**Akcja Winiar ponownie w salonikach Kolportera**

**W sieci saloników Kolportera rozpoczęła się akcja samplingowa „WINIARY Pasta z pomysłem na…”. To już kolejna akcja, w której rozdawane są smakowite saszetki.**

Do 31 maja br. lub do wyczerpania zapasów w 350 salonikach Kolportera wydawane będą saszetki „WINIARY Pasta z pomysłem na…” pełne przypraw i komponentów do stworzenia wyjątkowej potrawy. Aby otrzymać saszetkę, wystarczy kupić jeden z wybranych tytułów prasowych objętych promocją.

– To kolejna akcja, w której w naszych salonikach wydawane są saszetki „WINIARY Pasta z pomysłem na…”. Pierwszą organizowaliśmy tuż przed świętami Bożego Narodzenia w 2020 roku. Klienci, którzy kupili jeden z wybranych tytułów, otrzymywali sampla w postaci saszetki. Wówczas wydaliśmy 150 000 saszetek, a akcja trwała do 31 stycznia 2021 b.r. Akcja została bardzo miło przyjęta przez naszych klientów. Większość była nią zainteresowana i cieszyła się, że może spróbować nowy produkt marki WINIARY – mówi Aleksandra Patek, koordynator ds. Promocji i Sprzedaży Działu Marketingu Kolportera.

Przypomnijmy, że w ubiegłych latach w sieci saloników kilkukrotnie przeprowadzane były programy konsumenckie, w których do odebrania były np. deski do krojenia czy fartuchy przydatne podczas gotowania.

Rozdawanie próbek produktów, nagród w konkursach czy wydawnictw promocyjnych, czyli tzw. akcje samplingowe, to jedna ze skuteczniejszych form promocji.

– Cieszymy się, że pomimo trwającej pandemii producenci, dostawcy i agencje reklamowe nie zaprzestają w organizacji akcji reklamowych. Mamy świadomość tego, że dzięki skali, dostępności i przede wszystkim lokalizacji naszych punktów jesteśmy w stanie przeprowadzić każdą akcję. Naszym atutem jest także system informatyczny, który pozwala powiązać wydanie określonego gadżetu z konkretnym zakupem. Akcje możemy realizować zarówno na terenie całej Polski, jak i w wybranych regionach, a nawet lokalnie w miastach. Dobrze przygotowana akcja samplingowa to bardzo efektywne narzędzie zwiększające sprzedaż, a także znajomość marki czy produktu, dlatego polecamy ją każdemu, kto wprowadza nowy produkt na rynek lub chce o jakimś przypomnieć klientom – dodaje A. Patek.