**Saloniki Kolportera partnerem ogólnopolskich kampanii promocyjnych**

**1 lutego br. w salonikach Kolportera ruszyła akcja wydawania nagród w programie konsumenckim „Milion Grześków do wygrania”. To kolejny ogólnopolski program promocyjny, którego partnerem jest Kolporter. W ubiegłym roku sieć saloników była wykorzystywana w ponad 30 tego typu akcjach.**

W promocji „Milion Grześków do wygrania” klient, który kupi wafelka „Grześki” w promocyjnym opakowaniu i znajdzie wewnątrz napis „WYGRAŁEŚ Grześki kakaowe 36g”, otrzymuje gratis drugi wafelek. Może go odebrać m.in. w jednym z saloników Kolportera. Akcja potrwa do 30 kwietnia br.

– To kolejna duża, ogólnopolska akcja promocyjna, której jesteśmy partnerem. W ubiegłym roku w sieci naszych saloników Kolportera zorganizowano ponad 30 takich akcji, w których wydano klientom kilka milionów sampli – mówi Aleksandra Łanocha, starszy specjalista ds. marketingu w Kolporterze. – W ostatnich latach widzimy wyraźny wzrost zainteresowania naszą ofertą wydawania nagród lub bezpłatnych próbek. Producentom czy dystrybutorom zależy na precyzyjnym dotarciu do klientów, na możliwościach stałego monitoringu danej akcji i pomiarach skuteczności. A te wszystkie elementy znajdują się w naszej ofercie.

W 2018 roku z sieci saloników Kolportera korzystały w swoich akcjach takie marki, jak m.in.: Winiary, Mola, Telepizza, Mastercard, Monnari, Labofarm. Łącznie w ich kampaniach rozdano kilka milionów sampli.

– Rocznie obsługujemy ok. 60 mln klientów, a nasze punkty zlokalizowane są w całym kraju. Zapewniamy więc naprawdę szerokie dotarcie z danym programem czy akcją. A dzięki autorskim rozwiązaniom systemowym, informatycznym i logistycznym umożliwiamy sprawną realizację praktycznie każdej akcji we wskazanym czasie, z dotarciem do ściśle określonej grupy odbiorców. Dodatkowo zapewniamy wsparcie komunikacyjne dla danej promocji – bezpośrednio w salonikach, ale także z wykorzystaniem naszych mediów – dodaje Aleksandra Łanocha. – Cieszymy się, że z roku na rok przybywa partnerów biznesowych, współpracujących z nami w organizacji promocji, bo to najlepsza rekomendacje skuteczności i efektywności naszych działań.

Wydawanie nagród w konkursach (redempcja, buy & get) czy też dystrybucję bezpłatnych próbek lub katalogów (sampling) Kolporter umożliwia w swojej sieci saloników od blisko 25 lat.