**W salonikach Kolportera rośnie sprzedaż książek**

**O ok. 6 proc. wzrosła w 2018 r. w salonikach Kolportera sprzedaż książek. – To efekt coraz bogatszej oferty, ale także podejmowanych działań promocyjnych – uważają przedstawiciele spółki.**

– Książki sprzedawane w naszych salonikach dzielimy na dwie podstawowe grupy: „prasowe” i „topowe”. „Prasowe” to książki z najbardziej bestsellerowego nurtu literatury kobiecej i sensacyjnej, dostarczane przez wydawców prasowych, m.in. Ringier Axel Springer Polska, Edipresse Polska, Burda czy Zwierciadło. Prym wiodą tu tanie wydania pocketowe, takich autorów jak King, Steel, Gutowska, Christi, Rudnicka, Nesbo, Bonda, Zborowska, Roberts, Palmer, Witkiewicz. Natomiast „topowe” to nowości rynku księgarskiego osiągające rangę bestsellera w comiesięcznych notowaniach – wyjaśnia Urszula Jurkowska, menadżer odpowiedzialny w Kolporterze za kategorię „książka”.

W 2018 r. w salonikach Kolportera najlepiej sprzedawały się następujące tytuły: „365 dni” Blanki Lipińskiej, „A ja żem jej powiedziała” Katarzyny Nosowskiej, „W domu” Harlana Cobena, „Nieodnaleziona” Remigiusza Mroza, „Kobieta w oknie” A. J. Finn, „Arabski syn” Tanyi Valko, „Ania. Biografia Anny Przybylskiej” Grzegorza Kubickiego i Macieja Drzewickiego, „Nanga Parbat” Dominika Szczepańskiego i Piotra Tomzy, „Ten dzień” Blanki Lipińskiej, „Kurtyka. Sztuka wolności” Bernadette McDonald, „Pocieszki” Katarzyny Grocholi, „Jestem żoną terrorysty” Laili Shukri i „To” Stephena Kinga.

Klienci saloników Kolportera najchętniej sięgali po literaturę popularną – romanse i sensacje (51% udziału w sprzedaży), książki dziecięce, młodzieżowe i edukacyjne (34%) oraz poradniki, książki hobbystyczne, poświęcone sportowi i kulinarne (9%).

– Mimo wyraźnej dominacji określonego typu sprzedawanej literatury, w naszej ofercie posiadamy wszystkie kategorie książek – mówi Urszula Jurkowska. – Duży nacisk kładziemy na ich promocję i ekspozycję, dostosowując regały i stoły do możliwości metrażowych saloników. Wychodzimy z założenia, że w każdym naszym saloniku klient powinien mieć szansę kupić książkę dlatego w tych najmniejszych wdrożyliśmy „Książkomaty”.

Książkomat to kartonowy ekspozytor na książki z 30 tytułami Edipresse Polska. Oferta tytułowa książkomatów zbudowana jest z najlepiej sprzedających się serii i co miesiąc zmienia się o kolejne tomy kolekcji. Atrakcyjna forma graficzna ekspozytora zwiększa możliwość prezentacji całej oferty i daje konsumentom bezpośredni dostęp do każdej książki. Kolporter wprowadził je do części swoich punktów w ubiegłym roku.