

Obecná charakteristika produktu

Název:	Horalky
Výrobce:	I.D.C. Holding, a.s. , o.z. Pečivárne Sereď
Dovozce:	I.D.C. Praha a.s.
Cena:	cca 4,20 – 6,50 Kč



Složení:

- pšeničná mouka,
- rostlinný ztužený tuk,
- cukr,
- kakaový prášek,
- sušená syrovátka,
- pražené arašídy,
- sušené mléko,
- sojová mouka,
- sušený žloutek,
- kypřicí látky.

Energetická hodnota:

2180kJ/100g

Účel produktu

Zasytit, uspokojit potřebu a chuť jíst sladké, může být vyšší spotřeba při stresu a depresích, člověku může psychicky pomoci.

Další produkty v produktové řadě

Tatranky

Po obvodu máčené oplatky v kakaové polevě s čokoládovou náplní 50g.



Bombi

Perník máčený, plněný marmeládou se švetkovou příchutí 45g.



Tatranky

Po obvodu máčené oplatky v kakaové polevě s lískooříškovou náplní 50g



Polomáčené sušenky

Sušenky polomáčené v čokoládě 100g



Kávenky

 Oplatkové řezy s kávovou krémovou náplní 50g
**Mila**

 Polomáčené oplatky v kakaové polevě s mléčnou náplní 50g
**Kakaové řezy**

 Oplatkové řezy s kakaovou krémovou náplní 50g
**Vesna**

 Oplatkové řezy s mléčnou náplní se smetanovo-vanilkovou příchutí 50g
**Andante**

 Oplatkové řezy s mandlovo-nugátovou náplní 140g
**Mäta**

 Celomáčené oplatky v kakaové polevě s pepermintovou příchutí 50g


Vybrané substituty

Tatranky

 Po obvodu v čokoládě máčené oplatky s oříškovou náplní.
**Fidorka**

 Celomáčené oplatky s ořechovou náplní, typické svým kruhovým tvarem.
**Horalky**

 Oplatky s krémovou náplní, polomáčené v čokoládě.


Zlaté oplatky

Tři vrstvy oplatek prokládané náplní, v příchutích: lískooříšková, nugátová, vanilková, kokosová, vlašský ořech.



Miňonky

5 malých kousků oplatek s kakaovou, smetanovou a oříškovou náplní. Každý kousek je obalen v čokoládě.



Disko

kombinace dvou sušenek, které spojuje krémová náplň, příchutě: čokoládové, lískooříškové, kakaové sušenky s čokoládovou náplní, vanilkové, kokosové a mléčněkrémové.



Ostatní produkty v produktové řadě a výrobky konkurence, kterou je například firma Opavia, se liší:

- chutí,
- složením,
- cenou,
- tvarem,
- obalem,
- hmotností.

V porovnání s přímým substitutem Horalkami Opavia, je největší rozdíl v hmotnosti, chuti a samozřejmě v obalu.

Typ uspokojované potřeby a způsob jejího uspokojení

Zasytit, uspokojit potřebu jíst sladké, fyziologická potřeba - jíst. Při poklesu hladiny cukru v krvi se může dostavit chuť na sladké.

Možnosti rozšíření výrobku

Výrobek lze rozšířit změnou obalu, změnou hmotnosti nebo tvaru, příchutí, různé druhy plev.

Fáze životního cyklu

Výrobek se začal vyrábět v roce 1956 a v dnešní době je již v etapě zralosti produktu.

Propagace

Firma IDC investuje do propagace mnohem méně finančních prostředků než její největší konkurence česká Opavia. Obě tyto firmy mohou používat názvu Horalky, to je zapříčiněno rozdělením tehdejšího Československa, ale na rozdíl od Opavie má IDC právo užívat původní obal, který je díky dlouhé tradici již od 50. let 20. století velice dobře znám.

Sice podle průzkumů prý spotřebitelé nerozlišují mezi horalkami Sedity a Opavie, tak se firma IDC v České republice částečně tzv. „sveze“ s propagační kampaní firmy Opavia. Ale i tak sama vynakládá nemalé finanční částky do propagace.

V dnešní době kdy už skoro každá firma má své internetové stránky, protože platí nemít internetové stránky je jako nebýt vůbec, protože internetové stránky jsou jedním ze základních prvků propagace, tak i Sedita má své stránky na adrese **www.sedita.sk** a **www.sedita.cz**. Stránky jsou pěkně zpracované a přehledné, kde může každý najít základní informace o výrobcu, jako je kontakt a historie firmy, ale také hlavně informace o všech produktech. Všechny produkty jsou rozděleny přehledně do kategorií a u každého produktu je stručný popis a vyobrazení obalu.

Dále se dají na stránkách najít **informace o právě probíhajících soutěžích**, převážně typu zašlete několik obalů z jakéhokoli výrobku sedita a můžete vyhrát.

Mezi další důležité prvky propagace patří i **obal** a jak už bylo řečeno slovenský výrobce má na rozdíl od Opavie oprávnění používat starý pro horalku typický obal, ale i ten prošel řadou drobných úprav. Obal je to první co spotřebitel vidí při koupi a mnoho lidí nakupuje produkty i podle toho jak se jim líbí obal, tak by měl být zajímavý a přitažlivý.

Propagaci výrobku také pomáhá i propagace jednotlivých prodejců, kteří tento produkt nabízejí ve svých reklamních letáčích a různých akcích.



Způsob distribuce

Tento produkt je většinou distribuován **nepřímou dvouúrovňovou distribuční cestou**.

výrobce → velkoobchod → prodejce → zákazník

Garance, záruky

Výrobce je garantována při vhodném skladování nezávadnost výrobku **do data spotřeby**.

Umístění na trhu, způsob prodeje

Výrobek je k dostání téměř ve všech obchodech s potravinami, většinou je tento výrobek vystaven v regálech mezi sladkostmi, v bufetech, v supermarketech, kde je možnost koupit i celé kartony, v prodejních automatech.