**Po nagrody do saloniku**

**Ponad 700 tysięcy nagród zostało wydanych w salonikach prasowych Kolportera w 2017 r. w ramach różnego rodzaju akcji promocyjnych.**

Wydawanie nagród w sieci własnych punktów sprzedaży to tzw. usługa redempcji. W 2017 r. z tej oferty korzystali m.in.: Winiary, Kamis, Ferrero, Play, Plus.

– [Redempcja](http://redempcja.kolporter.com.pl/) cieszy się sporym zainteresowaniem dostawców i producentów – w 2017 r., w porównaniu do 2016 r., wydaliśmy o ok. 100 tysięcy więcej nagród. Ta forma wsparcia akcji i konkursów pozwala przede wszystkim na znaczne ograniczenie kosztów logistycznych. Cały proces dystrybucji nagród bierzemy na siebie, a z uwagi na skalę naszej sieci jesteśmy w stanie realizować nawet największe programy promocyjne – mówi Robert Szczepaniak, dyrektor marketingu Kolportera. Jako przykład akcji cieszącej się dużym zainteresowaniem klientów podaje kampanie Winiar – osoby, które kupiły wskazane produkty za kwotę minimum 10 zł miały możliwość odebrać w saloniku nagrodę w postaci ozdobnej deski do krojenia.

– Nasz system informatyczny pozwala nam na realizację również bardziej skomplikowanych akcji, związanych np. z realizację kodów, czy łączących kilka etapów zdobywania nagród. W 2017 r. już po raz drugi organizowaliśmy akcję, w której klient za zakup trzech wybranych napojów PepsiCo otrzymywał drukowany przez nas unikalny kod, uprawniający do odebrania biletu wstępu do jednego z JuraParków. Wydaliśmy ponad 16 tysięcy tego typu kodów, o ok. tysiąc więcej niż w poprzednim roku – dodaje Robert Szczepaniak.

Równolegle z ofertą wydawania nagród Kolporter realizuje także dla dostawców i producentów [programy samplingowe](http://sampling.kolporter.com.pl/), polegające na dystrybucji materiałów reklamowych lub próbek towarów klientom.