

ข่าวหุ้น

Khao Hoon
Circulation: 90,000
Ad Rate: 850

Section: First Section/บริษัทจดทะเบียน

วันที่: ศุกร์ 30 ตุลาคม 2563

ปีที่: 27

ฉบับที่: 6569

หน้า: 8(กลาง)

Col.Inch: 33.76

Ad Value: 28,696

PRValue (x3): 86,088

ศิลปิน: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: TACCเปิดตัวเครื่องดื่มชาโฮจิฉะ ดันยอดขายหนุ่นผลงานปีนี้โต

TACCเปิดตัวเครื่องดื่มชาโฮจิฉะ ดันยอดขายหนุ่นผลงานปีนี้โต

TACC ลั่นครึ่งปีหลังมุ่งเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุน ล่าสุดเปิดตัวสินค้าใหม่ “เครื่องดื่มชาโฮจิฉะ” วางจำหน่ายแล้วที่มุม All CAFÉ ของร้าน 7-Eleven มั่นใจลูกค้าผลตอบรับดี ผลักดันยอดขายเครื่องดื่ม หนุ่นผลงานปี 63 โตตามเป้าหมาย

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า ทิศทางการดำเนินงานในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2563 บริษัทยังคงดำเนินกลยุทธ์การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง เพื่อสนับสนุนให้ภาพรวมผลการดำเนินงานในปี 2563 เติบโตได้ตามเป้าหมาย

โดยบริษัทยังคงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มแบบใหม่ ๆ เพื่อเสิร์ฟให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ล่าสุด ได้ออกสินค้าใหม่เป็นเครื่องดื่มชาโฮจิฉะ ทางเลือกใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบชาเขียวญี่ปุ่นที่มีรสชาติเป็นเอกลักษณ์ พร้อมเสิร์ฟในมุม All CAFÉ ของร้าน 7-Eleven ตั้งแต่วันที่ 29 ต.ค. 2563 เป็นต้นไป



ชัชวี วัฒนสุข

สำหรับรูปแบบของเครื่องดื่ม แบ่งเป็น โฮจิฉะ ลาเต้ร้อน เหมาะกับผู้ที่ชื่นชอบชาร้อน หอมกลิ่นข้าว พร้อมความหอมมันของนมสด และโฮจิฉะลาเต้เย็น หอมกลิ่นข้าว พร้อมความ

หอมมันของนมสด เมื่อเพิ่ม topping เป็นบุก brown sugar ยิ่งเสริมความอร่อยให้กับเมนูได้มากขึ้น และตอบโจทย์กระแส “ชานมไข่มุก” ได้มากขึ้น

ขณะเดียวกัน ยังมีเครื่องดื่มโฮจิฉะปั่น ตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ชื่นชอบเมนูปั่น เป็นการผสมผสานระหว่างเครื่องดื่ม concept จากญี่ปุ่น และความหนุบหนับของเจ๊าก้วย ชนมหวานโปรดของคนไทยได้อย่างสมบูรณ์แบบ สำหรับเครื่องดื่มชาโฮจิฉะของ All CAFÉ มีจุดเด่นที่การเบลนด์สัดส่วนของชา 3 ชนิด คือ Yabukita Tea ชาอุหลง และชาอัสสัม ได้อย่างเหมาะสม

ประกอบกับการเลือกระดับการคั่วชาที่ให้ profile กลิ่นรสที่ดี ซึ่งการเบลนด์ชาต่างสายพันธุ์ในสัดส่วนที่พอเหมาะทำให้เครื่องดื่มมีกลิ่นและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ มีกลิ่นหอมและรสฝาดชาที่พอดี ทำให้กลมกล่อมมีมิติเพิ่มความน่าสนใจ น่าค้นคว้า และตอบโจทย์เรื่องรสชาติกับลูกค้าในวงกว้าง

“การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ ถือเป็นการต่อยอดความมุ่งมั่นพัฒนาสินค้าใหม่ต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสกับรสชาติเครื่องดื่มที่ตรงใจหลาย ๆ คน มั่นใจว่าเครื่องดื่มชาโฮจิฉะ น่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี ช่วยกระตุ้นยอดขายเครื่องดื่ม และผลักดันผลงานในปี 2563 ให้เติบโตได้” นายชัชวี กล่าว ■