

La TrustForce di Vairo Forza vendite in sharing

DI ORIANA DAVINI

TOUR OPERATOR 15/12/2016 12:29



Sarà la **prima sales force in sharing d'Italia**, capace di scardinare lo schema tradizionale del sistema distributivo: debutterà a gennaio **TrustForce**, la nuova startup fondata e guidata da **Gian Paolo Vairo** (nella foto) dopo la sua uscita da **Welcome Travel**.

PUBBLICITÀ

Gustati il Natale!
Il parcheggio dentro l'aeroporto da 4€ al giorno

Solo online entro il 2/1/2017, nell'area riservata B2B.

Via Milano Parking e Linate Malpensa Orio al Serio

"È il momento giusto per offrire al mondo dei viaggi il servizio di vendite in outsourcing già utilizzato dalla grande distribuzione organizzata".

I dettagli del progetto

Questo il core business di TrustForce, che avrà la propria base a Milano ma **opererà in tutta Italia**: fornire forza vendita alla travel industry per aiutare t.o, compagnie di navigazione, gds e assicurazioni (per ora restano escluse le compagnie aeree) a distribuire prodotti e servizi alle adv su scala nazionale. Il tutto, sottolinea il manager, "in modo complementare alla rete vendite del cliente, che può decidere di

intervenire in un territorio dove è poco presente o che non riesce a coprire come vorrebbe".

I piani della startup, una società srl "per mia scelta, di cui detengo il 45 per cento delle quote ma la maggior parte del controllo, con circa sette soci investitori finanziari nessuno dei quali industriale", prevedono la costruzione con i clienti di piani di vendita e trade marketing basati su un approccio fisico e territoriale, che oltre alla vendita includono l'organizzazione di servizi ed eventi territoriali.

La squadra

La squadra di TrustForce è formata al momento da **dieci sales manager** "che lavorano per noi in esclusiva e sono figure senior con un portafoglio importante": lo sviluppo prevede di arrivare a 15 entro l'estate e toccare quota 22 il prossimo anno. "Ovviamente parteciperanno a tutte le occasioni di formazione della forza vendita del cliente ma noi garantiamo un sistema comune con la piattaforma salesforce.com e regole condivise, cosa che un agente plurimandatario non sempre può avere".

Il mercato al momento ha risposto positivamente: **entro la primavera**, assicura Vairo, "inizieremo a distribuire i prodotti di brand importanti: per ora ci siamo rivolti a operatori di medie dimensioni con un fatturato tra 20 e 70 milioni, e non in concorrenza tra loro. Entro fine anno contiamo di lavorare con sei partner".

La politica commerciale

La politica commerciale **non prevede il pagamento di una fee** ma un pagamento proporzionale in base ai risultati raggiunti. "Portiamo qualcosa che esiste già dove non esiste: qui c'è l'innovazione".

E sui mercati esteri Vairo ammette: "Ci penso, sempre in una logica non immediata e di non concorrenza. Il nome è già in inglese...".