**Wydawcy promowali**

**W pierwszych trzech kwartałach br. wydawcy zorganizowali ponad 600 różnego rodzaju akcji promocyjnych w punktach sprzedaży, do których prasę dostarcza Kolporter.**

Wydawcy od lat korzystają z nośników promocyjnych, którymi dysponuje Kolporter. Ich wykorzystanie pozwala na podniesienie sprzedaży promowanego tytułu nawet o kilkanaście procent. Od stycznia do września br. w salonach prasowych, supermarketach, sieciach handlowych i na stacjach paliw, obsługiwanych przez Kolportera, promowano m.in. kolekcje „UEFA Euro 2020”, „Super Zings”, „Panini FIFA 365 Adrenalyn XL 2021”, „Moji Pops” oraz kalendarze.

– W sierpniu i we wrześniu dostarczyliśmy do punktów, z którymi współpracujemy w sumie kilka tysięcy nowych standów, wykorzystywanych m.in. w promocji kolekcji „Super Zings 5”, reedycji „Moji Pops Party” oraz kalendarzy Kalpol.Bis – mówi Sylwia Pniewska, doradca ds. promocji w Pionie Administracji Wydawnictw Kolportera. – Wspólnie z siecią Auchan przeprowadziliśmy także trzy akcje wyprzedażowe – kampania polegała na ekspozycji w strefie promocyjnej wybranych przez wydawcę pozycji w wyjątkowo atrakcyjnych cenach. Dodatkowo akcje były wspierane reklamą w gazetce Auchan. Z kolei w sieci saloników Kolportera rozdawaliśmy bezpłatne saszetki z produktami promującymi serie „Super Zings 4” i „Moji Pops Party” oraz bezpłatny katalog „Posnania” – dodaje.

– W okresie pandemii zdecydowana większość punktów, do których dostarczamy prasę funkcjonowała normalnie. Dlatego mogliśmy prowadzić również rożnego rodzaju działania promocyjne, które – co najważniejsze – okazywały się skuteczne. Klienci nadal szukali ulubionych czasopism, kolekcji czy produktów dla dzieci – mówi Dariusz Materek, rzecznik prasowy Kolportera. – Wypracowane przez nas systemy promocji, z wykorzystaniem specjalnych nośników pozwalają przede wszystkim na lepszą ekspozycję wybranych tytułów, które dzięki temu przykuwają uwagę klientów. W przypadku prasy promocja w punkcie sprzedaży jest bardzo efektywna.

Kolporter dysponuje obecnie ponad dwudziestoma rodzajami stałych nośników, wykorzystywanych do promocji czasopism, gazet, wydań specjalnych i kolekcjonerskich, książek, produktów wydawniczych itp. Dodatkowo przygotowuje nośniki dedykowane – dla konkretnego produktu lub wybranej sieci sprzedaży.