



TACC ต้อนรับลมหนาว-เสิร์ฟสินค้าใหม่"เครื่องดื่มชาโฮจิบะ" ทางเลือกผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มั่นใจกระแสตอบรับดี กระตุ้นยอดขาย ขนุนผลงานปีนี้โตเข้าเป้า

มมจ.ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์(TACC) ต้อนรับลมหนาวปลายปี เปิดตัวสินค้าใหม่ "เครื่องดื่มชาโฮจิบะ" ทางเลือกใหม่ผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นคั่วที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ หลากหลายรูปแบบทั้งโฮจิบะนมสดร้อน, โฮจิบะนมสดเย็น และโฮจิบะนมสดเจ้าก๊วยปุ่น พร้อมเสิร์ฟในมุม All Café ของร้าน 7-Eleven ตั้งแต่ 29 ต.ค.นี้ ฟาก "ชัชชวี วัฒนสุข" ประธานกรรมการบริหาร มั่นใจผลตอบรับดี ช่วยผลักดันยอดขายเครื่องดื่มให้คึกคักสนับสนุนผลงานปี 63 เดิมโตตามเป้าหมาย

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

สำหรับรูปแบบของเครื่องดื่มโฮจิบะลาเต้ร้อน เหมาะกับผู้ชื่นชอบดื่มชาร้อน หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด ขณะที่เครื่องดื่มโฮจิบะลาเต้เย็น หอมกลิ่นคั่วชา พร้อมความหอมมันของนมสด เมื่อเพิ่ม topping เป็นนูก brown sugar ยิ่งเสริมความอร่อยให้กับเมนูได้มากขึ้น และตอบโจทย์กระแส "ชานมไข่มุก" ได้มากขึ้น รวมทั้งมีเครื่องดื่มโฮจิบะปั่น ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ชื่นชอบเมนูปั่นพร้อมหอมกลิ่นคั่วชา เป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องดื่ม concept จากญี่ปุ่น และ ความหนึบหนับของเจ้าก๊วยปุ่น ขนุนโปรดของคนไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบ

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

"การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ถือเป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับรสชาติเครื่องดื่มที่ตรงใจหลายๆคน ซึ่งบริษัทฯ มั่นใจว่าเครื่องดื่มชาโฮจิบะ น่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่ม และผลักดันผลงานในปีนี้ให้เติบโตได้ต่อเนื่อง " นายชัชชวี กล่าว

ประธานกรรมการบริหาร กล่าวอีกว่า ภาพรวมการดำเนินงานธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปีนี้ บริษัทฯยังคงดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะสนับสนุนให้ผลการดำเนินงานเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้