**Promocje w salonikach Kolportera**

**Akcje samplingowe i programy konsumenckie to usługi najchętniej wybierane z oferty promocyjnej Kolportera przez wydawców, producentów, dostawców i agencje reklamowe. Obecnie w sieci saloników Kolportera trwają dwie promocje – dla marek Monnari i Grześki.**

Dzień Kobiet był pierwszym dniem akcji samplingowej skierowanej do pań, a organizowanej w salonikach Kolportera dla marki odzieżowej Monnari. W ramach promocji klientki kupujące wybrane tytuły kobiece otrzymują katalog Monnari.

– W akcji, trwającej do końca marca, bierze udział 250 saloników należących do naszej sieci. Łącznie do wydania mamy 50 tysięcy katalogów – mówi Aleksandra Łanocha, starszy specjalista ds. marketingu w Kolporterze. – To już druga akcja organizowana wspólnie z Monnari. Pierwszą przeprowadzaliśmy w salonikach Kolportera we wrześniu 2018 roku.

Przykładem programu konsumenckiego (redempcji, buy & get) jest promocja „Milion Grześków do wygrania”. Trwająca od 1 lutego akcja polega na wydawaniu wafelków „Grześki” wszystkim klientom, którzy we wnętrzu promocyjnego opakowania wcześniej kupionego wafelka znaleźli napis „WYGRAŁEŚ Grześki kakaowe 36g”. Promocją objęta jest cała sieć saloników Kolportera, a akcja trwa do 30 kwietnia br.

– Tego typu akcje samplingowe i programy konsumenckie, w których wydawane są nagrody, cieszą się coraz większą popularnością. Producenci, dostawcy i agencje reklamowe kładą coraz większy nacisk na szczegóły akcji. Zależy im na współpracy z partnerami, którzy mają możliwość precyzyjnego dotarcia do klientów, stałego monitorowania przebiegu akcji, bieżącego pomiaru skuteczności, a także wprowadzaniu zmian w trakcie trwania promocji. Te wszystkie elementy znajdują się w naszej ofercie. W samym 2018 roku nasza sieć wykorzystana była w ponad 30 tego typu akcjach, a obecnie przygotowujemy się do kolejnych, które będziemy organizować w najbliższych miesiącach – zdradza A. Łanocha.