



## Innovazione

### TrustForce il nuovo modello distributivo di Vairo

Il manager scende in campo con un team di sales manager, startup che strizza l'occhio alla sharing economy e si ispira alla Gdo

## TrustForce il nuovo modello distributivo di Vairo

15/12/2016 15:49

*Il manager scende in campo con un team di sales manager, startup che strizza l'occhio alla sharing economy e si ispira alla Gdo*

#### VINCI IL KENYA!

Clicca qui per iscriverti alla formazione online,  
Completa il corso e...vola in Kenya  
o vinci altri fantastici premi



Si chiama **TrustForce** il nuovo progetto distributivo firmato **Gian Paolo Vairo**. E' figlio di una serie di riflessioni e dei tempi moderni, in quanto **sposa il concetto di sharing**, che sempre più si affaccia sul mercato attuale, mettendo in campo la **prima sales force "in sharing"**, appunto.

Trust sta per fiducia, "termine che deve essere ricorrente nel rapporto di *partnership* e che deve caratterizzare la relazione tra cliente e fornitore - ha spiegato il manager alla presentazione del suo progetto al mercato -. **Il termine force identifica la sales force**, ossia la forza vendite". Un disegno che nasce da un uomo che ha in sé un doppio know how, avendo ricoperto incarichi sul fronte della produzione e della distribuzione (l'ultimo in ordine di tempo è in Welcome, ndr), pertanto con un punto di osservazione privilegiato, che lo porta a conoscere i due poli della filiera.

TrustForce va incontro alle **esigenze della produzione**, degli operatori nello specifico, in quanto "hanno bisogno di un presidio diverso" del mercato agenziale, "che sia complementare a quello che esercitano attraverso la loro forza vendite. Le adv oggi per essere ben seguite dovrebbero necessitare di decine e decine di *sales*", se ci si basa su valutazioni numeriche che parlano di **8.600 punti vendita esistenti**. Gli operatori però sono costretti ad operare in una logica di efficienza, che li porta a ridurre le risorse o a limitare il numero di negozi su cui promuoversi. "I *sales promoter* tendono a visitare 150/200 adv in un anno", il che ci fa comprendere quanto possa essere elevato il numero di quelle non presidiate, in un contesto dove i punti vendita hanno **la necessità contatti frequenti**".

Ed è qui che entra in campo la nuova società guidata da Vairo, startup che sarà operativa da gennaio 2017. L'idea è quella di proporsi come **nuovo modello nella travel industry**, offrendo ad un **selezionato numero di partner** (t.o, compagnie di navigazione, gds, assicurazioni) la possibilità di **distribuirne i prodotti e i servizi** a livello nazionale attraverso il team di venditori. "Il progetto mira ad offrire una forza vendite qualificata, su aree geografiche o cluster di adv che i t.o. non riescono a raggiungere, oltre a servizi per poter mettere insieme risorse e investimenti". Il modello non è nuovo, nella Gdo è già diffuso, ma è innovativo in ambito turistico.

Si parte con un **nucleo di 10 sales manager**, per l'estate si arriverà a 15, "vogliamo superare i 22 nel secondo anno e arrivare anche a 30 nel 3° anno, questo è il piano - afferma Vairo -. Un progetto, che, per il tipo di mercato non potrà essere uno sprint, ma sarà una maratona". Inizialmente l'idea è di rivolgersi ad operatori medi (30-70 mln di fatturato), "riteniamo siano quelli più indicati perchè le adv non li conoscono ed è, invece, importante che qualcuno li racconti".

TrustForce sarà una srl, "capitalizzata fortemente", per una scelta personale del manager. Il **45% delle quote societarie** sono controllate da Vairo, che avrà il 51% dell'assemblea. Non è previsto l'ingresso di soci industriali (e i motivi sono evidenti, essendo potenziali clienti, ndr), ma **c'è un gruppo di private equity**, con 6/7 soci finanziari, "che ha gradito l'idea ed ha voluto prendere parte all'investimento con una buona capacità". **s.v.**