**Wydawcy premiują sprzedawców**

**Wydawcy prasy coraz chętniej organizują konkursy dla sprzedawców. Od początku września br., w punktach obsługiwanych przez Kolportera, przeznaczyli na ten cel już ponad 100 tys. zł.**

Konkursy dla sprzedawców zorganizowali m.in. Ringier Axel Springer, ZPR Media, Agora, Burda, Edipresse. Oprócz nagród finansowych, których łączna pula wyniosła ponad 100 tys. zł, zaproponowali sprzedawcom różnego rodzaju nagrody rzeczowe – m.in. vouchery do ośrodków wypoczynkowych czy sprzęt AGD.

– W ostatnich miesiącach rzeczywiście znacząco wzrosła liczba konkursów organizowanych specjalnie dla współpracujących z Kolporterem sprzedawców prasy – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera. – Wydawcy zauważyli, że to dość skuteczna metoda podniesienia sprzedaży. Dla sprzedawców każdy dodatkowy bonus za wyniki jest atrakcyjny i zachęca do aktywnej pracy z tytułem. Poza oczywistym walorem finansowym, konkursy dodatkowo motywują do pogłębiania wiedzy na temat technik sprzedaży, skutecznej ekspozycji, efektywnego kontaktu z klientem. Aktywna praca ze sprzedawcami jest jednym z ważnych elementów naszej strategii, konkursy organizowane przez wydawców bardzo dobrze się w to wpisują. Dlatego oczywiście zachęcamy do wdrażania kolejnych.

W konkursach wydawcy nagradzają sprzedawców za wzrost sprzedaży wskazanego tytułu lub tytułów (Ringier Axel Springer, Edipresse), odpowiednią ekspozycję (ZPR Media, Burda) lub sprzedaż teczkową prenumeraty (Agora). W tej ostatniej kategorii w listopadzie rusza kolejny konkurs – tym razem organizowany przez Presspublikę.

Większość konkursów jest dodatkowo wspierana przez wydawców nośnikami promocyjnymi, pozwalającymi lepiej zaprezentować wybrane tytuły klientom. Sprzedawcy mogą zamawiać nośniki tego typu bezpłatnie.