



เศรษฐกิจ-ธุรกิจ &gt; ข่าวเศรษฐกิจ-ธุรกิจ

## TACC ชุกยุทธ์เครื่องดื่มเพิ่มสดชื่นไอเท็มใหม่กระตุ้นยอดขายกลางวัน หลังคุมโควิด-ปิดเซเว่นฯสองกลุ่ม

วันที่ 20 ก.ค. 2564 เวลา 15:52 น.



ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ เปิดตัวเครื่องดื่มรายการใหม่ในโดกด์เครื่องดื่มชงขายเซเว่น ก้าวประเทศ หวังปลุกมุดสดชื่นลูกค้าสู้โควิดระลอกใหม่ หลังรัฐล็อกดาวน์สะดวกซื้อปิดบริการ 2กลุ่ม มันใจดันผลประกอบการปีนี้เข้าเป้า

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม "White Chocolate Mint" เพื่อวางจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-ELEVEN) พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 ก.ค.64 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเย็นในโดกด์ (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่นอันเป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต จับกลุ่มเป้าหมายผู้ต้องการเครื่องดื่มเพิ่มความสดชื่น ในทุกวัน "ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่ม ช่วยเพิ่มความสดชื่นให้กับร่างกาย เสมือนการชาร์จพลังงานให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ซึ่งเครื่องดื่มดังกล่าวจะใช้นมผงจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนม มีรสชาติสัมผัสของนมเหมือนดื่มนมสด คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ออกมานี้จะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี" นายชัชวี กล่าว

สำหรับกรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโต และผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัทฯ ใช้กลยุทธ์ การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโลกดในเซเว่นฯ , All Café และการเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะบรรลุรายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกับเซเว่นฯ เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform พร้อมขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business เพื่อให้ดำเนินผลงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

ในส่วนของธุรกิจ "คาแรคเตอร์" ล่าสุด เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่น ไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ ทำให้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจและทาง เซเว่นอีเลฟเว่น นำ Rilakkuma ออกแคมเปญ I miss Japan โดยมีโปรดัคส์สินค้าคาแรคเตอร์ เพื่อเอาใจผู้บริโภคคนไทยได้หายคิดถึงประเทศญี่ปุ่น โดยคาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในถาด (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ลูกเบนต์ช็อคชามบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชันการสะสมอีกด้วย

ข่าวที่เกี่ยวข้องในอดีต

- TACC จัดกิจกรรมโครงการ CSR เติมฝันปันน้ำใจให้น้อง
- TACC เสริมทัพ "น้ำผึ้งชมพู" รับเทศกาลกินเจ ในโลกดรีวาน 7-Eleven
- นักวิเคราะห์คาดการณ์ TACC โตแรงถึงปีหน้า

ข่าวที่เกี่ยวข้อง



TACC คว้ารางวัล Best Investor Relations Awards ในงาน SET



TACC ขึ้นสัปดาห์เครื่องดับขายร้าน 7-Eleven ยาว 3 ปี



TACC ไตรมาส 3 กำไรพุ่ง 88 % บั่นใจผลงานปีนี้โต

TAGS : TACC ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์

คุณอาจสนใจข่าวนี้

AD

AD

AD

เหยียดต่อนแสนลวร้ายของผู้หญิงที่ร้ายแรงที่สุดของประเทศไทย...

ฮือ! หญิงเร่ร่อนพร้อมลูกซื้อบ้านราคา 14 ล้านบาท เพราะ...

หมอ! ใครเป็นเส้นเลือดอุดตันอ่านนี้ ก่อนโดนลบ!

AD

AD

AD

ปวดเป่า เป่าเลื่อน กลัวฝ้าตัด ลองดูทางเลือกนี้...

วิธีง่ายกำจัดเหาหวาน.. (ดูที่นี่)

สาวไทยสุดอัจฉริยะค้นพบวิธีลดน้ำหนัก! นักโภชนาการถึงกับอึ้ง!

Recommended by

