

# ข่าวหุ้น

Khao Hoon  
Circulation: 90,000  
Ad Rate: 850

Section: First Section/บริษัทจดทะเบียน

วันที่: พุธ 21 กรกฎาคม 2564

ปีที่: 27

ฉบับที่: 6742

หน้า: 11(กลาง)

Col.Inch: 34.67

Ad Value: 29,469.50

PRValue (x3): 88,408.50

คลิป: ชาว-ดำ

หัวข้อข่าว: TACC เพิ่มยอดขายครึ่งปีหลัง เสิร์ฟเครื่องดื่มใหม่ในเซเว่นฯ

## TACCเพิ่มยอดขายครึ่งปีหลัง เสิร์ฟเครื่องดื่มใหม่ในเซเว่นฯ

“TACC” เสิร์ฟเครื่องดื่มใหม่ “White Chocolate Mint” ในร้าน 7-ELEVEN พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม เป็นต้นไป “ซัชชวี” ลั่นแนวโน้มธุรกิจครึ่งปีหลังมีทิศทางดีขึ้น มุ่งใช้กลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

นายซัชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัท ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม “White Chocolate Mint” เพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-ELEVEN) พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 15 กรกฎาคม เป็นต้นไป โดยเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถกด (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่น เป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติกลมกล่อม อร่อยอย่างลงตัว เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสดชื่น

“ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกาย คาดว่า



ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกมานี้ จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี” นายซัชชวี กล่าว

โดยการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโต และผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัท ใช้กลยุทธ์การเพิ่มยอดขาย ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในกลุ่มเครื่องดื่มใหม่เข้าโถกด

การเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปี 2564 จะรับรู้รายได้เต็มปีจากผลิตภัณฑ์ที่ได้จำหน่ายในปีก่อน

ทั้งนี้ บริษัทได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกันกับร้าน 7-ELEVEN เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform (แพลตฟอร์มจัดส่งสินค้า) อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ซึ่งยังดำเนินงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

ส่วนธุรกิจ “คาแรคเตอร์” ล่าสุดเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจ และร้าน 7-ELEVEN ได้นำ Rilakkuma มาออกแคมเปญ “I miss Japan” โดยมีโปรดัคส์สินค้าคาแรคเตอร์ เพื่อเอาใจผู้บริโภคคนไทยได้หวนคิดถึงประเทศญี่ปุ่น

โดยคาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับเครื่องดื่มเย็นในโถกด (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่าง ๆ เช่น ถุงเบนโตะ ชุดชามบะหมี่ ชุดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่น ๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชั่นการสะสมอีกด้วย ■