

การตลาด

TACC ลุยเสิร์ฟเครื่องดื่มนอกเซเว่นฯ ปัม ยอดโต 15%

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 - 14:48 น.

[Facebook](#) [Twitter](#) [LINE](#)



ภาพ 7-Eleven Thailand

TACC วางแผนปี 2564 รุกเสิร์ฟเครื่องดื่มใหม่เข้าโถกถุดิบใน “เซเว่นฯ- All Café” ต่อเนื่อง ลั่นพร้อมขยายตลาดใหม่ กระตุ้นยอดขาย ด้านธุรกิจคาเฟ่แรกเตอร์เตรียมออกคาเฟ่แรกเตอร์ใหม่เพิ่ม เชื่อหนุนรายได้โต 10-15%

วันที่ 3 กุมภาพันธ์ 2564 นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี. คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า แผนการดำเนินงานในปี 2564 บริษัทฯ ตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 10-15% เทียบกับปีที่ผ่านมา

โดยในช่วงครึ่งปีแรกที่สถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด-19 ระลอกใหม่ ยังไม่มีความแน่นอน ทั้งด้านเศรษฐกิจและกำลังซื้อ บริษัทฯ จะใช้กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์และออกเครื่องดื่มใหม่ ๆ ในกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มเย็นในโถกถุดิบ และเครื่องดื่มในนม All Café ที่ร้าน 7-Eleven เพื่อสร้างยอดขายให้เติบโตสวนกระแส

สำหรับช่วงครึ่งปีหลังคาดว่า แนวโน้มการบริโภคจะฟื้นตัวตามภาวะเศรษฐกิจ หลังมีความชัดเจนในเรื่องวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมา



ชีพวิวัฒน์สุข

“ปีนี้ เมื่อเศรษฐกิจกลับสู่สภาวะปกติ เราจะเดินหน้าเต็มกำลัง เพื่อขยายตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าอื่น ๆ นอกเหนือเซเว่นฯ”

ทั้งนี้ ที่ผ่านมา TACC ได้ขยายฐานพันธมิตรธุรกิจเครื่องดื่ม ในธุรกิจ Café Business ได้แก่ ร้านกาแฟวอลซัน, Jungle cafe, Arabita cafe, CP fresh mart, Black canyon กาแฟพันธุ์ไทย และล่าสุดที่ร้านอาหาร IKEA เพื่อผลักดันรายได้ของบริษัทฯเติบโตอย่างแข็งแกร่ง

สำหรับธุรกิจคาแรคเตอร์ นอกเหนือจาก “Rilakkuma” และ “หมาจ๋า” ในปี 2564 TACC เตรียมเปิดตัวคาแรคเตอร์ตัวใหม่ ซึ่งมั่นใจว่าจะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค และคู่ค้าที่เป็นพันธมิตรเป็นอย่างดี และเป็นการเพิ่มพอร์ตคาแรคเตอร์ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังคงมองหาโอกาสเข้าซื้อบริการหรือร่วมลงทุน เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ และเพิ่มรายได้ให้เติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน แต่ทั้งนี้อาจต้องศึกษาอย่างรอบด้านและระมัดระวัง เพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยงที่จะตามมา

