**Kolporter rozwija możliwości promocji w swojej sieci**

**400 różnego rodzaju akcji promocyjnych, zostało przeprowadzonych w ubiegłym roku w należącej do Kolportera sieci saloników prasowych i salonów Top-Press. Ponad 50 z nich odbyło się z wykorzystaniem specjalnych, zaprojektowanych przez firmę ekspozytorów.**

- Nasze ekspozytory w istotny sposób wpływają na zwiększenie sprzedaży promowanych na nich produktów, nawet o ponad 100 proc. w ciągu miesiąca. Właśnie nimi najbardziej są zainteresowani producenci i marki, z którymi współpracujemy, między innymi: Pepsi, Orange, Wrigley, Polkomtel, Gillette czy koncerny tytoniowe – mówi Piotr Lech, menadżer ds. promocji w Biurze Handlowym Kolportera.

Kolporter do promocji oferowanych w swoich sieciach handlowych słodyczy, zabawek, napojów energetycznych, kosmetyków czy suplementów diety wykorzystuje cztery autorskie ekspozytory. W kwietniu br. w salonikach pojawi się jeszcze jeden, który będzie montowany na regałach z prasą. Składa się z trzech półek, dzięki czemu może być wykorzystywany w promocjach cenowych „2+1” (trzy towary w cenie dwóch), „1+1” (dwa towary w cenie jednego), a także w akcji „Oferta Miesiąca”. Nowy ekspozytor pojawi się w sieci handlowej firmy jeszcze w kwietniu br.

Kolporter jest największym dystrybutorem prasy i jednym z największych dystrybutorów towarów FMCG w naszym kraju. Oferuje kompleksową obsługę punktów handlowych i sieci sprzedaży oraz świadczy usługi logistyczne i reklamowe. Spółka zbudowała największą w Polsce, zlokalizowaną w sklepach detalicznych, sieć terminali do sprzedaży doładowań prepaid. Terminale realizują również płatności i usługi elektroniczne. Kolporter jest właścicielem saloników prasowych i salonów Top-Press, rozwija także sieć franczyzową Traf Press.

Biuro Prasowe Kolportera