



## TACC เสริฟเครื่องดื่มใหม่ในเซเว่นฯ “ส้มเสาวรสโยเกิร์ต-ชาส้มเสาวรส-ส้มเสาวรสโซดา” พร้อม “อโลเวร่า ท็อปปิ้ง” เจาะสายเฮลท์ตี้

**TACC ส่งเครื่องดื่มใหม่ ฟูพรมวางขายในโกกอดเซเว่นฯทุกสาขา “ส้มเสาวรสโยเกิร์ต-ชาส้มเสาวรส-ส้มเสาวรสโซดา” 25 มิ.ย.-31 ก.ค. และ “อโลเวร่า ท็อปปิ้ง” เจาะใจผู้บริโภคสายเฮลท์ตี้ มีกบอส “ชัชชวี วัฒนสุข” มั่นใจช่วยกระตุ้นยอดขาย ในช่วงครึ่งปีหลังโตแกร่ง**

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯยังคงมุ่งมั่นพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ๆ วางขายในร้านอิมเมจคอก เซเว่น อีเลฟเว่น (7-11) อย่างต่อเนื่อง เพื่อกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่มในโกกอดเซเว่นฯ โดยระหว่างวันที่ 25 มิ.ย.-31 ก.ค.2563 บริษัทฯได้เปิดตัวสินค้าใหม่คือ เครื่องดื่มส้มเขียวหวาน ผสมเสาวรส ซึ่งมีวิตามินซีที่มีส่วนช่วยในการทำหน้าที่ตามปกติของระบบภูมิคุ้มกัน ช่วยให้หลอดเลือดแข็งแรง ประกอบด้วย เครื่องดื่มส้มเสาวรสพร้อมโยเกิร์ตธรรมชาติ (Orange Passion Yogurt Frappe) รสชาติเปรี้ยวอมหวาน อร่อย สดชื่น พร้อมทั้งมีส่วนผสมของโยเกิร์ต ซึ่งมีประโยชน์ต่อสุขภาพ

ชาส้มเสาวรสเย็น (Orange Passion Tea) เป็นการผสมผสานอย่างลงตัวระหว่างรสชาติเปรี้ยวอมหวานของส้มเสาวรส กับความหอมอันเป็นเอกลักษณ์ของใบชาดำขงสด ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีความสดชื่น เหมาะกับอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย และส้มเสาวรสโซดาเย็น (Orange Passion Soda) เมนูเพิ่มความสดชื่นให้กับอากาศร้อนชื้นของประเทศไทย ด้วยรสชาติเปรี้ยวอมหวานของส้มเสาวรส ร่วมกับความซ่าของโซดา สามารถดับกระหายคลายร้อนได้เป็นอย่างดี

นอกจากนี้ ในวันที่ 4 มิ.ย.-31 ก.ค.2563 ยังได้เปิดตัว “อโลเวร่า ท็อปปิ้ง” ซึ่งถือเป็นท็อปปิ้งเพื่อสุขภาพ เนื่องจาก อโลเวร่าทำมาจากงุ่นของวานหางจระเข้ ซึ่งเป็นสมุนไพรที่มีส่วนช่วยในการย่อยอาหาร รวมทั้งช่วยทำความสะอาดลำไส้ใหญ่ เสมือนเป็นการดีท็อกซ์ล้างสารพิษที่อยู่ภายในร่างกายให้หมดไป แถมยังอุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ อุดมไปด้วยวิตามิน แร่ธาตุ กรดอะมิโนหลากหลายชนิด รวมทั้งสารอาหารชนิดต่างๆ ที่มีความจำเป็นต่อร่างกาย อีกทั้งยังให้ประโยชน์ในหลายด้าน เช่น วิตามินเอ วิตามินบี 1 วิตามินบี 2 วิตามินบี 3 วิตามินบี 6 วิตามินบี 9 วิตามินบี 12 วิตามินซี วิตามินอีและโคลีน

“มั่นใจว่าสินค้าใหม่ที่เราเปิดตัวจะได้รับการตอบรับอย่างดีเยี่ยมจากผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคสายเฮลท์ตี้ ซึ่งฝ่ายพัฒนาสินค้าของบริษัทฯ ได้คิดค้นสูตรขึ้นมา ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้อย่างลงตัว”นายชัชชวี กล่าวในที่สุด