



Cosa sono e come funzionano I servizi in Italia e nel mondo

Filo diretto col Network Testati per voi Blog & News

Toc toc, c'è qualcuno?

Intervista ai protagonisti

Messaggi dal network

Le interviste ai protagonisti del networking professionale

Cosa meglio di un colloquio diretto con chi lavora nelle società di networking professionali per capire come operano, cosa offrono agli utenti e farci raccontare la loro visione sul mercato italiano e globale del social network.

[02.12.11 - Luigi De Falco, Fondatore di H2biz](#)

[22.09.11 - Chiara Terraneo, Community Manager di Officine Italiane](#)

[05.09.11 - Mike del Ponte, Marketing Manager di BranchOut](#)

Luigi De Falco, Fondatore di H2biz



Grazie alla disponibilità di **Luigi De Falco** abbiamo potuto conoscere più da vicino la piattaforma H2biz.

H2biz è un'idea di Luigi De Falco. Come è nata e chi l'ha aiutata a darle forma?

H2biz è un'idea nata nel 2008 da una constatazione banale: il 95% del tessuto produttivo italiano è costituito da piccole e medie imprese che non sanno, e a volte non vogliono, fare sistema. All'inizio nessuno ci credeva, molti ritenevano folle inserirsi in un mercato dominato da colossi. Quindi, nessuno ci ha dato una mano né nel plasmare l'idea né nel fase di lancio. Sono contento che sia andata così perché oggi H2biz non deve dire grazie a nessuno per i risultati raggiunti, se non agli iscritti che ci hanno accordato la loro fiducia.

Il nome H2biz sta per Hub to Business ed esprime la mission del sito. Avevate nomi alternativi?

L'unico nome preso in considerazione è stato H2biz, anche se in realtà all'inizio il concetto di "Hub to business" non era prioritario. Tanto è vero che era nato più per fare il verso alla formula chimica dell'acqua (H₂O, primo elemento naturale – H2biz, primo elemento di business). Poi il modello di business si è delineato con un forte accento sul concetto di HUB e, quindi, è diventato l'acronimo ufficiale.

Cosa ha voluto dire diffondere l'idea di un social network in un paese non ancora abituato a Facebook?

H2biz non è propriamente un social network. E' un HUB, io lo definisco un ibrido, metà business network e metà ecommerce. Facebook è stato ed è allo stesso tempo un alleato ed un nemico. E' un alleato perché grazie a Facebook milioni di utenti si sono abituati ad utilizzare degli strumenti di networking ed ha aperto la strada ad operatori come H2biz che hanno trovato degli utenti già pronti. E' un nemico perché il modello di business di face book, sostanzialmente free con gli introiti derivanti dalla pubblicità pagata dagli inserzionisti, genera negli utenti l'illusione della gratuità della rete, illusione che noi dobbiamo combattere ogni giorno avendo dei servizi e delle piattaforme assolutamente originali che non potrebbero essere gratuite.



Secondo la vostra esperienza, come si possono “educare” gli utenti all'utilizzo di un social network?

Credo sia impossibile educare una massa “liquida” di milioni di utenti, bisogna seguirne le tendenze e cercare, laddove possibile, di guidarne qualche flusso.

Avete un customer care gratuito che contribuisce a assicurare gli utenti. E' un investimento che si ripaga? Quali sono le domande più frequenti?

E' il miglior investimento che abbiamo mai fatto. Il contatto umano, diretto, è uno dei tratti che maggiormente ci differenzia dagli altri network. Tra l'altro la possibilità di contattarci direttamente consente agli utenti di proporci delle partnership o di sviluppare operazioni che in nessun altro network sarebbe possibile gestire. Il maggior numero di chiamate al numero verde non è rivolta all'assistenza, di solito gestita on-line, quanto alle richieste di partnership o alle informazioni sui servizi a valore aggiunto.

Altra caratteristica peculiare è la proposta assidua di nuovi servizi via mail. Che riscontro avete dagli utenti? Non temete di essere considerati invasivi?

Le notifiche via email sono croce e delizia di H2biz. E' il sistema che ci ha consentito di crescere e di arrivare dove siamo arrivati, ma è anche una modalità di comunicazione percepita come invasiva dall'utente. Abbiamo dovuto fare una scelta e abbiamo preferito mantenere l'attuale sistema, pur con qualche correzione per limitare le notifiche doppie o triple, perché garantisce ai nostri iscritti Premium la massima visibilità. Non bisogna dimenticare che H2biz è un network “sui generis” con il 51% di iscritti Premium che pagano un canone per avere dei servizi legati alla visibilità dei propri prodotti e servizi.

Infine, il sistema di email marketing H2biz è quello che consente di essere l'unico network che invia una newsletter settimanale con i profili degli ultimi iscritti, i prodotti, gli eventi, i cambio merci in corso. Certo qualche utente si lamenta dei troppi messaggi che inviamo, ma quale social network (facebook in testa) non ti invia almeno 3 o 4 messaggi/notifiche al giorno? H2biz ne invia al massimo una al giorno.

Passaparola a parte, quali canali di diffusione si sono rivelati i più efficaci per H2biz?

Qui si apre un mondo di possibili risposte. Diciamo che li abbiamo provati e testati tutti. Non esiste canale di promozione che non abbiamo utilizzato. Alla fine i più efficaci si sono rivelati l'email marketing e le partnership con alcuni nostri iscritti che rappresentano grandi community.

Quali iniziative prevedete nel mondo off-line (eventi, convegni, educational etc.)?

Abbiamo già fatto qualcosa in passato, ma senza una strategia di lungo termine, come test. I risultati non sono stati esaltanti perché un operatore come H2biz ha bisogno di convertire on-line e, quindi, l'utente deve acquisirlo on-line. Sicuramente porteremo sul territorio alcune iniziative fisiche legate ai nostri iscritti.

Come giudica gli altri professional network presenti in Italia?

Linkedin sicuramente è il leader del mondo business, anche se non lo ritengo assolutamente un competitor perché punta alla generazione di contatti, mentre H2biz punta alla generazione di fatturato. Questa è la grande differenza tra un business network ed un HUB. Conosco tutti gli altri network, mi sembrano delle buone iniziative, ognuna con la sua specificità.

Quanti utenti stranieri sono presenti in H2biz? Ha senso ipotizzare che la piattaforma diventi transnazionale?

Abbiamo già due sedi all'estero, una in Francia e una in Montenegro proprio per penetrare il mercato europeo che è il nostro mercato strategico. Siamo già pronti da tempo a fare il salto di qualità, ma vogliamo crescere ancora in Italia per presentarci all'estero come referenti per il bacino del Mediterraneo. E' una sfida, il tempo dirà se saremo in grado di vincerla.

Come vedete l'evoluzione futura di H2biz, in termini di strategia e servizi offerti?

La strategia rimane sempre la stessa: essere un HUB, un centro di smistamento, per tutto il mercato business. I servizi sono in costante evoluzione, ogni mese lanciamo una nuova piattaforma. In questa fase stiamo puntando a incrementare la nostra massa critica con un occhio di riguardo verso la fascia alta del mercato.