

# TACC เปิดตัวเครื่องตีใหม่ ชาโฮจิจะ รับลมหนาว พร้อมเสิร์ฟในร้าน 7-11 มั่นใจกระตุ้นยอดขายโค้งสุดท้ายของปีนี้

วันที่ 29 ตุลาคม 2563 - 17:58 น.



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องตีแบบใหม่ๆ เพื่อเสิร์ฟให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดพร้อมออกสินค้าใหม่เป็นเครื่องตีชาโฮจิจะ ทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ โดยจะเสิร์ฟในนม All Cafe' ของร้าน 7-Eleven ตั้งแต่ 29 ตุลาคม 2563 เป็นต้นไป

สำหรับรูปแบบของเครื่องตีโฮจิจะลาเต้ร้อน เหมาะกับผู้ชื่นชอบดื่มชาร้อน หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด ขณะที่เครื่องตีโฮจิจะลาเต้เย็น หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด เมื่อเพิ่ม topping เป็นนุก brown sugar ยิ่งเสริมความอร่อยให้กับเมนูได้มากขึ้น และตอบโจทย์กระแส “ชานมไข่มุก” ได้มากขึ้น รวมทั้งมีเครื่องตีโฮจิจะปั่น ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ชื่นชอบเมนูปั่นพร้อมหอมกลิ่นคั่วชา เป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องตี concept จากญี่ปุ่น และความหนึบหนับของเจ้าก๊วย ขนมหวานโปรดของคนไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบ



NEW

# โฮจิมะ

HOJICHA

สัมผัสความหอมจากใบชาคั่วชั้นดี  
สายพันธุ์จากญี่ปุ่น



Iced Hojicha Latte 16 oz.  
โฮจิมะนมสดเย็น 35.-



Hot Hojicha Latte 8 oz.  
โฮจิมะนมสดร้อน 30.-



Hojicha Grass Jelly Smoothie 16 oz.  
โฮจิมะนมสดเจลาติน 45.-

Topping



เพิ่มบุค +15 บาท

\*ภาพตกแต่งเพื่อการโฆษณาเท่านั้น/เฉพาะสาขาที่จำหน่าย  
ระยะเวลาติดต่อ 18 มิ.ย. - 31 ธ.ค. 2563



“เครื่องดื่มชาโฮจิจะของ All Cafe’ มีจุดเด่นที่การเบลนด์สัดส่วนของชา 3 ชนิด คือ Yabukita Tea, ชาอุหลง และ ชาอัสสัม ได้อย่างเหมาะสม และการเลือกระดับการคั่วชาที่ให้ profile กลิ่นรสที่ดี ซึ่งการเบลนด์ชาต่างสายพันธุ์ในสัดส่วนที่พอเหมาะทำให้เครื่องดื่มมีกลิ่นและรสชาเป็นเอกลักษณ์ มีกลิ่นหอมและรสฝาดชาที่พอดี ทำให้กลมกล่อมมีมิติ เพิ่มความน่าสนใจ น่าค้นคว้า และตอบโจทย์เรื่องรสชาติกับลูกค้าในวงกว้าง” นายชัชชวี กล่าว

นายชัชชวี กล่าวว่า การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ถือเป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับรสชาติเครื่องดื่มที่ตรงใจหลายๆคน ซึ่งบริษัทฯมั่นใจว่าเครื่องดื่มชาโฮจิจะ น่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่ม และผลักดันผลงานในปีให้เติบโตต่อเนื่อง โดยภาพรวมการดำเนินธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ บริษัทฯยังคงดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

**เกาะติดทุกสถานการณ์จาก  
Line @Matichon ได้ที่นี่**

