**Rośnie popularność akcji „buy & get” w salonikach Kolportera**

**Kilka tysięcy klientów wzięło udział w wiosennej akcji promocyjnej „1-2-3 ucztujesz Ty!”, organizowanej przez Telepizzę i koncern PepsiCo, we współpracy z Kolporterem.**

Przypomnijmy – osoby, które w dniach 3-30 kwietnia br., w jednym z ponad 730 saloników Kolportera zakupiły dwa premiowane napoje koncernu PepsiCo, otrzymywały specjalny kod umożliwiający zakup trzech pizz w cenie jednej. Kody promocyjne można wykorzystać do końca maja 2018 roku, zarówno przy zamówieniach online, jak i przez telefon oraz tych składanych bezpośrednio w lokalach Telepizzy.

– Pierwszy raz akcję „buy & get”, polegającą na wydawaniu kodów w zamian za zakup produktów w naszej sieci, przeprowadziliśmy kilka lat temu – mówi Robert Szczepaniak, dyrektor marketingu Kolportera. – Najpopularniejszymi, przyciągającymi rzesze klientów, były akcje przeprowadzone wspólnie z koncernem PepsiCo i JuraParkami. Za zakup napojów w saloniku klienci otrzymywali kody uprawniające do odbioru biletu wstępu do jednego z trzech JuraParków. Już pierwsza z nich, którą organizowaliśmy w sieci saloników Kolportera dwa lata temu, przerosła nasze najśmielsze oczekiwania. Efekty były zdumiewające, dlatego organizatorzy postanowili, w tej samej formule, przeprowadzić kolejną akcję rok później. Akcje „buy & get”, inaczej zwane [redempcją](http://redempcja.kolporter.com.pl/), są coraz częściej wybierane przez agencje reklamowe, wydawców i dostawców. Budzą także ogromne zainteresowanie samych klientów, czego dowodem jest niedawno zakończona akcja „1-2-3 ucztujesz Ty!”. W ciągu niespełna miesiąca skorzystało z niej kilka tysięcy klientów, którzy w naszych salonikach odebrali kody do pizzerii Telepizza – podsumowuje Robert Szczepaniak.

– Akcja „1-2-3 ucztujesz Ty!” cieszyła się sporym zainteresowaniem klientów. Podobnie jak inne, które organizowane są aktualnie w salonikach Kolportera. Ich popularność wzrasta, a klienci coraz częściej dopytują o kolejne. Oczywiście są też tacy, których trzeba dodatkowo zachęcić do uczestnictwa. Zazwyczaj wystarczy jednak tylko przedstawić zasady akcji, by wzięli w niej udział – zdradza Aneta Krupa, prowadząca salonik w Stalowej Woli.