

TNN ONLINE

Wealth

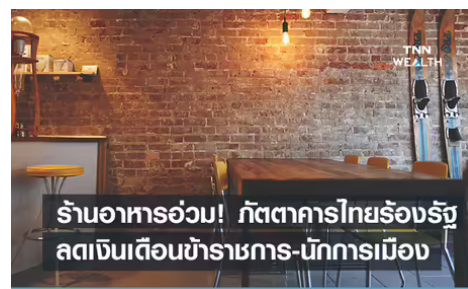
## TACC บุกร้านสะดวกซื้อส่งเครื่องดื่มใหม่ทำตลาด

📅 20 กรกฎาคม 2564, 11:30 น. 👁 44 🗣 0



TACC ลุยเสิร์ฟ “White Chocolate Mint” ในร้านเซเว่นฯทั่วประเทศเริ่มตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป เล็งขยายตลาดกลุ่ม Café Business เพิ่ม

### ข่าวที่เกี่ยวข้อง



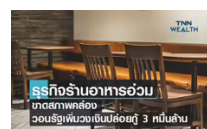
ร้านอาหารอ่อม! ส.ภัตตาคารไทยร้องรัฐ ลดเงินเดือนข้าราชการ-นักการเมือง

🕒 28/6/64 | Wealth



สรพสามิตยึดเวลาเก็บภาษี ความหวาน ลดค่าใช้จ่าย ปชช.-เย้ยวยารัฐกิจช่วงโค...

🕒 26/5/64 | เกาะติด COVID-19



ธุรกิจร้านอาหารอ่อม สภาพคล่อง วนรัฐเพิ่ม วงเงินปล่อยกู้ 3 หมื่นล้าน

🕒 8/7/64 | Wealth

นายชัชชาติ วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม “White Cho colate Mint” เพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นพร้อมกันทั่วประเทศตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเย็นในโถกอด (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่นอันเป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต

- **อัปเดตที่นี่! คำสั่ง 63 จังหวัด เดินทางมาจากนอกพื้นที่ต้อง "กักตัว" ป้องกันโควิดระบาด**
- **เช็กที่นี่! เงื่อนไขมาตรการ 'ลดค่าไฟฟ้า' ช่วยบรรเทาค่าใช้จ่ายโควิดระลอก 3**
- **เช็กที่นี่! Walk in เริ่มเมื่อไหร่? แนะนำ 4 ขั้นตอนก่อนเข้ารับวัคซีนโควิด**

"ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกาย โดยเครื่องดื่มดังกล่าวจะใช้นมผงจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนม โดยมีรสชาติสัมผัสของนมเหมือนดื่มนมสด คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกมานี้จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี"

สำหรับการวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโต และผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโถกอดในเซเว่นฯ , All Café และการเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะรับรู้รายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกันกับเซเว่นฯ เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ยังดำเนินผลงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

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

ทั้งนี้คาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในโถกอด (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ถุงเบนโตะ ชุดขามะขาม ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชันการสะสมอีกด้วย

ข่าวที่เกี่ยวข้อง

**เช็กที่นี่! แต่ละจังหวัดเปิดลงทะเบียนจองฉีดวัคซีนโควิด ผ่านช่องทางไหนบ้าง**  
**แพทย์เปิดข้อมูลใครบ้างที่ไม่ควรรับวัคซีนโควิด พร้อมวิธีเตรียมตัวก่อนฉีด**  
**สรุปฉบับเข้าใจง่าย มาตรการเยียวยา ม.33,ม.39,ม.40 รับเงิน 3,000-10,000 บาท**



ตรวจสอบสิทธิ์ที่นี้ เยียวยาประกันสังคม ม.33 [www.sso.go.th](http://www.sso.go.th) รับสูงสุด 10,000 บาท

👁 1,086,995 | [เกาะติด COVID-19](#)

2 เปิดวิธีขึ้นทะเบียน ประกันสังคม ม.33-ม.40 ผ่าน [www.sso.go.th](http://www.sso.go.th) รับเงินเยียวยา 1 เดือน

👁 327,529 | [เกาะติด COVID-19](#)

3 เปิดหลักเกณฑ์ลดค่าไฟฟ้า-ค่าน้ำประปา 2 เดือน ครอบคลุมผู้ใช้แบบใด

👁 166,042 | [เกาะติด COVID-19](#)

4 สรุปฉบับเข้าใจง่าย มาตรการเยียวยา ม.33,ม.39,ม.40 รับเงิน 3,000-10,000 บาท

👁 148,386 | [เกาะติด COVID-19](#)

5 ไขคำตอบ 'อาชีพฟรีแลนซ์' สมัครประกันสังคม [www.sso.go.th](http://www.sso.go.th) รับเงินเยียวยาได้หรือไม่

👁 101,742 | [เกาะติด COVID-19](#)