Gattinoni: per la 7a edizione di BestPerformer fatturato in crescita del 20%

Gattinoni Mondo di Vacanze traccia un primo bilancio del progetto di incentivazione BestPerformer, giunto quest'anno alla settima edizione.
Al 31 agosto il 70% delle 501 agenzie che hanno aderito ha aumentato il proprio fatturato del 20% e le proiezioni indicano che entro la fine dell'anno il 98% di loro raggiungerà almeno un obiettivo.
La crescita del 20% è nettamente superiore a quella del mercato di riferimento. Sono state le stesse agenzie a definire i propri traguardi, selezionando direttamente i tour operator con cui concentrare le vendite, attingendo dai fornitori di servizi ancillari e usufruendo anche delle altre linee di prodotto interne al network.
Questo è il primo anno in cui hanno partecipato al progetto le tre linee di prodotto interne, "Selected", "Gattinoni Travel Experience" e "DPack", con risultati molto soddisfacenti e ampi margini di guadagno extra per le agenzie.
Le agenzie che aderiscono al progetto BestPerformer stanno infatti realizzando performance di crescita su queste linee superiori rispetto ai risultati, peraltro già molto positivi, delle altre agenzie del network.
Il dato dimostra che le agenzie hanno apprezzato le opportunità di disporre in esclusiva di una programmazione tailor made (Travel Experience) e di una piattaforma per confezionare viaggi in autonomia (DPack).
Con BestPerformer le agenzie conoscono in anticipo i valori dell'incentivazione e possono valutare come produrre guadagno. Commenta **Sandro Ferrari**, Responsabile Vendite Gattinoni Mondo di Vacanze: "Ci interessa la fidelizzazione delle agenzie. Nel 2018 il progetto era partito a fine febbraio perché lo avevamo riconcepito totalmente rispetto alle precedenti versioni e questo ha richiesto tempo, in primis per le negoziazioni delle over con i fornitori. Nel 2019 non cambieremo strategia, sia nel merito dei numeri – quote predefinite, trasparenti – sia dei fornitori: riconfermeremo quelli storici e amplieremo la gamma di servizi ancillari che accrescono le possibilità di marginalità. Alla fine di quest'anno partiremo con la raccolta di adesioni, con uno spettro ancora più ampio di opportunità di guadagno reale".

Continua Ferrari: “Non ci interessa far recuperare alle agenzie il canone di affiliazione, ci preme che guadagnino considerevolmente. L’elemento che ci differenzia dai competitor è anche questo, il canone non è una voce di costo ma la chiave per accedere a un mondo di opportunità. La nostra indipendenza è una garanzia per l’imprenditorialità di chi ci sceglie”.