



TACC เสริมทัพ 7-Eleven อัปเดตแคมเปญ I miss Japan

เปิดตัวสินค้าสินค้าพรีเมียม Rilakkuma สุดน่ารัก บุก 7-Eleven

TACC เสริมทัพ 7-Eleven ในฐานะพันธมิตรหลัก อัปเดตแคมเปญ! I miss Japan เอาใจคนไทยที่ชอบไปญี่ปุ่น ให้หายคิดถึง เปิดตัวสินค้าพรีเมียม Rilakkuma สุดน่ารัก สีสดใส ไม่ว่าจะเป็นแก้ว tumbler ถังเบนโตะ ชุดชาบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย บุก 7-Eleven กระตุ้นยอดขาย ครั้งปีหลัง

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

“ถ้าหากพูดถึงประเทศญี่ปุ่น นอกจากเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว และอาหารแล้ว ยังมีอีกสิ่งหนึ่งที่เป็นที่ชื่นชอบของชาวไทย โดยเฉพาะคาแรคเตอร์ Rilakkuma จาก San-X ประเทศญี่ปุ่น ที่แสดงถึงความผ่อนคลาย

ไม่เครียด ซึ่งถือว่าตอบโจทย์กับสถานการณ์ในปัจจุบันได้ดี ทั้งนี้ นอกจากเป็นการกระตุ้นยอดขายใน 7-Eleven แล้ว ยังเป็นการสร้างการรับรู้ของคาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้มากยิ่งขึ้น”

ยิ่งไปกว่านั้น คาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในโถกต (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ถังเบนโตะ ชุดชาบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7Delivery Platform ของ 7-Eleven ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชันการสะสมอีกด้วย

“มั่นใจว่าการจัดแคมเปญ I miss Japan ร่วมกับเซเว่นฯ ในครั้งนี้ จะช่วยเพิ่มยอดขายเครื่องดื่มเย็นในโถกต (Jet Spray) และเครื่องดื่มใน All Café และผลักดันแนวโน้มผลการดำเนินงานในครึ่งปีหลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง” นายชัชชวี กล่าวในที่สุด

