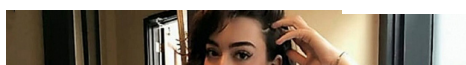


TACC ขาย White Chocolate Mint ในเซเว่นฯ หนุนยอดขาย ครึ่งปีหลัง

By Team Korkao - 20/07/2021



ชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC





เผยอดีตอันแสนเลวร้ายของผู้หญิงที่ ร่ำรวยที่สุดของประเทศไทย...

BKK Delivery

บมจ.ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์(TACC) พร้อมเสิร์ฟ "White Chocolate Mint" ในเซเว่นฯ พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 ก.ค.64 เป็นต้นไป เครื่องดื่มใหม่ในโลกดื่ดที่ดองลอง เพิ่มความสดชื่น และชาร์จพลังงาน จุดประกายความสุขในวันธรรมดาของคุณให้มีชีวิตชีวามากขึ้น สุวีฤทธิโรดิ-19 ระลอกใหม่ ฟาก"ชัชชวี วัฒนสุข"ระบุน แนวนโยบายธุรกิจครึ่งปีหลังมีทิศทางดีขึ้น ใช้กลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าในเซเว่นฯ มั่นใจสนับสนุนผลงานปีนี้

นายชัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม White Chocolate Mint เพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านเซเว่นฯ อีเลฟเว่น (7-ELEVEN) พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 ก.ค.64 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเย็นในโลกดื่ด (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่นอันเป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติกลมกล่อม อร่อยอย่างลงตัว เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสดชื่น ไม่จำเจ ช่วยจุดประกายความสุขในวันธรรมดาให้มีชีวิตชีวาเพิ่มขึ้น

ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสดชื่น ให้กับร่างกาย เปรียบเสมือนการชาร์จพลังงานให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ซึ่งเครื่องดื่มดังกล่าวจะใช้นมผงจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนม โดยมีรสชาติสัมผัสของนมเหมือนดื่มนมสด คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ ออกมานี้จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

ประธานกรรมการบริหาร กล่าวต่อว่า การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโต และผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโลกดื่ดในเซเว่นฯ , All Café และการเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะรับรายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกันกับเซเว่นฯ เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ยังดำเนินผลงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

สำหรับธุรกิจ "คาแรคเตอร์" ล่าสุดเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ ทำให้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจ และทาง เซเว่นอีเลฟเว่น นำ Rilakkuma ออกแคมเปญ I miss Japan โดยมีโปรดักส์สินค้าคาแรคเตอร์ เพื่อเอาใจผู้บริโภคคนไทยได้หายคิดถึงประเทศญี่ปุ่น

โดยคาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในโลกดื่ด (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ลูกเบเนดิก ชุดขามมะหมี ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชั่นการสะสมอีกด้วย

