

(<https://www.facebook.com/Corehoon-1013053228752931>)

(<https://twitter.com/ipipatn>)

(https://www.youtube.com/results?search_query=corehoon)

(<http://line.me/ti/p/~corehoon>)



ค้นหา

ค้นหา...

ค้นหา

หน้าแรก (/index.php) ▶ SET (/index.php/set.html?view=featured) ▶ TACC ต้อนรับลมหนาว-เสิร์ฟสินค้าใหม่ 'เครื่องดื่มชาโฮจิมะ' ทางเลือกผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่น
คั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มันใจกระแสดอกรับดี กระตุ้นยอดขาย หนุนผลงานปีนี้โตเข้าเป้า

หมวดหมู่: บริษัทจดทะเบียน (/index.php/set/category/26.html)



TACC ต้อนรับลมหนาว-เสิร์ฟสินค้าใหม่ 'เครื่องดื่มชาโฮจิมะ' ทางเลือกผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มันใจกระแสดอกรับดี กระตุ้นยอดขาย หนุนผลงานปีนี้โตเข้าเป้า

บมจ.ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ (TACC) ต้อนรับลมหนาวปลายปี เปิดตัวสินค้าใหม่ 'เครื่องดื่มชาโฮจิมะ' ทางเลือกใหม่ผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ หลากหลายรูปแบบทั้งโฮจิมะนมสดร้อน, โฮจิมะนมสดเย็น และโฮจิมะนมสดเจากัวยปั่น พร้อมเสิร์ฟในนม All Café ของร้าน 7-Eleven ตั้งแต่ 29 ต.ค.นี้ ฟาก 'ซัชชวี วัฒนสุข' ประธานกรรมการบริหาร มันใจผลตอบรับดี ช่วยผลักดันยอดขายเครื่องดื่มให้คึกคักสนับสนุนผลงานปี 63 เดิมโตตามเป้าหมาย

นายซัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแบบใหม่ๆ เพื่อเสิร์ฟให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดพร้อมออกสินค้าใหม่เป็นเครื่องดื่มชาโฮจิมะ ทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ โดยจะเสิร์ฟในนม All Café ของร้าน 7-Eleven ตั้งแต่ 29 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป

สำหรับรูปแบบของเครื่องดื่มโฮจิมะลาเต้ร้อน เหมาะกับผู้ชื่นชอบดื่มชาร้อน หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด ขณะที่เครื่องดื่มโฮจิมะลาเต้เย็น หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด เมื่อเพิ่ม topping เป็นนูก brown sugar ยิ่งเสริมความอร่อยให้กับเมนูได้มากขึ้น และตอบโจทย์กระแส "ชานมไข่มุก" ได้มากขึ้น รวมทั้งมีเครื่องดื่มโฮจิมะปั่น ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ชื่นชอบเมนูปั่นพร้อมหอมกลิ่นคั่วชา เป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องดื่ม concept จากญี่ปุ่น และ ความหนุบหนับของเจากัวย ขนมหวานโปรตของคนไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบ

ทั้งนี้ เครื่องดื่มชาโฮจิมะของ All Café มีจุดเด่นที่การเบลนด์สัดส่วนของชา 3 ชนิด คือ Yabukita Tea, ชาอุหลง และ ชาอัสสัม ได้อย่างเหมาะสม และการเลือกระดับการคั่วชาที่ให้ profile กลิ่นรสที่ดี ซึ่งการเบลนด์ชาต่างสายพันธุ์ในสัดส่วนที่พอเหมาะทำให้เครื่องดื่มมีกลิ่นและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มีกลิ่นหอม และรสฝาดชาที่พอดี ทำให้กลมกล่อมมีมิติ เพิ่มความน่าสนใจ น่าค้นหา และตอบโจทย์เรื่องรสชาติกับลูกค้าในวงกว้าง



“การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ถือเป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับรสชาติเครื่องดื่มที่ตรงใจหลายๆ คน ซึ่งบริษัทฯมั่นใจว่าเครื่องดื่มชาโฮจิชะ น่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่ม และผลักดันผลงานในปีให้เติบโตได้ต่อเนื่อง” นายชัชชวี กล่าว





ประธานกรรมการบริหาร กล่าวอีกว่า ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ บริษัทฯยังคงดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

A10738



(<http://www.facebook.com/Corehoon-Power-Time-1013053228752931/>)

1013053228752931/)



http://www.newsdatatoday.com/images/Banner1/Corehohon_Line.jpg


<http://www.facebook.com/Corehoon-Power-Time-1013053228752931/>

กด Like - Share เพจ Corehoon-Power Time เพื่อติดตามเคล็ดลับ ข่าวสาร เทรนด์ และบทวิเคราะห์ดีๆ อัพเดททุกวัน คัดสรรมา

เพื่อท่านนักลงทุนโดยเฉพาะ (<http://www.facebook.com/Corehoon-Power-Time-1013053228752931/>)
Click Donate Support Web (<http://www.facebook.com/Corehoon-Power-Time-1013053228752931/>)
<http://www.fbs.co.th/?ppu=16718169>