**Rośnie sprzedaż gier w salonikach Kolportera**

**O ponad 60 proc. – w porównaniu do 2016 r. – wzrosła w salonikach Kolportera w 2017 r. sprzedaż produktów gamingowych. To m.in. doładowania do platform Steam i Origin, doładowania do konsol, karty Google Play oraz różnego rodzaju gry.**

Wprowadzanie do oferty saloników produktów dla graczy Kolporter rozpoczął w 2015 r. Jak twierdzą przedstawiciele spółki ta zupełnie nowa kategoria produktów okazał się na tyle rozwojowa, że Kolporter zdecydował się poszerzać ofertę gier i produktów gamingowych.

– Ubiegły rok był dla nas znaczący jeśli chodzi o rozwój oferty gamingowej. W naszych salonikach pojawiły się m.in. doładowania do najpopularniejszych platform z grami – Steam i Origin, które bardzo szybko stały się jednymi z najchętniej kupowanych produktów w tej kategorii. Wprowadziliśmy także nowe rozwiązania, wspierające sprzedaż – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera. – Gaming to kategoria bardzo zróżnicowana i wymagająca określonej, zupełnie nowej wiedzy sprzedażowej. To zarówno produkty fizyczne, jak i elektroniczne, gry, ale także doładowania do konkretnych gier, doładowania do specjalnych platform z grami, dodatkowe bonusy do gier, specjalne narzędzia płatnicze dla graczy itp., itd. Dlatego też w 2017 r. przygotowaliśmy dla naszych ajentów cykl specjalnych szkoleń, dzięki którym mogli lepiej poznać te produkty, a w efekcie jeszcze skuteczniej je sprzedawać.

Aktualnie – oprócz doładowań do platform Steam i Origin – miłośnicy gier mogą kupować w salonikach Kolportera również m.in. doładowania do Battle.net – platformy do gry wieloosobowej firmy Blizzard Entertainment, doładowania do gier „Counter Strike GO”, „League of Legends”, „World of Tanks” oraz doładowania do konsol Xbox, Playstation i Nintendo.

– W tym roku chcemy jeszcze poszerzyć portfolio produktów gamingowych. Na pewno będziemy uważnie obserwowali rynek, tak aby jak najszybciej wprowadzać te towary, które będą poszukiwane przez miłośników gier. Zakładamy, że najnowsza kategoria, jaką jest w naszej ofercie gaming, w bardzo krótkiej perspektywie może stać się jedną z wiodących grup produktowych – mówi Dariusz Materek.