**Saloniki Kolportera – funkcjonalność i wygoda zakupów**

**Sieć saloników Kolportera przechodzi kolejne zmiany. W pierwszym półroczu 2025 roku otwarto nowe punkty sprzedaży, a istniejące lokalizacje są sukcesywnie modernizowane. Cel jest jasny – stworzyć przestrzeń, która z jednej strony będzie funkcjonalna i ergonomiczna, a z drugiej – przyjazna, nowoczesna i atrakcyjna wizualnie dla klientów.**

**Optymalny układ dla komfortu zakupów**

Jednym z kluczowych elementów przebudowy jest przemyślane ustawienie regałów, lad i ekspozytorów. Nowy układ pozwala klientom w prosty i intuicyjny sposób poruszać się po saloniku, łatwiej odnajdywać poszukiwane tytuły prasowe oraz produkty – od napojów i słodyczy, przez artykuły tytoniowe i przemysłowe, aż po drobne akcesoria codziennego użytku.

– Pracujemy dwutorowo. Z jednej strony tworzymy nowe saloniki, z drugiej modernizujemy już istniejącą sieć. To proces bardzo czasochłonny. Saloniki bardzo się od siebie różnią, nie tylko wielkością sali sprzedażowej, ale także jej układem. Dlatego aranżacja musi być dopasowana indywidualnie do danego punktu, uwzględniając także specyfikę jego lokalizacji. W mniejszych punktach szczególny nacisk kładziemy na maksymalne wykorzystanie dostępnej powierzchni – stosujemy regały o optymalnej głębokości, a strefy kasowe projektowane są tak, by nie blokować swobodnego ruchu klientów. W większych salonikach wprowadzamy dodatkowe strefy tematyczne – mówi **Małgorzata Czajewicz**, Menadżer ds. Inwestycji w Pion Saloników Prasowych Kolportera. – Zależy nam, by przestrzeń była czytelna dla klienta i sprzyjała wygodnym zakupom. Przy projektowaniu zwracamy uwagę na to, by nawet w najmniejszych punktach zachować poczucie przestronności. Odpowiednie rozmieszczenie regałów i ekspozytorów to klucz do optymalnego wykorzystania dostępnej powierzchni – dodaje Małgorzata Czajewicz.

**Zmiany, które doceniają klienci**

Zmiany w salonikach to odpowiedź na rosnące oczekiwania klientów i dynamiczny rozwój rynku. Dziś kupujący oczekują nie tylko bogatej oferty, ale też wygody, estetyki i szybkiego dostępu do produktów. Nowoczesne wnętrza saloników i specjalne oświetlenie LED budują pozytywną atmosferę. Przemyślana organizacja przestrzeni i wydzielenie stref produktowych, nie tylko poprawia estetykę wnętrza, ale też zwiększa komfort i wygodę zakupów – klient od razu widzi, gdzie znajduje się interesująca go oferta. Zakupy w salonikach Kolportera stały się wygodniejsze i bardziej intuicyjne niż kiedykolwiek.

– Kilka lat temu wprowadziliśmy pierwsze strefy produktowe, dzięki którym każdy z artykułów na regale zyskał swoje optymalne miejsce w przestrzeni saloniku. Zmiany zostały bardzo dobrze przyjęte przez naszych klientów, którzy docenili ułatwienie i skrócenie czasu poszukiwań potrzebnego produktu. Obecnie każda ze stref, a mamy ich już dwadzieścia trzy, ma swój dedykowany regał, gablotę lub ekspozytor. Tworzymy specjalne planogramy, dzięki którym układ eksponowanych tytułów prasowych, artykułów tytoniowych, spożywczych czy przemysłowych w salonikach jest taki sam. Dokonane zmiany wpłynęły nie tylko na zadowolenie klientów, ale także na zwiększenie sprzedaży – mówi **Alina Cieśla**, Kierownik Zespołu Produktów Tytoniowych i Przemysłowych w Pionie Handlowym Kolportera.

**Nowe otwarcia i dalsze plany**

W pierwszym półroczu 2025 roku otwarto 7 nowych saloników, zaprojektowanych od podstaw w nowej koncepcji aranżacyjnej. Równolegle 20 istniejących punktów przeszło modernizację, zyskując odświeżony układ wnętrza, nowoczesne ekspozytory oraz wyraźnie wydzielone strefy produktowe.

– To był dla nas czas wytężonej pracy. Otworzyliśmy siedem punktów i zmodernizowaliśmy dwadzieścia już funkcjonujących. Na mapie saloników pojawiły się nowe lokalizacje w: Gorzowie Wielkopolskim (CH Kupiec Gorzowski, ul. Witosa 50), Koronowie (Stara Rzeźnia), Nowej Sarzynie (1 Maja 17), Sztumie (ul. Lipowa 3), Tarnowie (ul. Krakowska 33), Warszawie (ul. Szpotańskiego 10) i Wejherowie (CH Kaszuby, ul. Brygady Pancernej Wojska Polskiego 28). Natomiast remodelingiem zostały objęte saloniki w następujących miejscowościach: Brodnica (Galeria Brodnica, ul. Mostowa 2-4), Częstochowa (Dworzec PKP, al. Wolności 21), Katowice, Galeria Katowicka, Pl. Szewczyka, Krynki (Lewiatan, ul. Ostrowiecka 10A), Lipsko (Lewiatan, Rynek 30), Łęczna (Stokrotka, ul. Wierzbowa 7), Małogoszcz (Lewiatan, ul. Osiedle), Nowy Sącz (Auchan, ul. Gorzkowska 32), Opole (Opolanin, Pl. Teatralny 13), Ostrowiec Świętokrzyski (ul. Waryńskiego 32), Poniatowa (ul. Brzozowa 5), Rybnik (Focus Mall, Chrobrego 1) Sosnowiec (ul. Bolesława Prusa 53), Starachowice (Carrefour, ul. Bankowa 1), Stare Miasto (CH Ferio, ul. Ogrodowa 31a/35), Tarnów (CH Max Tarnów, ul. Szkotnik 1), Toruń (ul. Lelewela 33), Wrocław (Sky Tower, ul. Powstańców Śląskich 73-95), Zabrze (CH Platan, Plac Teatralny 12), Zielona Góra (Carrefour, ul Dąbrówki 5) – wymienia **Małgorzata Czajewicz**.

Na najbliższe miesiące zaplanowano kolejne etapy modernizacji, obejmujące zarówno przebudowę kolejnych lokalizacji, jak i wprowadzanie nowych rozwiązań ekspozycyjnych, które jeszcze lepiej odpowiadać będą na potrzeby klientów.

– Produkty oferowane na dedykowanych ekspozytorach i w strefach produktowych cały czas są analizowane pod względem zainteresowania klientów i ich zbytu. Jeśli sprzedaż jakiegoś produktu, pomimo promocji, spada, na jego miejsce wprowadzamy nowy. W ostatnim czasie wprowadziliśmy do saloników ekspozytory z brelokami, perfumami, produktami dla zwierząt, a także gadżetami dla panów. Testujemy także inne produkty, których dotychczas nie mieliśmy w ofercie – zdradza **Alina Cieśla**.

– W drugiej połowie roku proces odświeżenia saloników i zoptymalizowania oferty będzie kontynuowany w sposób konsekwentny, tak aby każdy punkt – niezależnie od wielkości i lokalizacji – oferował ten sam wysoki standard, nowoczesny wygląd, i maksymalny komfort zakupów – dodaje Małgorzata Czajewicz.