

TACC เสรีฟสินค้าใหม่เสริมยอดขาย Q2 ทุกกลุ่มธุรกิจรับซัมเมอร์

เผยแพร่: 24 พ.ค. 2565 13:51 ปรับปรุง: 24 พ.ค. 2565 13:51 โดย: ผู้จัดการออนไลน์



ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ เดินหน้าพัฒนาสินค้าและแคมเปญใหม่ต้อนรับอากาศร้อนช่วงซัมเมอร์ เริ่มจากเครื่องดื่มยูซุผสมเนื้อเปลือกส้ม 4 เมนู ได้แก่ ชาส้มยูซุสโนว์ไอซ์-อเมริกาโน่ ส้มยูซุเย็น-อเมริกาโน่ ส้มยูซุ สโนว์ไอซ์ ส้มยูซุโซดาเย็น วางจำหน่ายใน 7-Eleven All Cafe ทุกสาขาทั่วประเทศ และ Mango Series วางจำหน่ายใน Jungle Café มั่นใจอัปเดตขายไตรมาส 2 ต่อเนื่อง

นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้พัฒนาสินค้าใหม่ เครื่องดื่มยูซุผสมเนื้อเปลือกส้มละเอียด รสชาติเปรี้ยวอมหวาน มาพร้อมกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์มีส่วนผสมของน้ำส้มยูซุคั้นสดจากญี่ปุ่น เพื่อให้ได้กลิ่นรสยูซุแท้เหมือนต้นตำรับ เปรี้ยวหวานลงตัว หอมสดชื่นเต็มรสยูซุ มีมาให้เลือกถึง 4 เมนู ได้แก่ ชาส้มยูซุสโนว์ไอซ์ 16 oz. ราคา 45 บาท อเมริกาโน่ส้มยูซุเย็น 16 oz. ราคา 40 บาท อเมริกาโน่ส้มยูซุสโนว์ไอซ์ 16 oz. ราคา 45 บาท และส้มยูซุโซดาเย็น 16 oz. ราคา 35 บาท เริ่มวางจำหน่ายใน 7-Eleven All Cafe ทุกสาขาทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา

นอกจากนี้ บริษัทฯ ได้มีการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับกลุ่มลูกค้า B2C โดยได้เปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติมะม่วง กับ Mango Series เมนูน้องใหม่จาก Jungle Café มีให้เลือก 3 เมนู ได้แก่ Mango Yogurt Smoothie ได้รสหวานอมเปรี้ยวสดละมุน Iced Mango Soda สดชื่น ชาบซ่า Mango Smoothie วางขายที่ Jungle Cafe ใน Lotus's go fresh ทุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค.ที่ผ่านมา

ในส่วนของ License Business ได้มีเปิดตัวแคมเปญสินค้าพรีเมียมของตัวคาแร็กเตอร์ Warbie Yama ได้แก่ กล่องข้าวและแก้วน้ำสองชั้น ที่ท็อปส์เดลี และแฟมิลีมาร์ททุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 16 พ.ค.-14 มิ.ย.2565 นี้ นอกจากนี้ กลุ่มคาแร็กเตอร์ San-X ได้มีการเตรียมจัดงาน Virtual Run 2022 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ สำหรับกลุ่มคาแร็กเตอร์ Rilakkuma และ Sumikkogurashi ที่จะมีการจัดงานเปิดตัวแคมเปญทั้งในไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย

ซึ่งถือว่าเป็นการขยายการรับรู้ในตัวคาแร็กเตอร์ได้อย่างต่อเนื่องทั้งในไทยและต่างประเทศที่ทาง TACC

เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์คาแร็กเตอร์ดังกล่าว

“มั่นใจว่าสินค้าใหม่ที่เราได้มีการพัฒนาร่วมกับพันธมิตรที่เป็น Key Strategic Partner และกลุ่มลูกค้า B2C

เพื่อกระตุ้นยอดขายต้อนรับหน้าร้อนในช่วงซัมเมอร์ จะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม สนับสนุนยอดขายและรายได้ในไตรมาส 2/65 เดิบโตอย่างต่อเนื่อง” นายชัชชวี กล่าว