**Nowa karta podarunkowa w ofercie Kolportera**

**Do oferty saloników Kolportera wprowadzono nowość – kartę podarunkową Kinguin. Umożliwia ona dostęp do ponad 200 000 unikalnych produktów i usług cyfrowych. Kartę można kupić w całej sieci.**

Kinguin to globalna platforma e-commerce służąca do sprzedaży produktów cyfrowych, od oprogramowania, przez usługi komputerowe, po gry wideo. W serwisie można kupić lub sprzedać gry w formie cyfrowej, które mogą zostać aktywowane na popularnych platformach gamingowych, takich jak min. PlayStation, XBOX, Steam, Origin, GOG, czy Uplay. Na platformie Kinguin.net znajdziemy również dodatki do gier, doładowania (np. PSN) czy karty podarunkowe.

Platforma Kinguin powstała w Polsce w 2013 roku. Swoim zasięgiem obejmuje obecnie ponad 250 krajów, w tym USA czy Wielką Brytanię i posiada ponad 16 milionów zarejestrowanych użytkowników. Klienci mogą nabyć produkty cyfrowe w konkurencyjnych cenach od sprzedawców z całego świata, a transakcje są realizowane bezpiecznie i szybko. Świadczy o tym chociażby ponad 180 dostępnych metod płatności od PayPal, przez karty płatnicze, kończąc na kryptowalutach. W razie jakichkolwiek kłopotów dostępny jest Kinguin Support, działający 24/7.

– Rynek produktów cyfrowych, a w szczególności gamingowych, cały czas ewoluuje. Wprowadzane są nowe produkty, które mają odpowiedzieć na potrzeby coraz liczniejszej grupy graczy. Na bieżąco analizujemy trendy, przyglądamy się nowościom na rynku, a te, które według nas mają największy potencjał, staramy się wprowadzić do sprzedaży w naszej sieci saloników Kolportera – mówi Dariusz Sandecki, starszy specjalista ds. produktu w Pionie Handlowym Kolportera. – We wrześniu wprowadziliśmy do saloników karty podarunkowe Kinguin. Dostępne są w czterech nominałach: 25, 50, 100 i 200 złotych – dodaje D.Sandecki.

W sieci Kolportera można nabyć doładowania do gier i platform gamingowych, karty podarunkowe, a także karty przedpłacone, z których gracze chętnie korzystają w sieci.

– Produkty te cieszą się coraz większą popularnością klientów saloników. Z naszych spostrzeżeń wynika, że najczęściej kupują je osoby młode, które są użytkownikami platform z grami, ale także ich rodzice i dziadkowie, którzy kupują je na prezent dla młodego gracza – dodaje D. Sandecki.