Arriva TrustForce, la startup di Gian Paolo Vairo per l'industria del turismo

A pochi mesi dall’uscita da Welcome Travel, dove ha ricoperto per otto anni la carica di Amministratore Delegato, **Gian Paolo Vairo** prova a tornare protagonista del settore lanciando una startup, di cui è fondatore e Ceo, per lanciare un nuovo modello distributivo nel mercato della Travel Industry italiana.

Si tratta di **TrustForce** e già dal nome fa intuire i suoi obiettivi poiché coniuga il principio della fiducia (trust) con la pragmaticità della forza vendita. La nuova azienda si rivolgerà a un ristretto numero di operatori del settore turistico (aziende di media grandezza con fatturato tra i 30 e i 70 milioni) per distribuirne i prodotti attraverso un team qualificato di sales manager.

Tour operator, compagnie di navigazione, Gds e assicurazioni potranno quindi contare su una forza vendita esterna per agire sulla coda lunga delle agenzie di viaggio e raggiungere tutte quelle che non sono nel proprio attuale raggio d'azione.

"L'anomalia delle rete distributiva italiana rispetto al resto d'Europa - spiega Gian Paolo Vairo - è quella di avere 8600 agenzie che restano indipendenti tra loro nonostante gli accordi con i network. A monte invece gli operatori hanno spesso una forza vendita diretta ma non riescono a presidiare tutto il mercato nonostante le agenzie hanno spesso bisogno di una presenza fisica del promotore"

La strategia di TrustForce, ispirata concettualmente ai modelli della sharing economy, sarà quindi quella di costruire con i propri Clienti piani di vendita e di trade marketing basati su un concreto approccio fisico e territoriale, in modo da assicurare risultati in quelle aree o in quelle tipologie di punti vendita fino ad oggi non presidiati. La forza vendite di TrustForce agirà quindi in modo complementare alle reti commerciali dei propri clienti.

“Occorreva rompere lo schema tradizionale del nostro sistema distributivo, prendendo spunto da quello che succede in altri settori più moderni – prosegue Vairo - . Nessun brand della GDO, infatti, pensa di distribuire i suoi prodotti soltanto con la propria squadra commerciale, ma si affida regolarmente a forze vendite in outsourcing costruite con l’obiettivo di garantire un presidio capillare co-branded. E’ il momento giusto per offrire questo servizio anche nel mondo dei viaggi: l’immediata risposta positiva ricevuta da grandi marchi del settore, è il segnale che conferma che questo modello incontra i bisogni dei clienti”.

TrustForce partirà con una squadra di 10 promotori commerciali e promuoverà, almeno inizialmente, brand che non sono in concorrenza diretta tra loro, come tour operator specializzati su particolari prodotti. In prospettiva punta ad arrivare a 30 sales manager in 3 anni che saranno formati sui prodotti venduti e saranno dei veri e propri promotori aggiunti delle aziende partner offrendo all'industria del travel la possibilità di abbassare i costi di intermediazione attraverso l'utilizzo di una forza vendita condivisa in maniera trasversale.
La startup sarà operativa da gennaio negli uffici di YoRoom, co-working milanese in zona Isola, e a breve sarà online sul dominio www.trustforce.it