



TACC ลุยเสิร์ฟ

“White Chocolate Mint” ในเซเว่นฯ ทั่วประเทศ หุ้หยุดขายครึ่งปีหลัง ต้นผลงานปีที่ตามเป้า

TACC พร้อมเสิร์ฟ “White Chocolate Mint” ในเซเว่นฯ พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 ก.ค.64 เป็นต้นไป เครื่องดื่มใหม่ในโอกาสที่ต้องลอง เพิ่มความสดชื่น และชาร์จพลังงาน จุดประกายความสุขในวันธรรมดาของคุณให้มีชีวิตชีวามากขึ้น ลูวิกฤติโควิด-19 ระลอกใหม่ ฟาก“ซซชวี วัฒนสุข”ระบุนแนวโน้มธุรกิจครึ่งปีหลังมีทิศทางดีขึ้น ใช้กลยุทธ์เพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าในเซเว่นฯ มั่นใจสนับสนุนผลงานปีนี้

นายชชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นเครื่องดื่ม “White Chocolate Mint” เพื่อนำไปวางจำหน่ายในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-ELEVEN) พร้อมกันทั่วประเทศ ตั้งแต่ 15 ก.ค.64 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นเครื่องดื่มเย็นในโอกาส (Jet Spray) มีกลิ่นหอมเย็นสดชื่นอันเป็นเอกลักษณ์ของมินต์ผสมผสานกับรสชาติที่หอมหวานละมุนของไวท์ช็อกโกแลต ทำให้ได้เครื่องดื่มที่มีรสชาติกลมกล่อม อร่อยอย่างลงตัว เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการความสดชื่น ไม่จำเจ ช่วยจุดประกายความสุขในวันธรรมดาให้มีชีวิตชีวามากขึ้น

“ท่ามกลางสถานการณ์วิกฤติการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 การมีเครื่องดื่มที่ช่วยเพิ่มความสดชื่น

ให้กับร่างกาย เปรียบเสมือนการชาร์จพลังงานให้รู้สึกกระปรี้กระเปร่า ซึ่งเครื่องดื่มดังกล่าวจะใช้นมผงจากประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นแหล่งผลิตนมโดยมีรสชาติสัมผัสของนมเหมือนดื่มนมสด คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะออกมานี้จะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี”

ประธานกรรมการบริหาร กล่าวต่อว่า การวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่ในครั้งนี้ จะช่วยสนับสนุนยอดขายในช่วงครึ่งปีหลังให้เติบโต และผลักดันให้ภาพรวมทั้งปีเป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ โดยบริษัทใช้กลยุทธ์ การเพิ่มยอดขายด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ส่งเครื่องดื่มใหม่เข้าโอกาสในเซเว่นฯ , All Café และการเพิ่มขนาดเป็นแก้ว 22 ออนซ์ ซึ่งในปีนี้จะรับรู้รายได้เต็มปี โดยได้มีการวางแผนการตลาดร่วมกันกับเซเว่นฯ เพื่อกระตุ้นยอดขาย รวมถึงในช่องทาง Delivery Platform อีกทั้งจะมีการขยายตลาดไปยังกลุ่ม Café Business ยังดำเนินผลงานได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ในปีนี้

สำหรับธุรกิจ “คาแรคเตอร์” ล่าสุดเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้คนไทยจำนวนมากที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวญี่ปุ่นไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวไปญี่ปุ่นได้ ทำให้ TACC ในฐานะพันธมิตรหลักทางธุรกิจ และทาง เซเว่น อีเลฟเว่น นำ Rilakkuma ออกแคมเปญ I miss

Japan โดยมีโปรดักส์สินค้าคาแรคเตอร์ เพื่อเอาใจผู้บริโภคคนไทยได้หาคิดถึงประเทศญี่ปุ่น

โดยคาแรคเตอร์ Rilakkuma ได้ร่วมกับ เครื่องดื่มเย็นในโอกาส (Jet Spray) และ All Café ในการทำแก้วใส่เครื่องดื่ม Rilakkuma สุดน่ารัก และยังมีสินค้าพรีเมียมต่างๆ เช่น ถูงเบนโตะ ชุดชามบะหมี่ ขวดใส่ผงโรยข้าว สินค้า Non food และอื่นๆ อีกมากมาย รวมทั้ง คาแรคเตอร์ Rilakkuma ยังได้ขยายเข้าไปอยู่ในบริการ 7 Delivery Platform ซึ่งเป็น Platform ที่เติบโตในการร่วมแคมเปญโปรโมชั่น การสะสมอีกด้วย

