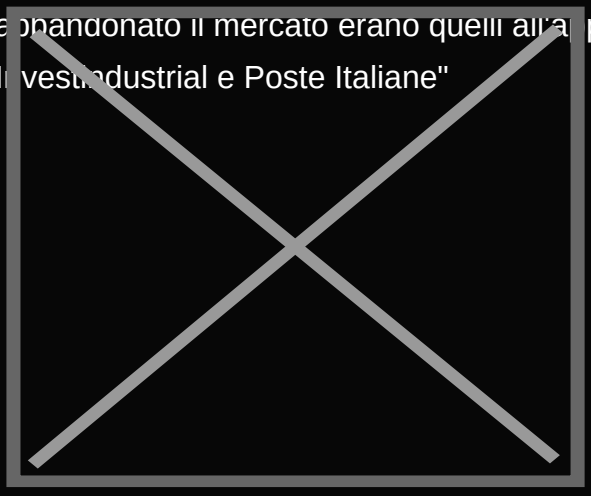
Un anno di Trustforce: dalla delusione Valtur e Mistral Air all'imminente rilancio con la divisione aviation

Non è semplice riprendersi dalla perdita inaspettata del proprio maggior cliente, specie quando sei una startup. E' il caso di TrustForce, società di forza vendita in outsorcing fondata da Gian Paolo Vairo che ieri ha incontrato la stampa di settore per tracciare il bilancio del primo anno di attività.
In poco più di 12 mesi **TrustForce** ha registrato un elevato interesse per il proprio modello di distribuzione, che mette a disposizione dei Clienti la prima Sales Force “in outsourcing” del mercato italiano. Un modello che aveva permesso di acquisire cliente dai fatturati importanti come la nuova Valtur targata Investindustrial, un partner all'apparenza solido fino alla notizia del concordato che ha scosso il mercato pochi mesi fa.
“Il primo anno è stato entusiasmante, ma al contempo molto duro. - ha spiegato Vairo - Abbiamo assistito alla scomparsa improvvisa di clienti importanti quali Valtur e Mistral Air, un colpo che ha avuto sicuramente un impatto sulla nostra società anche dal punto di vista reputazionale. La selezione a monte degli operatori è fondamentale quando inizi un business che è basato sul rapporto di fiducia. Personalmente però non mi sento responsabile per un'errata selezione visto che i due che hanno abbandonato il mercato erano quelli all'apparenza più solidi con dietro proprietà come quelle di Investindustrial e Poste Italiane"



"L'apprezzamento per il nostro modello di business ci ha fatto invece decidere di accelerare il piano di crescita – commenta **Gian Paolo Vairo** –. Tale piano si

fonda su una partnership con una società estera, un gsa di cui ancora non posso svelare il nome almeno fino alla sigla dell'accordo, ma posso serenamente dire che il modello che ci attende ci vedrà importare rapidamente accordi internazionali con compagnie aeree, nonché offrire ai nostri attuali Clienti la possibilità di essere presenti fuori dall'Italia. Mi fa piacere poter affermare, inoltre, che abbiamo bisogno di risorse commerciali che vogliano accompagnarci in questo piano di sviluppo".
In particolar modo, TrustForce punta ad allargare il portfolio Clienti attraverso una strategia basata sull'internazionalizzazione, che significherà sia distribuire su mercati esteri che siglare nuove partnership con Operatori turistici stranieri.
Una vera e propria divisione aviation attende quindi Trastforce nel futuro. Un futuro che guarda alla diversificazione della tipologia dei brand partner e all'ampliamento dei servizi con conseguente crescita della forza vendita che passerà da 15 a 25 persone a inizio 2019.
"Ringrazio il mercato che in questo primo anno di attività ha riservato a TrustForce molta attenzione e interesse. – ha concluso Vairo – Ora è già il momento di crescere per affrontare sfide più grandi. Differenzieremo l'offerta per garantire nuovi servizi ai nostri Clienti e per attirarne di nuovi con caratteristiche diverse".