

TACC ผนึก 7-Eleven เปิดตัวสินค้าพรีเมียม Rilakkuma ในแคมเปญ 'I miss Japan' เอาใจคนไทยคิดถึงญี่ปุ่น

วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 - 17:15 น.



นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ ทำให้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจ และทาง 7-Eleven นำ Rilakkuma ออกแคมเปญ I miss Japan โดยมีโปรดักส์สินค้าคาแรกเตอร์ เพื่อเอาใจผู้บริโภคคนไทยได้หายคิดถึงประเทศญี่ปุ่น

“ถ้าหากพูดถึงประเทศญี่ปุ่น นอกจากเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว และอาหารแล้ว ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นที่ชื่นชอบของชาวไทย โดยเฉพาะคาแรกเตอร์ Rilakkuma จาก San-X ประเทศญี่ปุ่น ที่แสดงถึงความผ่อนคลาย ไม่เครียด ซึ่งถือว่าตอบโจทย์กับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ดี ทั้งนี้ นอกจากเป็นการกระตุ้นยอดขายใน 7-Eleven แล้ว ยังเป็นการสร้างการรับรู้ของคาแรกเตอร์ Rilakkuma ได้มากยิ่งขึ้น”

นายชัชชวีกล่าวว่า นอกจากนี้ คาเฟ่เตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับเครื่องตีหมั่นในโถกด (Jet Spray) และ All Cafe' ทำแกว้ใส่เครื่องตีหมั่น Rilakkuma สดนารัก และยังมีสินค้ำฟรีเมี่ยมต่างๆ เช่น ถงเบนโตะ ขุดขามบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้ำ Non food และอื่นๆ อี้กมากมาย รววมทั้งคาเฟ่เตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ของ 7-Eleven ซึ่งเป็ Platform ที่เติบโตในการ รววมแคมเปญโปรโมชันการสะสมอี้กด้วย “มันใจว่าการจัดแคมเปญ I miss Japan จะช่วยเพิ่มยอดขาย เครื่องตีหมั่นในโถกด และเครื่องตีหมั่นใน All Cafe' ผลักดันผลการดำเนินงานในคร้งปีหลังเติบโตอย่างต่อ เนื่อง”

เกาะติดทุกสถานการณ์จาก
Line @Matichon ได้ที่นี่

