più evoluta

noi tessi ogni giorno, in maniera più o meno casuale, nei vari ambiti della nostra vita, si può così "materializzare", organizzare in una "mappa" consultabile, e arricchire di nuovi contatti. I "social network" sono il nuovo fenomeno emergente di Internet e, per loro natura, sono particolarmente adatti a sfruttare l'architettura della Rete, capace di creare relazioni e interazioni fra persone lontane e sconosciute fra loro. Stiamo parlando di "reti professionali" create da persone che si connettono fra loro per interessi comuni o motivi professionali e alle quali si è ammessi in genere su invito personale di uno dei membri che già ne fanno

parte. Semplificando un po' è la versione informatizzata del passaparola e del modello relazionale tipicamente "mediterraneo", quello per intenderci secondo il quale "gli amici degli

amici sono anche i miei amici".

Per entrare a far parte di un "social network" on line occorre costruire un profilo personale, partendo da informazioni come il proprio indirizzo e-mail fino ad arrivare agli interessi e alle passioni (utili per le aree "amicizia" e "amore"), alle esperienze di lavoro passate e relative referenze (informazioni necessarie per il profilo "lavoro").

In Italia il primo dei grandi portali passati verso questo tipo di "social network" è stato SuperEva, vivissime anche le comunità di italiani su Orkut e LinkedIn (www.linkedin.com), che vanta oltre 13mila iscritti italiani. Un primo esempio tutto italiano è quello di "Aupat" (acronimo di aggiungere un posto a tavola) comunità che conta oltre 11mila iscritti, che sulla propria home page (www.aupat.com) scrive: «Aggiungi un posto a tavola è una "social network community on line" gratuita e non aperta all'esterno (soltanto i nostri amici e gli amici dei nostri amici possono accedere) ideata per mettere in contatto persone che condividono le stesse relazioni, le stesse amicizie e gli stessi interessi». Le social network on line ebbero un'esplosione nel 2003, grazie alla popolarità di siti web come Friendster, Tribe.net e LinkedIn, le cui reti di connessioni si sono diffuse su tutti e cinque i continenti e hanno a loro volta ispirato la nascita di network professionali nazionali, come BizBureau (www.bizbureau.it) primo sito italiano per numero di visite, attivo soprattutto nel terziario, nella finanza e nelle risorse umane. «La personalissima for-

H/R organizzazione

mula di "Bizbureau" - dice Carmelo Cutuli, catanese (anzi giarrese come lui stesso tiene a precisare) trapiantato a Roma, fondatore di Bizbureau - lo distingue dagli altri social network, perché è presente sia on line che off line. Il networking professionale è fatto di persone, dunque dobbiamo farle incontrare anche intorno ad un tavolo, non solo in rete, quindi abbiamo attivato "spot" (incontri tra imprenditori, professionisti, manager e recruiters) nelle città di Roma, Palermo, Modena, Pescara, Milano e Catania. Per partecipare basta contattare gli altri membri attraverso BizBureau.it e organizzare incontri periodici».

Una volta che si è entrati nel circuito delle relazioni fidate, diventa molto più facile instaurare nuove amicizie e, soprattutto, trovare opportunità di lavoro e di affari. Le social network possono essere organizzate anche attorno a modelli di business, ad esempio i casi di ReferNet, Shortcut o Ecademy, creato dal guru della comunicazione ed ex numero 2 di British Telecom, Thomas Power.

«Quello che una volta era il giro di conoscenze e amicizie che permetteva di attivare contatti di lavoro grazie all'amico che ti presentava ad un'altra persona di sua conoscenza oggi si chiama social network: è la versione moderna del concetto di "referenza" - dice Clay Shirky, grande esperto di questioni on line e membro dell'esecutivo GBN Network (Global Business Network www.gbn.org).

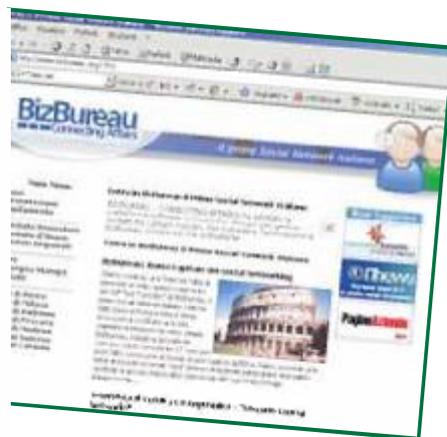
Ne sa qualcosa Matteo Rizzi, co-fondatore di Italians On line, che su LinkedIn ha trovato contatti utilissimi per promuovere l'iniziativa: «Tanto da mettere in cantiere un business network per italiani nel mondo legato al nostro portale». Ma c'è di più: «Paradossalmente, se si lavora per una grande azienda, com'è il mio caso, - racconta Rizzi su Glamour - è più facile entrare in contatto con colleghi di lavoro via LinkedIn che via posta interna. Perché esistere su un network del genere significa, per definizione, voler condividere i propri contatti con gli altri e non tenerli per sé, quindi è indice di apertura mentale».

LE NOVITÀ

Apgrade, società di consulenza specializzata in executive search e formazione, sta per lanciare un blog, sul suo sito (www.apgrade.com), che favorisce



Carmelo Cutuli, fondatore di "Bizbureau"



“

Una volta entrati nel circuito delle relazioni fidate diventa più facile instaurare amicizie e trovare opportunità per intraprendere business internazionale



il contatto tra direttori delle risorse umane e manager in cerca di lavoro. «Da tempo - spiega ad Economy il managing partner Simone Bianchi - abbiamo notato che durante i processi di selezione quasi tutti gli head-hunter non prestano attenzione al fattore umano, anche quando il contatto avviene a livello personale. Da qui l'idea di creare uno spazio dove, attraverso il networking, tutti avessero la possibilità di mostrare meglio le loro qualità». Agli elementi classici del social business il blog di Apgrade unirà alcune

idee nuove: «Puntiamo alla conoscenza e al confronto come elementi vincenti - conclude Bianchi - e per questo inseriremo canali ad hoc come quelli riservate alle "case history" personali e alle figure in uscita, oltre ad un'area dedicata a rassegna stampa e letture sul tema».

Ma quella del blog di Apgrade non è l'unica novità sul web a spiegarcelo è Carmelo Cutuli: «Attualmente sto curando il lancio della versione italiana di Pajamanation (<http://www.pajamanation.it>), il nuovo network mondiale dei microimprenditori e dei professionisti che offrono i propri servizi in telelavoro attraverso il web. In sostanza è il primo passo per il tanto "agognato" lavoro via web, che per molti settori sarebbe un passo enorme verso la riduzione dei costi, sia per le aziende sia per i lavoratori. Pajamanation, presente in 50 nazioni, è il primo marketplace mondiale per microimprenditori, professionisti e telelavoratori che offrono i propri servizi esclusivamente attraverso il web ed intende costituire il punto d'incontro mondiale tra domanda ed offerta di servizi in telelavoro, proponendosi come un vero e proprio hub di opportunità per la community internazionale dei lavoratori da casa. Con Pajamanation, quindi, la microimpresa avrà finalmente la possibilità di connettersi con le aziende che contano ed ottenere visibilità internazionale in un circuito di fornitori locali ma operanti nel mercato globale».

Solo le aziende e i professionisti che per prime riusciranno ad intercettare questi fenomeni potranno trarne beneficio e fare la differenza.