

TACC เสิร์ฟเครื่องดื่ม ยูซุผสมเนื้อเปลือกส้ม ดันยอดขายไตรมาส 2

TACC ต้อนรับซัมเมอร์ เสิร์ฟสินค้าใหม่ เครื่องดื่มยูซุผสมเนื้อเปลือกส้ม 4 เมนู “ชาส้มยูซุสโนว์ไอซ์-อเมริกาโน่ส้มยูซุเย็น-อเมริกาโน่ส้มยูซุ-สโนว์ไอซ์-ส้มยูซุไซดาเย็น” วางจำหน่ายใน 7-Eleven All Cafe ทุกสาขา ทั่วประเทศ และ Mango Series มีให้เลือก 3 เมนู “Mango Yogurt-Smoothie-Iced-Mango Soda-Mango Smoothie” วางจำหน่ายใน Jungle Café หวัง ดันยอดขายไตรมาส 2 ต่อเนื่อง

นายชัชวรี วัฒนสุข ประธานกรรมการบริหาร บริษัท ที.เอ.ซี.คอนซูเมอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ TACC เปิดเผยว่า บริษัท 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 และส้มยูซุไซดาเย็น 16 oz. ราคา 35 บาท เริ่มวางจำหน่ายใน 7-Eleven All Cafe ทุกสาขาทั่วประเทศ ตั้งแต่วันที่ 12 พฤษภาคม 2565 ที่ผ่านมา นอกจากนี้ บริษัทได้มีการพัฒนา

สินค้าใหม่ร่วมกลุ่มลูกค้า B2C โดยได้เปิดตัวเครื่องดื่มรสชาติมะม่วง กับ Mango Series เมนูใหม่ จาก Jungle Café มีให้เลือก 3 เมนู ได้แก่ Mango Yogurt Smoothie ได้รสหวานอมเปรี้ยว สดละมุน, Iced Mango Soda สดชื่น ซาบซ่า, Mango Smoothie วางขายที่ Jungle Café ใน Lotus's go fresh ทุกสาขา ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ค. ที่ผ่านมา

ขณะที่ในส่วนของ License Business ได้มีการเปิดตัวแคมเปญสินค้าพรีเมียมของตัวคาแรคเตอร์ Warbie Yama ได้แก่ กล่องข้าวและแก้วน้ำสองชั้น ที่ท็อปส์เดลี และแฟมิลีมาร์ททุกสาขา 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 จะได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดีเยี่ยมสนับสนุนยอดขายและรายได้ในไตรมาส 2/65 เต็มไปด้วยต่อเนื่อง” นายชัชวรี กล่าว ■