

TACC เสริมสินค้าใหม่เสริมยอดขาย Q2 ทุกกลุ่มธุรกิจ รับซัมเมอร์ เครื่องดื่มผสมเนื้อเปลือกส้ม-Mango Series วางขายใน 7-Eleven, All Café-Jungle Café และสินค้ากลุ่ม License Business ทุกสาขาทั่วไทย

24 พฤษภาคม 2022 / เวลา 11:55 น.



มิติหุ้น – TACC เดินหน้าพัฒนาสินค้าและแคมเปญใหม่ ต้อนรับอากาศร้อนช่วงซัมเมอร์ เริ่มจากสินค้า ทำให้ลอง! เครื่องดื่มผสมเนื้อเปลือกส้ม 4 เมนู ได้แก่ ซาส์มูซุสโนว์ไอซ์-อเมริกาโน่ส้มยูซุเย็น-อเมริกาโน่ส้มยูซุ สโนว์ไอซ์-ส้มยูซุโซดาเย็น วางจำหน่ายใน 7-Eleven All Cafe ทุกสาขาทั่วไทย และ Mango Series มีให้เลือก 3 เมนู ได้แก่ Mango Yogurt Smoothie-Iced Mango Soda-Mango Smoothie วางจำหน่ายใน Jungle Café มั่นใจยอดขายไตรมาส 2 ต่อเนื่อง

นายชัชวี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) (TACC) เปิดเผยว่า บริษัทฯได้พัฒนาสินค้าใหม่ เครื่องดื่มผสมเนื้อเปลือกส้มละเอียดรสชาติเปรี้ยวอมหวาน มาพร้อมกลิ่นหอมอันเป็นเอกลักษณ์มีส่วนผสมของน้ำส้มยูซุคั้นสดจากญี่ปุ่น เพื่อให้ได้กลิ่นรสยูซุแท้เหมือนต้นตำรับ เปรี้ยวหวานลงตัว หอมสดชื่นเต็มรสยูซุ มีมาให้เลือกถึง 4 เมนู ได้แก่ ซาส์มูซุสโนว์ไอซ์ 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 ทุกสาขาทั่วไทย ตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา

นอกจากนี้ บริษัทฯได้มีการพัฒนาสินค้าใหม่ร่วมกับกลุ่มลูกค้า B2C โดยได้เปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติมะม่วง กับ Mango Series เมื่อน้องใหม่จาก Jungle Café มีให้เลือก 3 เมนู ได้แก่ Mango Yogurt Smoothie ได้รสหวานอมเปรี้ยวสุดละมุน, Iced Mango Soda สดชื่น ซาบซ่า, Mango Smoothie วางขายที่ Jungle Cafe ใน Lotus's go fresh ทุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค. ที่ผ่านมา

ในส่วนของ License Business ได้มีเปิดตัวแคมเปญสินค้าพรีเมียมของตัวคาแรคเตอร์ Warbie Yama ได้แก่ กล่องข้าวและแก้วน้ำสองชั้น ที่ท็อปส์เดลี และฟิมิลี่มาร์ททุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 16 พ.ค. -14 มิ.ย. 2565 นี้ นอกจากนี้กลุ่มคาแรคเตอร์ San-X ได้มีการเตรียมจัดงาน Virtual Run 2022 ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ สำหรับกลุ่มคาแรคเตอร์ Rilakkuma และ Sumikkogurashi ที่จะมีการจัดงานเปิดตัวแคมเปญทั้งในไทย สิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งถือว่าเป็นการขยายการรับรู้ในตัวคาแรคเตอร์ได้อย่างต่อเนื่องทั้งในไทยและต่างประเทศที่ทาง TACC เป็นตัวแทนอนุญาตให้ใช้ลิขสิทธิ์คาแรคเตอร์ดังกล่าว

“มั่นใจว่าสินค้าใหม่ที่เราได้มีการพัฒนาร่วมกับพันธมิตรที่เป็น Key Strategic Partner และกลุ่มลูกค้า B2C เพื่อกระตุ้นยอดขายต้อนรับหน้าร้อนในช่วงซัมเมอร์ จะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยม สนับสนุนยอดขายและรายได้ในไตรมาส 2/65 เติบโตอย่างต่อเนื่อง” นายชัชวี กล่าวในที่สุด

@mitihoonwealth

<https://lin.ee/cXAf0Dp>