TrustForce e Be2Sea portano in agenzia le vacanze in barca

Portare in agenzia di viaggio un prodotto nuovo e sempre più richiesto, per differenziarsi e attirare nuovi target di clientela. È questo l’obiettivo della partnership siglata tra TrustForce e **Be2Sea**.
La società distributiva guidata da Gian Paolo Vairo si è alleata con il compratore di imbarcazioni a noleggio progettato da **Manuel Gruni** per fornire al trade uno strumento per permettere alle agenzie di vendere vacanze in barca a vela e a motore.
Con più di mille imbarcazioni nei porti del nostro Paese e 5mila barche presenti in oltre 500 destinazioni al mondo, Be2Sea offre un **sistema di prenotazioni** che permette anche agli Agenti di Viaggio che non hanno esperienza del mondo delle imbarcazioni, di confrontare e prenotare una vasta gamma di offerte per tutte le destinazioni vacanza principali.
Gli agenti potranno usufruire di un team di consulenti dedicato composto da Massimo Tivioli e Marco Comelli in Lombardia, Giovanni Filippi in Emilia Romagna, Claudio Fine nel Lazio e Katia Giannoccaro in Puglia. Sarà, inoltre, presente uno staff di **back office** per supportare tutte le Agenzie, anche le meno esperte, nella scelta dell'imbarcazione migliore per i propri clienti. Sono previsti infine una serie di momenti formativi per tutti quegli agenti che vorranno approfondire la conoscenza del prodotto in modo da differenziarsi sempre di più nel panorama della distribuzione turistica.
"Sono orgoglioso di poter portare sul mercato un prodotto nuovo - dichiara il Founder and Ceo di TrustForce, **Gian Paolo Vairo** –. C'è bisogno di allargare la gamma di prodotti in agenzia con soluzioni nuove e semplici, soprattutto alla luce dei recenti accadimenti".
“La **vacanza in barca privata** è il futuro, una formula in costante crescita che ha ormai superato il preconcetto di una vacanza di “élite” – dichiara il Founder di Be2Sea, Manuel Gruni - Per questo, abbiamo sviluppato un booking on line che consente a tutti gli agenti italiani di entrare in un segmento di mercato ancora nascosto. I clienti decideranno il dove, il come e il quando”.