**Kolporter podsumował pierwsze półrocze w swojej sieci**

**Blisko 30 nowych punktów sprzedaży, kilkanaście nowych produktów i usług oraz rosnąca sprzedaż prasy kolorowej – Kolporter pozytywnie ocenia pierwsze półrocze 2017 r. w sieci swoich saloników.**

Blisko 30 nowych punktów sprzedaży, kilkanaście nowych produktów i usług oraz rosnąca sprzedaż prasy kolorowej – Kolporter pozytywnie ocenia pierwsze półrocze 2017 r. w sieci swoich saloników.

W pierwszym półroczu 2017 r. Kolporter otworzył 28 nowych saloników, w tym dwa ze strefą Top Drink, czyli ofertą alkoholi. Rozwój oferty sieci poprzez koncepcję tzw. stref to jeden ze strategicznych kierunków rozwoju, nad którym spółka pracuje już od ponad dwóch lat. W wybranych punktach sprzedaży uruchamiane są specjalne strefy, które oferują nowy asortyment. Kolporter wdrożył już dwa tego rodzaju rozwiązania – wspominaną strefę Top Drink i strefę bistro Top Presso, oferującą m.in. ciepłe przekąski i napoje.

– Utrzymujemy dobrą dynamikę, zarówno jeśli chodzi o otwarcia nowych punktów, jak i rozwój oferty. Przede wszystkim jednak staramy się być jeszcze bliżej klienta i możliwie jak najszybciej reagować na jego oczekiwania. To przynosi efekty – widzimy m.in. wzrost ilości kupujących. Nasze saloniki się zmieniają, dziś około 20% naszej oferty to nowe produkty i usługi. Tradycyjny asortyment – prasa, artykuły tytoniowe, doładowania, bilety – nadal stanowi podstawową bazę towarową saloniku, ale coraz większe znaczenie mają nowości ofertowe – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera.

W pierwszym półroczu 2017 r. w sieci Kolportera pojawiły się m.in. nowe karty podarunkowe, zdrowe przekąski (bezcukrowe i bezglutenowe), doładowania do platform cyfrowej dystrybucji gier – Steam i Origin, nowe nominały doładowań do konsol X Box i PlayStation. Cała sieć została również objęta ofertą biletów podróżnych blisko 170 przewoźników autobusowych, busowych i kolejowych. Kolporter poszerzył także ofertę biletów na imprezy sportowe, podpisując umowę z klubami piłkarskimi Wisła Płock i Śląsk Wrocław.

– W ciągu ostatnich 6 miesięcy najczęściej kupowanymi produktami były: prasa, papierosy i doładowania telefonów. Jeśli chodzi o pierwszą, podstawową dla nas kategorię, to zanotowaliśmy wzrost sprzedaży prasy kolorowej. Wyraźnie rosnącym zainteresowaniem cieszyły się tzw. produkty gamingowe – doładowania do platform cyfrowej dystrybucji gier, czy karty prepaidowe konkretnych gier oraz serwisów Google Play i Facebook. Bardzo popularne były karty przedpłacone Paysafecard, wykorzystywane w płatnościach internetowych. Jeśli chodzi o oferowane przez nas usługi to zdecydowanie największym zainteresowaniem klientów cieszy się możliwość opłacania rachunków – w ciągu ostatnich 6 miesięcy nasze saloniki przyjęły w sumie ponad 1,2 miliona tego typu opłat – podsumowuje Dariusz Materek.