Bestperformer di Gattinoni Mondo di Vacanze: volumi d’affari in crescita del 15%

Bilanci positivi per il primo semestre di Gattinoni Mondo di Vacanze in merito al programma Bestperformer, già lanciato come modello affiliativo nel 2013 e poi riproposto dal 2015 come programma di incentivazione del network. Nel 2016 hanno aderito al programma **450 agenzie, ben 120 in più rispetto al 2015**, dimostrando di credere nella strategia di contrasto al calo di redditività. A metà dell’anno 2016 – 30 giugno – 264 agenzie avevano già raggiunto uno degli obiettivi che si erano prefissate. Va ricordato infatti che secondo Bestperformer la selezione della rosa di tour operator con cui collaborare maggiormente è totalmente gestita dalle agenzie stesse.
Nei primi sei mesi, **il volume d’affari del network è salito del 9,2%** rispetto a quello dello scorso anno trainato proprio dal progetto Bestperformer; **l’incremento del volume d’affari delle agenzie Bestperformer è pari al 15% rispetto alla stessa data dello scorso anno**. Un dato molto incoraggiante, tenendo conto che giugno non è stato per il mercato in generale un mese particolarmente brillante.
Commenta **Sandro Ferrari,** Responsabile Vendite del network: “Il progetto nato per aiutare le agenzie a massimizzare i margini sulle vendite di prodotto intermediato e diminuire la dispersione tipica del nostro settore, ci ha dato grande soddisfazione. Siamo stati i primi a idearlo e l’anno scorso abbiamo investito con un forte piano di over commission. Le agenzie condividono questa soddisfazione nel modo più tangibile, in quanto la loro marginalità aumenta considerevolmente, anche una volta detratto il costo del canone di affiliazione. Bestperformer valorizza l’agente imprenditore, lascia loro la libertà di scegliere con quali tour operator realizzare programmi di incentivazione. Il network offre una struttura a supporto, che può essere di aiuto, se richiesto, nel valutare e orientare tale scelta. In particolar modo la struttura supporta il raggiungimento degli obiettivi, attraverso analisi e aggiornamenti settimanali che mantengono il focus sulla capacità di concentrare le vendite senza disperdere fatturato”.